

# CM

ČASOPIS ZA UPRAVLJANJE KOMUNICIRANJEM  
COMMUNICATION MANAGEMENT QUARTERLY

Difficulties for eGovernment promotion in Serbia:  
The analysis of eUprava Portal  
Norbert Merkovity

Berluskonijev identitet u italijanskoj štampi  
Marija Koprivica Lelićanin

Umetnička muzika u virtuelnom svetu multimedije  
Smiljka Isaković

Kodovi neverbalnog komuniciranja  
Nevena Stajčić

Socijalne mreže i Arapsko proleće  
Bojana Milošević

Kolumne Svetislava Basare u dnevnom listu *Danas*  
Slobodan Penezić

Šumadija u *Večernjim novostima* u prvoj deceniji XXI veka  
Ranko Milosavljević

Srpsko političko besedništvo  
Aleksandar Marković

Odrastanje u digitalnom dobu  
Mladen Bubonjić

Globalni ekran  
Jelena Mihajlov

**Redakcija/Editorial Board:**

- Alić Sead, Center for Philosophy of Media, Zagreb (Croatia)  
Alvares Cláudia, Lusófona University (Portugal)  
Bailey Olga, Nottingham Trent University (UK)  
Balčytienė Auksė, Vytautas Magnus University (Lithuania)  
Branković Srbobran, University Singidunum (Serbia)  
Carpentier Nico, Loughborough University (UK); Vrije Universiteit Brussel (Belgium);  
Charles University (Czech Republic)  
Carpentier Reifová Irena, Charles University (Czech Republic)  
Colombo Fausto, Catholic University, Milan (Italy)  
Damásio Manuel José, Lusófona University (Portugal)  
Głowacki Michał, University of Warsaw (Poland)  
Hasebrink Uwe, University of Hamburg (Germany)  
Heller Maria, Eötvös Loránd University (Hungary)  
Hibberd Matthew, University of Stirling (UK)  
Jevtović Zoran, University of Niš (Serbia)  
Jirák Jan, Charles University; Metropolitan University Prague (Czech Republic)  
Kejanlioğlu Beybin, Doğuş University (Turkey)  
Kleut Jelena, Editorial Assistant, University of Novi Sad (Serbia)  
Kunelius Risto, University of Tampere (Finland)  
Lauk Epp, University of Jyväskylä (Finland)  
Maigret Eric, Université Paris 3 Sorbonne Nouvelle (France)  
Milojević Ana, University of Belgrade (Serbia)  
Nieminen Hannu, University of Helsinki (Finland)  
Olsson Tobias, Jönköping University (Sweden)  
Patriarche Geoffroy, Facultes universitaires Saint-Louis, Academie Louvain (Belgium)  
Pruulmann-Vengerfeldt Pille, University of Tartu (Estonia)  
Schröder Kim Christian, Roskilde University (Denmark)  
Sorice Michele, CMCS – LUISS University, Rome (Italy)  
Stojković Branimir, University of Belgrade (Serbia)  
Sundin Ebba, Jönköping University (Sweden)  
Terzis Georgios, Vesalius College, Brussels (Belgium); Vrije Universiteit Brussel (Belgium);  
University of Oxford (UK)  
Titley Gavan, National University of Ireland (Ireland)  
Todorović Neda, University of Belgrade (Serbia)  
Tomanić Trivundža Ilija, University of Ljubljana (Slovenia)  
Turčilo Lejla, University of Sarajevo (Bosnia and Herzegovina)  
Türkoğlu Nurçay, Marmara University (Turkey)  
Vuksanović Divna, University of Arts (Serbia)  
Wimmer Jeffrey, Technical University Ilmenau (Germany)

# CM

ČASOPIS ZA UPRAVLJANJE KOMUNICIRANJEM  
COMMUNICATION MANAGEMENT QUARTERLY

---

Broj 27, godina VIII

---

Difficulties for eGovernment promotion in Serbia: The analysis of eUprava Portal Norbert Merkovity	5–34
Berluskonijev identitet u italijanskoj štampi Marija Koprivica Lelićanin	35–50
Umetnička muzika u virtuelnom svetu multimedije Smiljka Isaković	51–66
Kodovi neverbalnog komuniciranja Nevena Stajčić	67–90
Socijalne mreže i Arapsko proleće Bojana Milošević	91–108
Kolumne Svetislava Basare u dnevnom listu <i>Danas</i> Slobodan Penezić	109–138
Šumadija u <i>Večernjim novostima</i> u prvoj deceniji XXI veka Ranko Milosavljević	139–164
Srpsko političko besedništvo Aleksandar Marković	165–178
Odrastanje u digitalnom dobu Mladen Bubonjić	179–184
Globalni ekran Jelena Mihajlov	185–190
Uputstvo autorima	191–196

# CM

ČASOPIS ZA UPRAVLJANJE KOMUNICIRANJEM  
COMMUNICATION MANAGEMENT QUARTERLY

**Izdavači/Publishers:**

CDC – Centar za usmeravanje komunikacija,  
Novi Sad (Prethodno: PROTOCOL) / Communication Direction Center  
Fakultet političkih nauka, Beograd / Faculty of Political Sciences, Belgrade

**Glavni i odgovorni urednik/Editor:**

Miroљub Radojković, Faculty of Political Sciences, University of Belgrade (Serbia)

**Urednik izdanja/Volume Editor:**

Boris Labudović

**Za izdavače/Official representatives:**

Ilija Vujačić, dekan Fakulteta političkih nauka u Beogradu/Dean of the Faculty of Political Sciences in Belgrade  
Nataša Jovović, direktor CDC-a/Director of CDC

**Adresa redakcije/Editorial office:**

Maksima Gorkog 32, 21000 Novi Sad, Serbia  
Telefoni/fax: +381 (0)21 / 425 880, 425 881, 425 882; cdc@nscable.net

**Lektura na srpskom jeziku/Proofreading in Serbian:** Dragana Prodanović

**Prepress:** Blur Studio, Novi Sad

**Štampa/Print:** Čigoja štampa, Beograd

Tiraž/Print run: 1.000

*Štampanje časopisa finansijski je pomoglo  
Ministarstvo za nauku i tehnološki razvoj Republike Srbije*

*Publication of the Journal is financially supported  
by the Ministry of Education and Science of the Republic of Serbia*

CIP – Каталогизација у публикацији  
Библиотека Матице Српске, Нови Сад  
316.77(05)

CM : časopis za upravljanje komuniciranjem =  
communication management quarterly / glavni i odgovorni  
urednik Miroљub Radojković. – God. 8, br. 27 (2013) –  
– Novi Sad : CDC–Centar za usmeravanje komunikacija ;  
Beograd : Fakultet političkih nauka, 2013–. – 24 cm

Tromesečno.

ISSN 1452-7405

COBISS.SR-ID 218473735

# Difficulties for eGovernment promotion in Serbia: The analysis of eUprava Portal<sup>1</sup>

Norbert Merkovity<sup>2</sup>

University of Szeged/National University of Public Service, Hungary

doi:10.5937/comman1327005M

**Summary:** *We want to make clear there are no recipes for good communication of eGovernment. Good solutions, brave attempts to involve the public in eGovernment are the only examples what we can follow in this specific area of government. We will introduce theories and analysis of eGovernment environment in this article, which may be useful in designing a promotion and communication plan for the portal eUprava as a central site of Serbian eGovernment. After the general characteristics of society and communication in the world of eAdministration, we will introduce a dilemma, which strains between the good government and good governance. One section will be about a theory on good governance, the Digital Era Governance (DEG) and one on the barriers of the communication. The last section will analyze and discuss the eUprava portal. We will use PEST and SWOT analysis to detect the most urgent problems for the possible promotion of the portal.*

**Key words:** *eAdministration, eGovernment, eUprava, good governance, DEG, communication plan*

## General role of communication in the eAdministration

“To realize a national communication strategy, strong leadership is required” (UN, 2012: 56). The strong leadership could bring together political

---

<sup>1</sup> The full version of this article was written to the project „Support to e-Government development in Serbia”. Technical assistance project financed by EU (reference no. EuropeAid/129913/C/SER/RS), implemented by AAM Consulting Ltd.

<sup>2</sup> merkovity@juris.u-szeged.hu

and NGO actors, ministries and other stakeholders. This can help for the communication and promotion plan, as well. The leader(s) could identify the communication barriers and develop a plan for dissemination and popularization of the eGovernment. These circumstances can help to communicate success stories. A new environment, like eGovernment needs success stories, because these positive messages can bring new costumers/users to eGovernment portals. Although some global trends must take into account during the development of a promotion/communication strategy (see Szittner, 2011):

- The rate of digital literacy has increased in last decade. However, the illiteracy changed to considerably less rate, the ratio has not decreased significantly (see Karabulut et al., 2009).
- The digital divide is still widening. It is not wider, but it is getting more deeper (see Pew Internet, 2012).
- The role of direct connection to the internet and the personal experience are important. Nothing is better to increase internet penetration than the personal experience (see Schlosser et al, 1999)
- The secondary digital inequalities are becoming more critical. Cleavages within the users, or in other words the secondary digital divide is growing. Large number of internet users is using it passively; they still choose traditional communication channels to be in contact with family, friends, administrations, etc. (see Mominó, 2007).

## **Good government – good governance**

After the fall of the Berlin Wall, Central-Eastern and South-Eastern European former communist-socialist states had radically renew their previous government philosophy. The applied model was the solution of Western European democracies, commonly known as New Public Management (NPM). The philosophy of the “good government” becomes stronger. However, some differences seem to remain, the debate between the “good government” versus the “good governance” is still here to stay. As a rule, we can say that the government is still the central element of the “new democracies” administrations, which strengthen the theory of the “good government”. The idea of “good

governance” changes from country to country, but it only appears on the lower level of administration, or in the governments’ communication. However, it has become clear that the governance models of Western-style democracies need a revise. The good government and the governments’ NPM model are not able to involve the citizens in the discussions and debates about the state, laws and administration. Moreover, the confidence in state authorities and administrations is decreasing (Merkovity, 2011).

“ ‘Citizen participation’ – understood in the broad sense of ‘engaging with public authorities to assist them in the development of policies that promote social justice’ – continues to be a dangerous occupation in many of our modern democracies. In most countries however,[...] public participation turns out simply to be ‘almost irrelevant’: its practical use is so low that few citizens feel motivated to make any use of it. To comprehend why this happens, we need to consider that participatory arrangements have always played a subordinate role within representative democracies’ decision-making mechanisms. Representative democracy, meanwhile, is best understood as a form of ‘thin democracy’ (Barber, 1984), which does not rely much on citizens for actual decision-making, except perhaps on election day” (Prieto-Martin et al., 2012: 63).

The European Union recognized this threat and in its Declaration on e-Government writes the following:

“Citizens and businesses [will be] empowered by eGovernment services designed around users needs and developed in collaboration with third parties, as well as by increased access to public information, strengthened transparency and effective means for involvement of stakeholders in the policy process” (EC, 2009: 2).

This declaration also set the base for a new European eGovernment Action Plan 2011–2015 (EC, 2010), which first priority is precisely to promote “user empowerment” and the collaborative production of innovative services.

However, eGovernment did not meet the expectations. The latest articles about eGovernment had better prefer to use the expression “Transformational Government” when talking about the digitalization, IT and ICT use in the public administration. The following table shows the differences between the eGovernment and the Transformational Government.

*Table 1: The eGovernment approach and the Transformational Government approach (Borras, 2012: 28–29)*

eGovernment	Transformational Government
Government centric	Citizen centric
Supply push	Demand pull
Government as sole provider of citizen services	Government also as convener of multiple competitive sources of citizen service
Unconnected vertical business silos	A virtual business layer, built around citizen needs, operates horizontally across government
“Identity” is owned and managed by government	“Identity” is owned and managed by the citizen
Public data locked away within government	Public data available freely for reuse by all
Citizen as recipient or consumer of services	Citizen as owner and co-creator of services
Online services	Multi-channel service integration
IT as capital investment	IT as a service
Producer-led	Brand-led

The table indicates that the Transformational Government is more user friendly than eGovernment. However, other theories exist, as well, which are developing more user-friendly government, the good governance. One is the Digital Era Governance, represented in the next section.

### Digital Era Governance

The Digital Era Governance (DEG) submitted the thesis that the IT is not simply an element of administrative work, but it is an operative fundament. Since technology changes behaviors and structures, it can generate fast culture-change, as well. The methods of operation and the organizations have to accommodate to the altering social and technological environment.

The three main points of interference are the reintegration of services, the demand-based holistic approach, and the extensive digitalization of administrative operations (see Dunleavy et al., 2006; Dunleavy & Margetts, 2010). The key elements of the DEG are:



**– Reintegration:**

- Reverse of agencification and disruption – with ceasing and mergers;
- Joined-up governance (JUG) – horizontal action-organizations;
- Re-governmentalization – taking back public tasks from the private sphere;
- Strengthen up and revival of central processes;
- Large-scale decrease of expenses of production;
- Re-planning of „back-office” functions, re-engineering;
- Concentration and specialization of procurements;
- Shared services on base of a mixed economy;
- Network-simplification, creating “small worlds”;

**– Demand-based holism**

- Interactive information-giving and searching;
- Restructuring on the ground of demand or client;
- Administration in one step, ask-once processes;
- Data warehousing;
- End-to-end service re-engineering;
- Agile administrative processes;
- Sustainability;

**– Digitalization**

- Providing electronic services and e-Administration;
- Utility computing;
- New form of automated processes (zero touch, RFID);
- Radical disintermediation;
- Channel streaming and client segmentation;
- Directed and mandated decrease of transactional channels;
- Facilitating isocratic administration;
- Open-book government.<sup>3</sup>

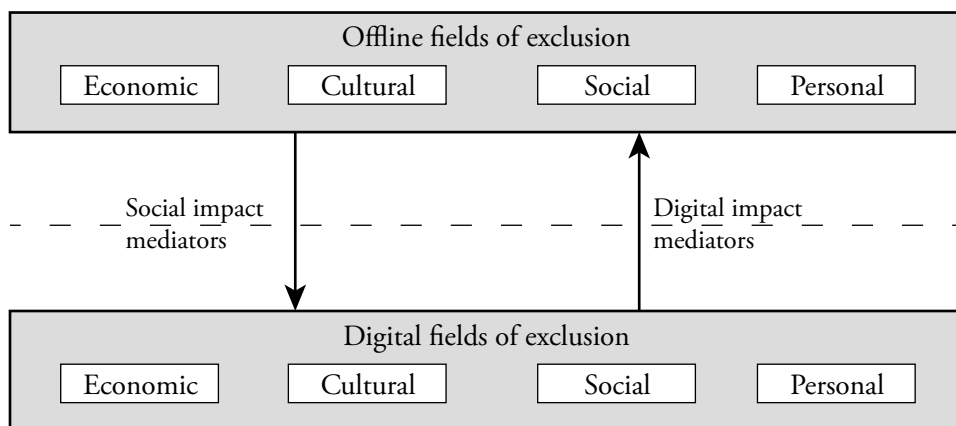
---

<sup>3</sup> For more information on DEG see: Merkovity N. (2011). A New Public Managementtől a Digital Era Governance-ig: Kormányzás paradigmák a nyolcvanas évektől a millenniumi évekig [From New Public Management to Digital

## Barriers of communication

One can understand barriers of eGovernment's usefulness communication if we want to analyze digital exclusion, not inclusion. Van Dijk (2005) argues that distinguishing between material, skills, motivational, and usage access is vital in studying digital exclusion, and research on digital exclusion generally identifies four areas from which one can be excluded: access, skills, attitudes, and types of engagement. In Helsper's model, important aspect is that social impact mediators (specifically, individuals' access, skills and attitudes) may mediate the influence of offline fields of exclusion on digital fields of exclusion (Helsper, 2012). Conversely, digital impact mediators (specifically, the relevance, quality, ownership, and sustainability elements of different types of digital engagement) mediate the influence of digital fields on offline fields of exclusion. Figure 1 shows, how the corresponding fields model imagines that the four fields from which an individual can be excluded offline have corresponding fields of exclusion in the digital world. It also depicts how social impact factors mediate the impact of offline exclusion on digital exclusion and how digital impact factors mediate the impact of digital exclusion on offline exclusion. Importantly, although the fields are conceptually distinct, in practice, they are often linked and their effects compound each other.

Figure 1: Basic corresponding fields model (Helsper, 2012: 406)



Era Governance: Governance paradigms from the eighties until the Millennium years]. *De Iurisprudentia et Iure Publico, Jog- és Politikatudományi Folyóirat*, 2011 5 (3), 108–112.

Although access, skills and attitudes have all variously been targeted by digital inclusion initiatives, these are insufficient, and research and interventions should recognize the importance of people's practical engagement with ICTs. As social exclusion, digital exclusion can be defined and measured in a number of ways, and much could still be learned from the work of economists and sociologists who have analyzed social exclusion. Within the corresponding fields model, digital inclusion is less determined by whether someone uses technologies and more by whether the nature of their use enhances their life. This statement is not uncontroversial. Some argue that what people eventually do or do not do with ICTs is no one's business but their own, as long as they have the skills and access to do so. However, just having the right access, skills and attitudes without actually making broad use of ICTs would surely not improve digital and, therefore, offline exclusion (Witte & Mannon, 2010). The model thus assumes no single form of digital inclusion, and takes the normative stance that engagement with one type of digital resource should not be ranked higher than engagement with another. One can be more or less socially digitally included but this is not better or worse than being economically digitally included because economic, social, cultural, and personal resources are all fundamental to well-being and full participation in society.

The next sections discuss three social impact mediators.

## Access

Without access, no one can use the internet or other ICTs, therefore access is the most basic mediator between offline and digital fields of exclusion. Any operationalization of access to ICTs should go beyond having some kind of access somewhere incorporating aspects like quality, mobility and ubiquity. For example, home access to ICTs offers more freedom to use and to develop digital skills through informal learning than access in other locations. Home access can therefore be used as an indicator of high-quality access (Mumtaz, 2001). Similarly, in the case of the Internet, always on and broadband access should lead to a higher quality experience and broader use. A high number of access platforms, such as PCs, laptops, games machines, and smart phones, as well as a greater mobility in accessing content, for example through wireless or 3G connections, are indicators of ubiquitous access (Georgiou et al., 2010: 21).

## Skills

Certain skills are required for the handling of ICTs and the internet. These skills include knowing how to turn a device on or off but are arguably broader than this. Zillien and Hargittai argue that these skills come with but are not the same as extensive use of applications and platforms (Zillien & Hargittai, 2009). Skills should be measured on a basic technical and operational level, as well as in relation to critical and social skills in working with communication technologies. Creative uses of ICTs are also central, as are the skills that allow for the critical evaluation of trustworthiness and accuracy of content and sources. Livingstone and Helsper argue that the best measures of skill level are those that ask for expertise in a variety of specific tasks combined with measures of overall self-efficacy (Livingstone & Helsper, 2010). The specific measures related to technical, social, creative and critical skills would predict different uses of ICTs more succinctly. Basic access to and use of ICTs might be more strongly associated with general self-efficacy.

## Attitudes

Attitude formation in relation to the usefulness and dangers of ICTs goes beyond perceptions of personal skills. Computer anxiety, for example, is the apprehensions one has regarding use of the ICTs in general, relating to the effect they have on society, freedom and morals. Operationalization of ICT attitudes should probably include opinions about the availability, appropriateness, and regulation of content, as well as attitudes about effects of problematic content such as violence, sexual, political, and commercial content on vulnerable groups or society in general. Attitudes about improvements in productivity, effectiveness and changes in social interaction are also part of this spectrum and can be linked to corresponding offline resources.

These social impacts warn us, that offline and digital exclusions are interdependent. For instance, the offline culture and digital culture are interacting with each other. This works similarly in every society, therefore the solutions could be similar, as well.

## Analysis of the portal eUprava

The site eUprava is central portal of the Serbian eGovernment environment. Taking into the account the history of the establishment and the circumstances of the portal it is clear and transparent, a good produce. The eUprava should serve as the central of information and communication, interaction and transaction portal of Republic of Serbia's government, but it has lot to do to achieve this goal.<sup>4</sup> At the same time, the communication and promotion achievements in the world of eGovernments are not measured with the same standards as the impregnation in government's "electronic life"; it complies with the objectives set by strategy and expectations. The portal is far away from these goals, while also boasts a number of important results. However, some fundamental, inter-related aspects of enforcement are missing, which can significantly improve the quality of the portal's communication. Briefly summarized these may include:

- Enforcement of comprehensive content and navigation logic,
- Intensive service management,
- Intensive interface management,
- Full and continuous usability control,
- Rethink the characteristics of the main page,
- Validation of the authentication strategy,
- Medium-term communication strategy (in addition to the short-term strategic agenda).

The following parts of this section would discuss these above-mentioned points. After the general observations and the trends of use eServices, particularly the eUprava site, the SWOT and PEST analysis and the stakeholder identification and analysis should show the possible strengths and weaknesses of the portal. This chapter will highlight the past and present communication strategies of the portal, it will show several desirable paths to design a better promotion and communication plans of the portal eUprava. Therefore, this chapter is not only a simple analysis of the eUprava portal and recommendation for the future communication strategies, but a gap analysis, as well.

---

<sup>4</sup> E.g. the descriptions of cases are incomplete; it does not help enough the customers to find the information they need. Similar is the situation with the information on legislation, which is an essential element of legal certainty.

## General observations

Well-known fact is that the public side's demand for eServices is not the same for all institutions. There are institutions against which was expected the possibility of electronic administration long time ago (governmental administrations, telephone companies), while other needs were less articulated (shopping centers, non-governmental organizations). It is clear that the demand against governmental and non-governmental organizations to have the possibility of electronic administration (eAdministration) is increasing. However, this does not mean automatic use of eServices from the side of the public. This is the case especially with the governmental eServices, because the public is used to do these services on traditional way, the citizens have more confidence in face-to-face administration. Other reasons can be behind the lack of use, as well:

- The access capability would clearly define the relation to electronic administration, those, who have access, would be more enthusiastic in use of eAdministration than those who do not have access. From the perspective, those, who do not have access, could be enthusiastic in use of eAdministration if they learn the use of eServices. This means that today "non-users" of eServices need motivation tools to get involved in eAdministration.
- The practice of administration was almost exclusively based on the personal presence in the past, the accountability, the personal knowledge of the administrators sometimes were more than the knowledge of the legal and administrative status of the citizen.
- The growth of eAdministrative facilities often does not coincide with the expansion of internet subscription. Citizens who exclude the possibility of eAdministration for most, has already been away from the internet.

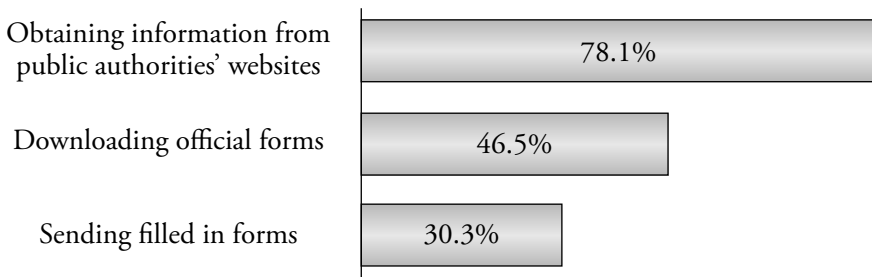
These reasons are warning us that in order to make a functioning promotion/communication plan we have to accept that some citizens will reject the possibility of eAdministration.

## Trends of using eServices in Serbia

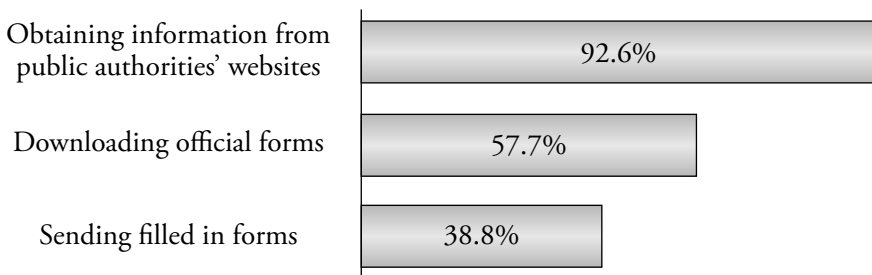
The survey of the Statistical Office of the Republic of Serbia from 2012 shows 47.5% of the households have internet connection and 30.9% of the

internet users use internet services at least once in the last three month before the survey, instead of establishing personal contacts or visiting public institutions or administration bodies (Statistical Office, 2012). This result is showing a growth of 13.6% from 2011, when only 17.3% of internet users use eServices offered by the state (Statistical Office, 2012). The growth between the two data is promising, over 840,000 persons use electronic services of public administration in 2012. However, the compositions of data are not encouraging, see the following two figures:

*Figure 2: For which of the following public administration services did you use the internet? (Statistical Office, 2011)*



*Figure 3: For which of the following public administration services did you use the internet? (Statistical Office, 2012)*



The figures show that the number of those citizens who obtained information from public authorities' web sites increased a lot, from 78.1% to 92.6%. This means that the simple knowledge acquisition increased in highest percentage. The downloading official forms and sending files in forms are higher in 2012 than in 2011, but the growth is much lower than in the case of gathering

information from authorities' sites (11.2% and 8.5%). Altogether, the numbers are encouraging, but there is still room for improvement. These numbers have effect on the use of the portal of eUprava.

The portal's five most frequently used services are:

1. Booking an appointment to apply for identity card and passport
2. Booking an appointment to apply for vehicle registration
3. Purchase a birth certificate
4. Purchase a proof of citizenship
5. Renewal of vehicle registration

The statistics from Google Analytics for September, October and November of 2012 indicates that 76,752 people visited the portal eUprava, from which 63.48% were new visitors and 36.52% had already been on the portal. Altogether, they made 108,080 visits and 654,367 page views. It means that the average visitor opened 6.05 subpages. The average visit duration was 4 minutes and 37 seconds.

According to the report of the Directorate for Digital Agenda, in November of 2012 87,289 active individuals were registered on the portal, and from them 87,104 were registered as an individual (not as a representative or agent of a company or an institution). In addition, the portal had 30 registered legal persons.

### SWOT and PEST analysis of the portal eUprava

More than 350 services are available on the portal from around 130 bodies. The key functions of the portal are the following:

- The use of qualified digital certificates for identification and electronic signature,
- Application for electronic time stamp,
- Horizontal services,
- Distributed editing service and processing of requests,
- Accepting payments with electronic payment order or credit card,
- Email and SMS notifications to the costumers.



The key challenges are the following for the portal eUprava:

- Small number of services are in use by the public; the ePayment is not perfect,
- Some authorities have not set up their services on the portal,
- Services do not use the full potential of the portal,
- There are delays in the processing of services (usually at the local level, but this could happen because of maintenance work during the workday on the portal).

In this section SWOT analysis is employed to discuss strengths (S), weaknesses (W), opportunities (O) and threats (T) of the portal eUprava. Each of the four components of SWOT analysis is further examined according to PEST analysis, which is referring to political (P), economic (E), social (S) and technological (T) determinants. In the first part, we will analyze the eGovernment environment and in the second part the eUprava portal, while the 4.4 chapter will further analyze the weaknesses and threats of the portal.

### *Strengths*

The strengths of Serbia to develop and maintain eGovernment lie in the government's recognition of a need for a portal. This is an important *political* determinant in the PEST model. The government heard the call of the time and this applies to previous governments from the Public Administration Reform Strategy (2004), as well. This characteristic created stability that helps all interested stakeholders to adopt eServices. These bodies are building up a working legal foundation that could create a secure online environment for users. Thus, the Serbian government can strengthen its relationship with the public. The government has encouraged both the public and private sectors to contribute to the growth of eUprava by introducing more than 350 services on the portal.

Regarding *economics*, Serbia – as most of the countries in Europe – is facing difficulties. Despite the austerity measures, the further development of eGovernment portal is still one of the priorities. This gives stability and confidence in a further development of the portal. However, political stability and appropriate policies are not enough to create an awareness of eGovernment. It needs sufficient funds to finance and enhance the system.

Among the *social* strengths of Serbia, the educational system is one that produces a well-educated workforce. There are many domestic corporations, which could be engaged in eServices to cut costs and to improve their operations. They need employees with IT proficiency and the ability to learn fast. A tech-savvy population and a well-educated IT labor force can participate in eGovernment projects and can use these services effectively.

*Technologically*, Serbia is not a high-tech based economy, but it has a well-prepared infrastructure and it could contribute to the rapid development and deployment of eServices. "Technology, IT, ICT or other inventions become out-of-date quickly. Thus, continual innovation and creativity for better products and processes helps organizations and countries tackle the problems of obsolete technology" (Ha & Coghill, 2006: 118).

### *Weaknesses*

Serbia's eGovernment environment still faces some weaknesses regarding the *political* determinant. Traditionally, the public believe that the Serbian Government "always wants to introduce new methods and new approaches to earn more from the public. This belief may cause people to hesitate in trying eServices. Other weaknesses are the public feelings of insecurity and concern about making mistakes. These issues discourage people from tapping into eServices" (Ha & Coghill, 2006: 118) and increase a fear from the "Big Brother". There is still lot to do on data protection and on introduction of EU standards.

In terms of the *economy*, Serbia has still low tradition of online banking. Furthermore, the rate of unemployed people is high, therefore many people have no credit card and they are not able to pay online purchases. This may emerge as one of barriers.

*Socially*, "a large portion of blue-collar workers and the older generation are still computer illiterate. Others may find it difficult to follow instructions on the internet or may be discouraged by computer-related problems." (Ha & Coghill, 2006: 118). Some people may not have the chance to access information online. However, this weakness could originate from the different mentality of the citizens. There is a difference in computer and internet knowledge, skills and even in people's motivation between North-Serbia and South-Serbia. Citizens from the northern part of the state are more ICT centric than the public from the southern part. That is why the services of eGovernment must be alike, simple, easy to learn and transparent.

*Technologically*, less IT-savvy people and the older generation are afraid of computer related problems. Some government websites are not user friendly. Thus, these websites attract few people. Time is another issue.” (Ha & Coghill, 2006: 118–119) Internet users may have to spend a lot of time on the internet, because the internet connection is slow, especially in rural parts of the country. We must acknowledge that the mode of internet connection is changing right in front of our eyes.

### *Opportunities*

In spite of the above-mentioned shortcomings, there are many opportunities for eGovernment (see: Ha & Coghill, 2006). The *political* willingness of political leaders, the supports and helps from other countries and the European Union to build and link countries in the region through a cyber highway creates an opportunity for governments in the region to show their commitment to eGovernment.<sup>5</sup> “With the support from different governments, resources (human capital, physical capital etc.) may pool to develop strategies for planning, implementation, monitoring and the modification of G2G (government-to-government) communication within and between countries.” (Ha & Coghill, 2006: 119)

“Concerning *economics*, people with IT proficiency have better opportunities for employment since computer literacy is becoming a requirement for most industries in Serbia. Thus, people are motivated to learn computer skills. Time constraints are another motive to urge the public to adopt eServices” (Ha & Coghill, 2006: 119). Most businesses that use eServices can save time and effort when shopping for public services online. Now, business competition between competitors is becoming more intensive. The internet “can help businesses to narrow the gaps between ordering, delivering and monitoring the flow of information” (Ha & Coghill, 2006: 119), while the eGovernment could help to create a business friendly “e-space” for this.

*Socially*, new generation of internet users is emerging. They could help to improve the eGovernment and eServices. The only question is how to get involved this generation.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> See for example the Regional school of Public Administration (<http://www.respaweb.eu/>).

<sup>6</sup> The project “e-School” is a good initiative (<http://nasaskola.net/>). Serbia needs more similar initiatives.

Finally, the development of new *technology* applications (even on cell/smart phones) presents opportunities for better, cheaper and more efficient eServices.

### *Threats*

*Politically*, cyber-terrorism emerges as a threat to eGovernment. For example, technological capabilities have greatly advanced and terrorists could use the web to strike critical infrastructure. Serbia is not having such threats, but it has to prepare, because it requires a lot of time, work force and technology to fix such cyber offences. The future developments have to prepare for these threats. Another threat is the change in government. The government must ensure through legal means the eGovernment's undisturbed development (need for stability in the leadership of the eGovernment project and planning for a long-term).

Security breaches are another problem for eGovernment. The weak data protection and security in the legal system and advanced technology make it easy for hackers to penetrate government websites. This will create insecurity among the administration authorities

“who then may not be willing to go online. For example, they may be unsure if their particulars are protected. [...] Internet and computer related crimes, such as hacking, fraud, spam, phishing or identity fraud and theft, would hinder the development of eGovernment. Since the one mode of online payment is by credit card, security becomes a major problem. If problems' relating to security and privacy often occurs, users could hesitate to give credit card details and thus may not want to use eServices.” (Ha & Coghill, 2006: 120)

In order to avoid these problems, careful management is needed. The question of security should be a task and not a threat.

An *economic* threat exists if increases of everyday life flow through to higher charges for broadband subscriptions of internet, which financially burden the users. To prevent this, it would be useful if the government takes into consideration the purchase and installation of common access points with appropriate support across the country.

“*Social* threats include the rapid development of telecommunication such as mobile and SMS technology.” (Ha & Coghill, 2006: 120) The lower cost of cell phones provides an incentive for people to switch from the internet to

cell phones. News headlines are easier to reach via cell phones. Information about current affairs and carrying out some other activities is faster through cell phones rather than by using eServices. That is why the eGovernment plan of Serbia should include the question of cell phones (for instance development of – mobile – m-services), too.

The dependence of people on *technology* may produce adverse effect on people: serving technology, instead of technology serving people. (Ha & Coghill, 2006). “For example, if users are not well equipped with IT skills and knowledge, it can take those hours to retrieve corrupted documents. Moreover, a proportion of Serbians may not have equal opportunity to access the internet there are not enough access points at libraries and community centers and this brings us back to the need of free terminals and motivated and well-prepared persons who are in the centre of the flow of information and a good role models in the local micro-societies.

The results of the analysis above already highlighted some major problems: what should take into a consideration during the development of a communication plan for the portal eUprava. The following table analyzes the portal, its relations and communication from the past.

Table 2: SWOT and PEST analysis of the portal eUprava

PEST / SWOT	Strength (S)	Weaknesses (W)	Opportunities (O)	Threats (T)
Political aspect (P)	Motivated people	Lack of legal framework	First steps already taken	Some governmental administrations (even ministries) developing their own eAdministration portal; lack of cooperation
	First horizontal linkages between some administration authorities have been made	Weak public authority of eUprava	Making government and public administration more transparent	Uncertain management structure (the portal is between two ministries)
	Early (but in some cases not qualitative) involvement of many stakeholders	Not all the stakeholders engaged	After comprehensive development the portal could be the leading eGovernment portal in the region	Weak political support behind the portal
	Plans for the mid-term development (until 2013)	Limited understanding of eUprava's role in some ministries	Revolution of the public sector	Public administrators are requested to change their work habits
Economic aspect (E)	Early involvement of many stakeholder	Portal needs more engaged economic stakeholders	Opportunity to educate the businesses on eAdministration and eServices	Deepening of the economic crisis
	First horizontal linkages have been made	Delays in the processing of services	Could have a high level of culture of eAdministration	Austerity measures could result slower spread of eUprava portal
	Plans for the mid-term development	Low number of registered companies	Saving expensive labor costs	Weak economic support behind the portal
	Digital certificates for identification and electronic signature on the ID cards	ePayment	No cash in hand, only electronic banking	Low support of stakeholders to eUprava

PEST / SWOT	Strength (S)	Weaknesses (W)	Opportunities (O)	Threats (T)
Social aspect (S)	Growing number of registered users	No real one-stop-shop	Opportunity to educate the public on eAdministration and eServices	No culture of eAdministration
	Use of multilingualism	Level of multilingualism	Bridging the gap in digital divide (with education)	Decelerating growth in internet penetration
	Email and SMS notifications	No clear communication and/or promotion plan	Free terminals and eCounsellors	Frustration of digitally illiterate persons
	High use of appointment booking function	Limited understanding of eUprava's role in general public	Developing a culture of eAdministration	Distrust in public towards the portal
	Clear portal, simple for use	Small number of services are in use	Reducing citizen's dependence on civil servants	Making the eAdministration mandatory for the public (e.g. with card readers)
Technological aspect (T)	Use of W3C standards	The transparency of the portal	Better and cheaper eServices	Electronic crisis, computer viruses, worms and computer bugs

The table reflects only the main characteristics of the eUprava. The arrows are showing the interdependencies between the issues. We will further discuss these interdependencies in the next chapter, because they are crucial for the action plan explained in the section 4.9.

### Weaknesses and the threats of the portal

The designed portal is viable. The strengths and the opportunities confirm this. Although the content is not rich, it can be extended anytime. Bigger problem is that the portal is not in touch with citizens: small number of registered citizens is on the portal. Good, new or redesigned products on the portal and promotion and communication strategy could help increasing the number of the public on the portal. First, we have to take a closer look to some characteristics of the portal eUprava before we outline a strategy. Second, we will further analyze the stakeholders of the portal, what we partly did during the SWOT and PEST analysis.

*The business users and the citizen users*

Today the eUprava provides very small number of services for non-citizen users (G2B). Registration of all types of legal and physical entities works without a legal background, which is possible from legal point of view, because it can be handled as based on informed consent, however the fact that there is no real legal background behind the portal decreases the trust in a such entity.

The enterprises could be “good costumers” of the portal, because they could generate a higher turnover. One company always has some matters with the administration. Declarations, assertions, certificates, applications etc. are the documents what they need in their everyday life. While the citizens apply for birth, citizenship and other certificates – in good case – once in a lifetime, renew their ID cards or passports every 5–10 years, renew their vehicle registration every year. The citizen users of the portal would not generate real traffic on the portal and it is even questionable, whether is it worth to learn them for one time the electronic procedures (by the next usage it will be most probably different – improved). The business users are those who could generate traffic, and the citizens will be also familiar with the electronic processes through the “official” use. The enterprises need real services and reliable legal background.

Moreover, the enterprises are those entities where the government may require eAdministration. The prerequisite for this is to create and offer on the portal as many one-stop-shop administrations as can. Those employees, accountants, auditors and lawyers who will do the administration for their companies will be the experts of the eUprava; they could be the carriers of the eService and eAdministration culture in Serbia. They could educate their relatives and friends how to use the portal, also this is the reason why should not differ significantly the business part from the individuals part of the portal. Consequences of this are:

1. Need for more real one-stop-shop functions on the portal,
2. The logic of the business part and the individuals part of the portal should be similar,
3. It would be useful after the redesign of the services and introduction of new services for legal entities if some administrations of the enterprises would be mandatory to do online on the portal eUprava.



*The transparency of the portal*

We would emphasize two elements under the transparency. The first is the legal embeddedness of the portal. Most of services on the eUprava are made by the mercy of the administrative bodies. If the administrative body had willingness, sources and time, they offered their – or some of their – services on the portal. Meantime, some of the administrative bodies are still creating their own eAdministration/eGovernment site. For instance, these bodies are Tax Administration, Serbian Business Registers Agency and National Employment Service, etc. This situation puts the eUprava portal among those sites, which are offering eGovernment services, but it does not make it into prominence portal. eUprava needs legal background. The portal should have clear role among the different portals, moreover, it should be “the” eGovernment portal according to law, and not one of the many eGovernment portals.

The second is the authentication, data protection and security. Generally, the public knows very little about the functioning of the portal eUprava. These elements should emphasize on the portal. The relevant ministry could help to establish the data protection and the security statement of the portal. Now only the User Guide contains some information about these elements, but it exists only in Cyrillic version (no English or other languages). The explanation of protection of personal data could build confidence among the citizens and this could result higher number in use of the portal. The portal should follow the recommendations of the EU,<sup>7</sup> it should be committed to the privacy, and it should prove that the data from citizens would be safe in the hands of the portal.

*Horizontal relations*

The horizontal relations already mentioned in the previous, 4.4.2. part of this section. The portal eUprava builds on the equal relation of the administration. Although they are equal, the portal should become the “e-centre” of the administrations. This could be reach by law, but the operator of the portal shall also endeavor to build a good relationship with other administration bodies. This could help to implement the above-mentioned law; the other administrations would not feel the joining to eUprava as an extra load.

---

<sup>7</sup> For example follow the recommendations of the European Commission - Article 29 working group on data protection ([http://ec.europa.eu/justice/policies/privacy/workinggroup/wpdocs/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/justice/policies/privacy/workinggroup/wpdocs/index_en.htm))

It could be a problem, that the portal has no clear responsibility policy. What should happen if some services are unavailable, but the customer has no time to go to the office, or a deadline is approaching? Who is responsible if the customer claims that he sends the document, but the authority does not see it? These are the questions for the law and these legal regulations should be adopted as soon as possible.

It is also important to make obvious to other horizontal partners that the eUprava portal is the solution for the future and building a total separate portal is worthless. On the other hand, the total centralization of eServices is impossible; some functions will always remain separate (for example some issues related to labor administration). The clear and transparent authentication, data protection and security would help in this task of the portal, as well. Building trust with public also means building trust with horizontal bodies.

### *ePayment*

The payment and payment methods are important elements of an eGovernment portal. One of the newest functions of eUprava portal is ePayment. There are two types of issues in this relation. The first issue is that the portal accepts only DINA cards. For the involvement of the big international payment providers, it would be necessary to solve the issue of the transparent coverage of the commissions. Offering ePayment with cards of more than one provider (including the big international payment systems) could generate higher number of portal users.

The second issue is the information flow. At the current level, when there is no online electronic service it is not big obstacle, however for real online eGovernment services the service provider has to be aware of the information on the payment. This information necessitates serious improvement by all concerned service providers.

### *Multilingualism*

Serbia has more than 10 minorities. The eUprava portal has six translations, five in the languages of minorities (Croatian, Hungarian, Romanian, Ruthenian and Slovakian) and one in English. The problems with non-Serbian versions are that they are not complete translations. For instance, in every language the last two links among the "Individuals" part are in Serbian Cyrillic letters (Persons with disabilities and Human rights). The same is with the Business

section (Cadastre and Energy). If the portal is committed to multilingualism, it has to have complete translations of the portal. The same applies for the User Guide, which is now only in Serbian Cyrillic alphabet (and it is not available in English version). This is strange, because the Help function has translations to other languages, and it is more or less the same as the User Guide. To have fully functioning portal the translations should be complete in every language. The portal would attract more users and it would be a good PR tool in the hand of the operator.

It might be worth to consider making a German language version of the portal, too. Many German enterprises are in Serbia and many Serbians are working in Germany. One can easily imagine that the German version of the portal would be more popular than the English one.

#### *Communication attempts from the past*

The portal eUprava has/had promotion gifts (pen drives, T-shirts, mugs, notebooks etc.). These are important tools of passive communication. However, more important are those, which we can hardly find. For instance, the user name "PortaleUprava" uploaded three videos to the YouTube video sharing site two years ago.<sup>8</sup> One is on performing services on eUprava portal; the second is on log in to the portal and the third is on electronic certificates of the post. These videos are in use on the portal, when a user needs help, for instance when she or he needs help with the log in the video can serve as a guide. The only problem is that this video is not a promotion or communication tool of the portal. Similar is the situation with the Twitter account of eUprava.<sup>9</sup> In the eye of internet users, these communication channels are for help desk functions and not for promotion purposes.

The only actual communication/promotion channel is the Facebook channel of the portal.<sup>10</sup> News and information about the happenings of Serbian eGovernment and the portal eUprava are available here. However, we must not forget that Facebook is popular in Serbia, but not all the internet users are on this channel and even not all registered Serbian Facebook users are following this channel (the eUprava Facebook page has a little less than 1,700 followers).

---

<sup>8</sup> <http://www.youtube.com/user/PortaleUprava?feature=watch>.

<sup>9</sup> <https://twitter.com/eUprava>.

<sup>10</sup> <http://www.facebook.com/eUprava>.

It is necessary to rethink the “help desk channels” and communication channels of the portal, and to separate these in order to have more targeted promotion channels for the portal.

### The stakeholder identification and analysis

We already differentiated some of the stakeholders during the SWOT and PEST analysis. Now we have to set the priority among the stakeholders. This will mean the identification of the audience addressed in the communication plan. The audience consists of the persons that will receive the messages as well as any possible affected parties by the delivered messages.

High priority stakeholders are:

- *Host agencies* (Directorate for Digital Agenda - Ministry of Foreign and Internal Trade and Telecommunications). eGovernment development and role of eUprava communicated to host agencies of services to ensure smooth collaboration. It is essential to communicate success stories.
- *Political leadership*. Continuous communication is necessary to ensure the support for eUprava throughout all stages, from the beginning to the enactment.
- *Users of government services* (non-registered users or offline users). It is necessary to learn them and understand their needs. Introduction to the services of eUprava, quick and satisfying reaction to their needs and confidence building are the most urgent agendas.

Medium priority stakeholders are:

- *Users of eUprava services* (registered users or online users). Strengthen their commitment to eUprava.
- *Government agencies not involved in eGovernment yet*. All ministries, government agencies and administrations that provide public services need to join the eUprava. The success stories could be good rallying calls.

Low priority stakeholders are:

- *Potential business partners*. (These are companies willing to offer public private partnership in implementing the goals and aims of eUprava portal.)

No need for active communication, passive communication is enough. Active communication need only upon expressed interest of companies or after the improvement of the portal.

Three key questions to ask from every stakeholder are:

1. What do we need from them?
2. Where are they standing?
3. What do they need from us?

The following table will answer these questions:

*Table 3: Stakeholder analysis*

Stakeholders	What do we need from them?	Where are they standing?	What do they need from us?
Host agencies	Buy-in for redesign of services (if needed)	Basic understanding of eUprava	Clear communication of support from leadership level
	Readiness to implement and roll out agreed redesign of eServices (if needed)	Basic understanding of eGovernment programmes from abroad	Clarification on mode of collaboration
Political leadership	Clear communication of support	Awareness of eUprava	Regular updates on status of eUprava development
	Legislative and legal background	Only sporadically involved in actively building support within government agencies	Information on whom to contact at what stages to express support and urgency

Stakeholders	What do we need from them?	Where are they standing?	What do they need from us?
Users of government services	Perception of eGovernment as important	Hardly any awareness of eUprava	Information on importance of eGovernment and eUprava
	Strong demand for new eServices	Sceptical about internet and/or low digital literacy	Education, building a digital culture of using eGovernment
Users of eUprava services	Good communication of the portal	Awareness of Serbian eGovernment development	Simple functions, easy access to the portal
	Feedbacks about the portal	Active internet users	Transparent processes of eServices
Government agencies not involved in eGovernment yet	Basic understanding of eGovernment effort	Sceptical about redesigning services	Information on benefits of joining eGovernment effort
	Readiness to join	Basic awareness of Serbian eGovernment development	Success stories
Potential business partners	Active approach towards government if willing to offer cooperation	Interest in cooperation with government	Information on benefits of joining eGovernment effort
	Enabling faster implementation of eUprava projects	Basic awareness of Serbian eGovernment development	Success stories

## Conclusion

It is obvious that the portal eUprava has low media awareness, but it seems that the portal's operators are uncertain and cautious when it comes to marketing communication. The acceptable reason for this could be that the service is not perfect and it is not worth of promotion. We did not see active and conscious PR from the portal. It seems indispensable that PR should be a tool for

educational purposes to enhance public awareness and overcome the differences between North and South Serbia. The same is the situation with marketing communication; from an actual starting point, an action plan could outline the strategy how to increase eUprava's visibility and the traffic on the portal.

This paper cannot give ultimate answers to the desirable communication of the portal eUprava, but its recommendations for eGovernment portal and promotion plan are good basis for a Communication Strategy plan. The organization behind the portal has weak marketing communication and PR competence. In order to be successful in promotion and communication of the portal increased attention should be paid to the online and offline audience. One person should be appointed who could be responsible for the Communication Strategy and who could manage the eUprava portal's promotion campaigns.

## References

- Barber, B. R. (1984). *Strong Democracy: Participatory Politics for a New Age*. Berkeley: University of California Press.
- Borras, J. (2012). The OASIS Transformational Government Framework. *European Journal of ePractice*, 15, 26–51.
- van Dijk, J. A. G. M. (2005). *The Deepening Divide: Inequality in the Information Society*. Thousand Oaks: Sage.
- Dunleavy, P., Margetts, H., Bastow, S. & Tinkler, J. (2006). *Digital Era Governance: IT Corporations, the State and E-Government*. Oxford: Oxford University Press.
- Dunleavy, P. & Margetts, H. (2010). 'The second wave of digital era governance', paper presented at American Political Science Association Conference, 4 September 2010, Washington.
- EC – European Commission (2009). *Ministerial Declaration on eGovernment Malmö*. Accessed 28/02/2013. URL: <https://ec.europa.eu/digital-agenda/sites/digital-agenda/files/ministerial-declaration-on-egovernment-malmo.pdf>.
- EC – European Commission (2010). *The European eGovernment Action Plan 2011-2015: Harnessing ICT to promote smart, sustainable & innovative Government, Brussels*. Accessed 28.02.2013. URL: <https://ec.europa.eu/digital-agenda/en/european-egovernment-action-plan-2011-2015>.
- Georgiou, M., Haddon, L., Helsper, E. & Wang, Y. (2010). Existential field 8: Special Focus Pieces. In *Family Platform Project*. London: LSE.
- Ha, T. T. H. & Coghill, K. A. (2006). E-government in Singapore – A SWOT and PEST analysis. *Asia-Pacific Social Science Review*, 6(2), 103–130.
- Helsper, E. J. (2012). A Corresponding Fields Model for the Links between Social and Digital Exclusion. *Communication Theory*, 22(4), 403–426.
- Karabulut, A., Braet, D., Lindstrom, D. & Niederhauser, D. (2009). Student Level of Commitment and Engagement with Ning as a Learning Management System. In Maddux, C. D. (ed.), *Research Highlights in Technology and Teacher Education 2009*. Chesapeake: SITE, pp. 125–132.
- Livingstone, S. & Helsper, E. J. (2010). Balancing Opportunities and Risks in Teenagers' Use of the Internet: The Role of Online Skills and Family Context. *New Media & Society*, 12(2), 309–329.



- Merkovity, N. (2011). A New Public Managementtől a Digital Era Governance-ig: Kormányzás paradigmák a nyolcvanas évektől a millenniumi évekig [From New Public Management to Digital Era Governance: Governance paradigms from the eighties until the Millennium years]. *De Iurisprudentia et Iure Publico, Jog- és Politikatudományi Folyóirat*, 5(3), 100–120.
- Mominó, J. M. & Meneses, J. (2007). Digital Inequalities in Children and Young People: A Technological Matter? In *2nd International Convention on New Millennium Learners: Schools, ICT and Learning*. Florence (Italy), 2007.
- Mumtaz, S. (2001). Children's Enjoyment and Perception of Computer Use in the Home and the School. *Computers in Education*, 36(4), 347–362.
- Pew Internet (2012). *Digital Differences*. Accessed 23.02.2013. URL: <http://pewinternet.org/Reports/2012/Digital-differences.aspx>.
- Prieto-Martín, P., de Marcos, L. & Martínez, J. J. (2012). The E-(R)evolution will not be Funded. *European Journal of ePractice*, 15, 62–89.
- Schlusser, A. E., Shavitt, S., & Kanfer, A. (1999). Survey of Internet Users' Attitudes toward Internet Advertising. *Journal of Interactive Marketing*, 13(3), 34–54.
- Statistical Office of the Republic of Serbia (2011). *Usage of Information – Communication Technologies in the Republic of Serbia, 2011*. Accessed 01.03.2013. URL: <http://webrzs.stat.gov.rs/WebSite/public/PublicationView.aspx?pKey=41&pLevel=1&pubType=2&pubKey=728>.
- Statistical Office of the Republic of Serbia (2012). *Usage of Information – Communication Technologies in the Republic of Serbia, 2012*. Accessed 01.03.2013. URL: [http://webrzs.stat.gov.rs/WebSite/repository/documents/00/00/78/89/Saopstenje\\_2012\\_engl.pdf](http://webrzs.stat.gov.rs/WebSite/repository/documents/00/00/78/89/Saopstenje_2012_engl.pdf).
- Szittner, K. (2011). e-Ügyintézés Magyarországon [e-Administration in Hungary]. Budapest: e-Government Alapítvány.
- UN – United Nations (2012). *E-Government Survey 2012: E-Government for the People*. New York: United Nations.
- Witte, J. C. & Mannon, S. E. (2010). *The internet and social inequalities* New York: Routledge.
- Zillien, N. & Hargittai, E. (2009). Digital Distinction: Status-specific Types of Internet Usage. *Social Science Quarterly*, 90(2), 274–291.

Difficulties for eGovernment promotion in Serbia:  
The analysis of eUprava Portal

# Berluskonijev identitet u italijanskoj štampi

Marija Koprivica Lelićanin<sup>1</sup>

Italijanski institut za kulturu, Beograd

doi:10.5937/comman1327033K

**Rezime:** U radu se ispituju razlike u prikazivanju i kreiranju identiteta Berlusconijske kao političkog aktera u najtiražnijim italijanskim nedeljnim listovima. Kao vremenski referentni okvir uzeta je 2011. godina zbog društveno-političkih promena u Italiji. Analiza je urađena na korpusu 233 uvodna komentara (editorijala) iz italijanskih nedeljnika L'Espresso i Panorama (152 817 reči). Teorijski okvir predstavljaju postavke van Dejka o povezanosti medija, ideologije i društva, odnosno kategorije ideološke analize diskursa (van Dijk u Wodak 2005). Istraživački metod objedinjuje principe korpusne lingvistike i kritičke analize diskursa. Postupak podrazumeva razvrstavanje jezičkog materijala u klastere prema ključnim odlikama profila novinskog aktera. Tako dobijenu matricu poredili smo prema novinskim izvorima. Rezultati su potvrdili većinu van Dejkovih strategija za prikazivanje i kreiranje ideologije i ukazali na gotovo polarizovana jezička sredstva za njihovo ostvarivanje.

**Ključne reči:** Berlusconi, identitet, italijanska štampa, ideologija

## Uvod i kontekst

Novine su najtradicionalnije sredstvo masovnog izveštavanja. Ujedno su i najčitanija vrsta teksta u savremenom društvu (Sabatini, 1990: 668). Prema podacima Italijanskog zavoda za statistiku u 2010. oko 55% populacije starije od šest godina čita novine makar jednom nedeljno, 39,3% pet puta nedeljno, a čak 20,6% Italijana čita novine preko interneta (Istat).

---

<sup>1</sup> Kontakt sa autorkom: mkoprivica@strategicpoint.rs.

Nesumnjiv je uticaj novina u obaveštavanju, ali i kreiranju javnog mnjenja. U ovom poslednjem smislu veliku ulogu imaju uvodni komentari (editorijali) i autorske rubrike. Ovi članci nemaju prvenstvenu svrhu da izveštavaju, već da kritički rezimiraju protekle događaje. Zbog neprikrivene persuzivnosti (Lee & Lin, 2006) u editorijalima i autorskim rubrikama nailazimo na markirano stanovište novinara, te su interesantni za izučavanje odnosa jezika i ideologije (Hacket & Zhao, 1994).

Godina 2011. obeležena je brojnim događajima: smrt Bin Ladena, Gadafi-ja, ekološka nesreća u Japanu, itd. Međutim, događaj koji je najviše potresao Italiju je promena vlade i odlazak Silvija Berlusconijsa sa mesta premijera. Stoga smo detaljno analizirali portret Berlusconijsa u dvama italijanskim nedeljnicima u skladu sa metodama kritičke analize diskursa i korpusne lingvistike.

## Predmet i cilj

Predmet našeg istraživanja je pisani diskurs italijanskih novina, tačnije diskurs editorijala i autorskih rubrika u dva najtiražnija italijanska nedeljna lista.

Cilj rada je prikazati kojim se lingvističkim sredstvima novinari služe u prikazivanju i kreiranju identiteta društvenih aktera, na primeru italijanskog političara Berlusconijsa. Izdvojili smo Berlusconijsa jer mu je u 2011. posvećena najveća medijska pažnja.

## Hipotetički okvir i istraživačka pitanja

U radu smo pošli od opšte hipoteze da postoji veza između novinskog diskursa i ideologije, kao i da je ta veza markirana u tekstovima u kojima novinari kritički rezimiraju najvažnije događaje (editorijali i autorske rubrike).

U okvirima ove opšte hipoteze, postavili smo sledeća istraživačka pitanja:

**P1:** Da li postoje razlike u prikazivanju istog društvenog aktera u ova dva italijanska nedeljna lista? Kako se imenuje isti društveni akter u različitim sup-korpusima? Kako se gradi njegov identitet?

**P2:** Koji stavovi u vezi sa ideologijom proizilaze iz korpusa o dotičnom identitetu i da li postoje razlike u subkorpusima? Koje strategije za otkrivanje ideologije prema van Dejku (van Dijk u Wodak, 2005) najprisutnije u ova dva nedeljnika?

## Teorijski okvir

Novinari imaju moć da kontrolišu najuticajniji javni diskurs, te stoga imaju posebnu ulogu u obrazovanju dominantnog znanja i ideologija u društvu (van Dijk, 2005). Pošto predrasude nisu urođene nego društveno stečene i to najviše putem diskursa, javni diskurs simboličke elite (pored novinara, tu spadaju i političari, nastavnici, naučnici, pisci itd.) jeste primarni izvor zajedničkih predrasuda i ideologija (van Dijk, 1993).

Akteri u vestima i novinama stara su omiljena tema lingvisti koji se bave medijima (Hardt-Maunter, 1995: 11), a kako su u akteri opisani u diskursu upravo zavisi od naših ideologija (van Dijk u Wodak, 2005: 735). Obično se članovi iste grupe opisuju neutralno ili pozitivno, a ostali van iste grupe negativno. Isto tako, mogu se ublažiti negativni opisi naših članova, a naglasiti pripisane negativne osobine Drugih (van Dijk, 2005: 735). Van Dejk ističe da se ideološki obojen diskurs može smestiti u jednu od tačaka ideološkog kvadrata koji je omeđen tačkama: isticanje Naših dobrih osobina, isticanje Njihovih loših osobina, ublažavanje Naših loših osobina, ublažavanje Njihovih dobrih osobina (van Dijk, 2005: 734).

Model van Dejka (2005) u prikazivanju i kreiranju ideologije podrazumeva opis aktera, pozivanje na autoritet, teret (*burden*), kategorizaciju, konsenzus, poređenje, da... ali (*disclaimer*), hipotetičke rečenice (*counterfactuals*), eufemizam, očiglednost (*evidentiality*), hiperbolu, implikaciju, egzemplifikaciju, ironiju, leksikalizaciju, glorifikaciju sopstvenog nacionalizma, metaforu, igru brojki, polarizaciju, presupoziciju, negativno predstavljanje drugih, neodređenost i nesigurnost (*vagueness*) i viktimizaciju.

U radu ćemo najpre predstaviti portret Berluskonija kroz jezički materijal koji odgovara na različitim poljima identiteta ovog društvenog aktera, a zatim ćemo u tako dobijenoj matrici utvrditi van Dejkove strategije za iskazivanje ideoloških stanovišta.

## Metod

U radu primenjujemo kombinovan metod kritičke analize diskursa i korpusne lingvistike. S obzirom na to da je reč o metodološkoj sinergiji koja tek poslednjih godina ima sve više pristalica, sumiraćemo osnovne karakteristike oba pristupa. Korpusna lingvistika je kvantitativna, vođena podacima, analizira

reprezentativne uzorke, postiže statističku relevantnost i širinu, te su stoga moguće generalizacije, studije su replikabilne i objektivne. S druge strane, kritička analiza diskursa je kvalitativna, vođena teorijom, analizira individualne kontekstualne primere, postiže se društvena relevantnost i dubina, ali politička angažovanost vodi ka subjektivnosti.

Iz svega prethodnog nameće se kombinacija oba pristupa. Zanimljivo je da ova ideja nije nova (v. Krishnamurthy, 1996; Stubbs, 1994) naročito imajući u vidu ne toliko dugo postojanje oba pristupa (Baker et al., 2008: 274). Još je zanimljivije, međutim, da je do pre nekoliko godina bilo svega desetak radova koji zagovaraju kombinovane tehnike, ali i da u poslednjih nekoliko godina interesovanje znatno raste. U novijoj zbirci Ferkloua (Fairclough et al., 2007) gotovo da je svaki peti članak iz KAD-a urađen na osnovu korpusne lingvistike.

Bejker (Baker et al, 2008: 295) preporučuje devet faza u korpusnim istraživanjima kritičke analize diskursa (*corpus assisted CDA*) koje donosimo u nastavku.

1. Analiza konteksta teme kroz istoriju/politiku/kulturu/etimologiju. Identifikovati postojeće diskurse/strategije kroz šire čitanje, referentne druge KAD studije.
2. Uspostaviti istraživačka pitanja/procedure sastavljanja korpusa.
3. Korpusna analiza frekvencija, klastera, ključnih reči, disperzije, itd. – identifikovati potencijalna mesta interesovanja u korpusu sa mogućim diskursima/strategijama, povezati ih sa onima iz literature.
4. Kvalitativna ili KAD analiza manjeg, reprezentativnog broja podataka (npr. konkordance pojedinih leksičkih jedinica ili posebnog teksta ili grupe tekstova unutar korpusa) – identifikovati diskurse/strategije.
5. Formulirati nove hipoteze ili istraživačka pitanja.
6. Dalja korpusna analiza zasnovana na novim hipotezama, identifikovati dalje diskurse/strategije, itd.
7. Analiza intertekstualnosti ili interdiskursivnosti zasnovana na nalazištima iz korpusne analize.
8. Formulirati nove hipoteze.

## 9. Dalja korpusna analiza, identifikovati dodatne diskurse/strategije, itd.

U našoj analizi sledili smo navedene korake. S obzirom na dimenzije našeg istraživanja, ovde ćemo prikazati samo prva četiri Bejkerova koraka. Najpre smo se upoznali sa kontekstom u Italiji u 2011, zatim smo postavili pitanje kako li se isti događaji odnosno isti društveni akter prikazuje u različitim novinskim izvorima. Priredili smo korpus članaka i pripremili za rad u softverskom programu *Antconc* za automatsko pretraživanje teksta. Uradili smo korpusnu analizu ključnog pojma (Berlusconi) i razvrstali jezički materijal u neposrednom okruženju ove reči prema semantičkim poljima (više u odeljku o postupku). Najzad smo povezali ova semantička polja sa strategijama iz literature, konkretno sa van Dejkovim postavkama o ideologiji.

### Korpus

Naš korpus ukupno sadrži 233 članka i 152.817 reči iz nedeljnika *Panorama* i *L'Espresso* iz 2011. godine (v. Tabela 3). Naš korpus spada u srednje-velike korpuse (Bolasco, 1999: 204)<sup>2</sup>. Smatramo ga reprezentativnim jer smo uzeli u obzir (gotovo) sve onlajn dostupne članke iz jednogodišnjeg perioda za dva italijanska nedeljnika.

U supkorporus *Panorama* ušli su svi onlajn dostupni editorijali iz 2011. Prema veličini i sastavu supkorporusa *Panorama* sastavili smo i supkorporus *L'Espresso*. Subkorporus *Panorama* se sastoji od ukupno 109 članaka i 66.098 reči, a subkorporus *L'Espresso* od 124 članka i 86.719 reči.

### Postupak

Korpusna analiza počinje sa ispitivanjem relativnih frekvencija u oba supkorporusa i daljeg detaljnijeg ispitivanja konkordanci. Najvažniji parametri su nam ključnost (*keyness*) i kolokacija. Ključnost je statistički značajna frekvencija reči ili klastera u korpusu koji se analizira u poređenju sa nekim drugim referentnim korpusom. Kao referentni korpus korišćen je višemilionski italijanski korpus ItWac. Ključnost nam otkriva o kojim se temama radi u celokupnom

---

<sup>2</sup> Nerepresentativni korpus 15.000 reči, mali korpus oko 15.000 reči, srednji korpus oko 45.000 reči, srednje-veliki oko 100.000 reči i veliki korpus oko 500.000 reči i više (Bolasco, 1999: 204).

korpusu (posmatra ga kao homogeni skup). Istovremeno, pomoću kolokacija i konkordansnih linija saznajemo u kojim tekstovima je ta ključna tema (u našem korpusu Berlusconi) najzastupljenija.

Kolokacija je neuobičajena frekvencija zajedničkog pojavljivanja dve reči u prethodno definisanom opsegu, obično od pet reči sa svake strane reči koja se ispituje (tzv. čvor, v. Sinclair, 1991). Semantičko proširenje kolokacije je semantički diskurs/prozodija. Analiza značajne leksike dopunjava se ispitivanjem konkordanci odnosno prikazivanjem reči ili klastera u neposrednom ko-tekstu. Konkordanske linije mogu da se dalje svrstavaju prema potrebama istraživanja (Baker et al. 2008) i u tome se ogleda kritička misao samog istraživača. Mi smo konkordanske linije razvrstali prema osnovnim novinarskim pitanjima *ko, šta, gde, kad, kako* i *zašto*. Da bismo dobili još jasniji profil, dodali smo još pitanja *kakav, čiji, ako... onda*. Tako smo dobili potpun profil koji obuhvata sledeće klasterne: *persona* (ko), *qualitas* (kakav), *factum* (Šta radi? Aktivno i pasivno?), *possessio et relatio* (Šta poseduje?), *locus* (gde), *tempus* (kad), *modus* (kako), *causa* (zašto) i *consequentia* (Ako... onda?).

Na ovaj način, relativno brzim pretraživanjem i razvrstavanjem jezičkog materijala dobijamo identikit Berlusconi u dva najtiražnija italijanska nedeljnika. Svaka konkordanska linija se može dalje produbljivati u odnosu na ko-tekst i kontekst. Istovremeno, pokazaćemo kako ovako usko okruženje jedne konkordanske linije razvrstano na različita polja koja predlažemo, može da ukaže na širi diskursni proces i ideološku strategiju.

## Analiza i diskusija

U analizi smo krenuli od ključnosti. U oba supkorpusa najveću ključnost imaju *Berlusconi* i *governo* (*vlada*). Stoga zaključujemo da je najprisutnija tema u ova dva italijanska nedeljna lista upravo domaća politika, odnosno ličnost bivšeg premijera i italijanska vlada.

Zajedničke reči za oba supkorpusa sa najvećom ključnošću su: *Berlusconi*, *governo*, *politica*, *crisi*, *Gheddafi*, *Pd* (*partito democratico*), *Napolitano*, *Silvio*. Konstatujemo da se među ovih osam reči, pojavljuju se čak tri politička aktera, a mi ćemo analizirati identitet Berlusconi s obzirom na njegovu najveću ključnost.



## Profil Berluskonija u nedeljnom listu *L'Espresso*

U supkorpusu *L'Espresso* za reč *Berlusconi* dobili smo 222 kolokacije. Parametre smo podesili na po pet reči sa leve i desne strane i razvrstali konkordance prema pitanjima *ko, šta, gde, kad, kako, zašto* i dodali još *kakav, čiji, ako... onda*. Polazeći od kolokacije, preko ko-teksta, dolazimo do različitih klastera identiteta, a za svaku kolokaciju i konskordansnu liniju možemo posmatrati u okviru celog članka ili korpusa. Izdvojili smo neke primere i preveli ih na srpski.

**KO? (persona):** *Anti italiano; Berlusconi è l'uomo della mafia. E' un palermitano che parla meneghino; il dittatore di nuovo tempo; l'imprenditore e il politico; il personaggio; un personaggio preoccupante; l'icona di un'Italia gaia e spensierata; joker, clown, buffone; il profilo buffonesco* (antiitalijan; Berlusconi je čovek mafije. on je Palermitanac koji priča milanski; diktator novog vremena; preduzetnik i političar; lik; zabrinjavajući lik; ikona vesele i bezbrižne Italije; džoker; klovn; lakrdijaš; lakrdijaški profil).

**Kakav je? (qualitas):** *Inadatto a governare; ineffabile; L'uomo giusto per governare questo Paese; malato di sesso; incapace di ogni rapporto costruttivo* (neprikladan da vlada; neizreciv; pravi čovek da vodi ovu zemlju; seksualni bolesnik; nesposoban za bilo koji konstruktivni odnos).

### Šta radi? (factum)

**Aktivno (activum):** *urla tanto; promette; confessa; non ama il dialogo; non se ne vuole andare; mostra le stesse caratteristiche dei dittatori; divide gli elettori in amici e in comunisti; ha negato che una crisi ci fosse; nulla ha fatto per abbatterlo (il debito pubblico); non ha una politica; non ha una politica estera; non ha creato nessun regime politico; Berlusconi & C hanno annunciato mirabolanti opere pubbliche; già entrato in campagna elettorale; non demorde, non è disposto a fare un passo indietro; ha ragione: l'Italia non è la Grecia; si rilassava in una delle sue ville in Sardegna; etc.* (puno više; obećava; priznaje; ne voli dijalog; neće da ode; pokazuje karakteristike diktatora; deli birače na prijatelje i komuniste; negirao da postoji kriza; nije ništa učinio da smanji javni dug; nema politiku; nema spoljnu politiku; nije stvorio nikakav politički režim; Berlusconi i kompanija su najavili zadivljujuće javne radove; već ušao u izbornu kampanju; ne popušta,

nije spreman da učini korak unazad; ima pravo: Italija nije Grčka; odmarao se u jednoj od svojih vila na Sardiniji; itd.).

**Pasivno i/ili kao objekat (*passivum vel obiectum*):** *avrebbe dovuto pensionare Silvio Berlusconi* (trebalo je penzionisati Silvija Berluskonija).

**Šta poseduje? Šta se na njega odnosi? (*possessio et relatio*):** *passatempi serali; amorazzi di Berlusconi; la megalomania di Berlusconi; una evidente sconfitta di Berlusconi; una passione malsana per Berlusconi; l'ultimo pastrocchio*; etc. (večernje rasonode; Berluskonijeva ljubakanja; Berluskonijeva megalomanija; očigledan Berluskonijev poraz; nezdrava strast prema Berluskoniju; poslednja spletk; itd.)

**Gde? (*locus*):** *L'Italietta* (Mala Italija).

**Kad? (*tempus*):** *dopo 17 anni; dopo diciassette anni di tensioni continue, immoralità legislativa e incapacità di affrontare la crisi economica* (posle 17 godina; nakon sedamnaest godina stalne napetosti, zakonodavnog nemorala i nesposobnosti da se suzbije ekonomska kriza).

**Kako? (*modus*):** *con cinismo politico; come al solito; come sempre* (sa političkim cinizmom; kao i obično; kao i uvek).

**Zašto? (*causa*):** *per reati gravissimi* (zbog veoma teških krivičnih dela).

**Ako... onda? Šta ako? (*conditio vel consequentia*):** *rilancio dell'economia. Cioè a patto che Berlusconi e i suoi cari vadano a casa. Molto presto.; il Paese è pesantemente indebitato e maturo per cambiare governo; I fischi e i cori che hanno accompagnato Silvio Berlusconi; se cade Berlusconi cade tutto il Polo* (oporavak privrede; to jest pod uslovom da Berlusconi i njegovi dragi (saradnici) odu kući; veoma uskoro; zemlja je teško zadužena i zrela za promenu vlasti; zvižduci i povici koji su ispratili Silvija Berluskonija; ako padne Berlusconi, pašće cela njegova partija).

U prikazivanju identiteta Berluskonija u supkorporusu nedeljnika *L'Espresso* dominira negativna slika. Berlusconi je mafijaš, klovn, preduzimač, nema politiku, megaloman, vodi Italiju u propast.

Nekolicina afirmativnih primera su u službi kritike društva i ironije, što ćemo sad i argumentovati proširenjem ko-teksta.

*.....L'uomo giusto per governare questo Paese è Silvio Berlusconi da Arcore Brianza. Lui ha capito subito, da sempre, che gli italiani si governano così: a parole, a vane promesse e bugie colossali....* (Pravi čovek da vodi ovu zemlju je Silvio Berlusconi iz mesta Arkore Brijanca. On je odmah shvatio da se Italijanima oduvek upravlja rečima, praznim obećanjima i kolosalnim lažima...)

U ovako lokalizovanom jezičkom sadržaju, koncentrisanom oko reči najveće ključnosti, analiziranu samo u okviru jedne konkordansne linije (ko-teksta) primećujemo neke od van Dejkovih strategija za opisivanje ideologije kao npr: opis aktera (v. polje *persona*) i kategorizacija (*persona* i *qualitas*). Najprisutnije je negativno predstavljanje drugih (*persona*, *qualitas*, *factum*, *modus*, *conditio vel consequentia*), kao i teret (kod nas *consequentia*) koji za sobom nosi.

Interesantno je da čak i „objektivnije“ kategorije kao što su mesto i vreme (pretpostavljamo da u predstavljanju mesta ili vremena nije jednostavno uneti lični sud) takođe otkrivamo ironiju i negativni stav. Deminutiv *L'Italietta* kao da implicira na nekakvu malu i jadnu Italiju. Vremenski period od sedamnaest godina je period ispunjen mrakom, tenzijama, nemoralom.

U ovako formiranom profilu Berlusconija u nedeljniku *L'Espresso* preovladava negativni opis aktera, teret, bogata negativna leksikalizacija i polarizacija.

### Profil Berlusconija u nedeljnom listu *Panorama*

Analizirali smo ukupno 250 kolokacija za *Berlusconi* u supkorporusu *Panorama*. Navešćemo neke od primera u formiranju identiteta.

**Ko? (*persona*):** *è un leone in gabbia. L'incarnazione del Male Assoluto, come lo dipingono i suoi avversari, è in realtà un pacifista convinto, un moderato portato alla mediazione che rifugge ogni soluzione violenta dei problemi; fondatore della Seconda repubblica; Cavaliere; Silvio Berlusconi è stato tutto, uomo di famiglia, padre, marito italiano...* (on je lav u kavezu; oličenje Apsolutnog Zla, kako ga

prikazuju njegovi neprijatelji, a u stvari je uvereni pacifista, umerenjak sklon ka posredovanju koji izbegava bilo koje nasilno rešenje problema; osnivač Druge republike; vitez; Silvio Berlusconi je bio sve, porodični čovek, otac, italijanski muž...).

**Kakav je? (*qualitas*):** *si può rispettosamente sussurrare che Berlusconi non è eterno; eletto democraticamente* (može se prošaputati sa poštovanjem da Berlusconi nije večan; demokratski izabran).

### Šta radi? (*factum*)

**Aktivno (*factum activum*):** *non si abbatte; ha sanato cinquant'anni di controversie coloniali fra Italia e Libia; è impensabile che Berlusconi si dimetta; a essere in crisi non è solo Berlusconi ma la politica;* (ne obeshrabruje se; sanirao je pedeset godina kolonijalnih kontroverzi između Italije i Libije; nezamislivo je da Berlusconi da ostavku; u krizi nije samo Berlusconi nego politika).

**Pasivno i/ili kao objekat (*factum passivum vel obiectum*):** *viene inchiodato dai magistrati di Milano; ma Berlusconi viene giudicato per i suoi comportamenti pubblici; è finito nella polvere grazie ai casi Noemi; che ancora una volta Berlusconi sia rimasto vittima di un particolarissimo accanimento giudiziario; prima anomalia di questo Paese: Silvio Berlusconi, condannato a difendersi; colpire Berlusconi; Vogliono la testa di Berlusconi per riprendersi il potere* (zakucan od strane sudija iz Milana; Berluskoniju se sudi za njegovo javno ponašanje; završio je u prašini zahvaljujući slučajevima kao što je Noemi; još jednom je Berlusconi žrtva posebne sudske žestine; prva anomalija ove zemlje; Silvio Berlusconi, osuđen da se brani; pogoditi Berluskonija; hoće Berluskonijevu glavu da bi zauzeli vlast).

**Šta poseduje? Šta se na njega odnosi? (*possessio et relatio*):** *la rinuncia di Berlusconi alla candidatura del 2013; l'autonomia da Berlusconi; la carriera politica di Berlusconi; la strategia di Berlusconi; personalità di Silvio Berlusconi; La guerra giudiziaria a Berlusconi; i comportamenti privati di Silvio Berlusconi; Ma gli eventuali «peccati» di Berlusconi sono un fatto intimo e privato; L'orgia di pettegolezzi su Berlusconi, etc.* (Berluskonijevo odustajanje od kandidature

za 2013; Berluskonijeva autonomija; Berluskonijeva politička karijera; Berluskonijeva strategija; ličnost Silvija Berluskonija; sudski rat protiv Berluskonija; privatno ponašanje Silvija Berluskonija; eventualni Berluskonijevi „gresi“ su intimna i lična stvar; orgija tračeva o Berluskoniju, itd.).

**Gde? (*locus*):** *in tutti i dibattiti televisivi* (u svim televizijskim debatama).

**Kad? (*tempus*):** *il dopo Berlusconi; a un mese di distanza dalla fine del governo Berlusconi, dicono che il differenziale dei nostri titoli è rimasto lì dov'era e che la borsa ha continuato a perdere terreno;* ((vreme) posle Berluskonija; mesec dana nakon kraja Berluskonijeve vlade, kažu da je razlika u našum obveznicama ista kao što je i bila i da je berza nastavila da gubi tlo).

**Kako? (*modus vel optatio*):** *con l'odio per Berlusconi; Forza presidente Berlusconi; avanti con Berlusconi* (sa mržnjom prema Berluskoniju; napred, predsedniče Berlusconi).

**Zašto? S kojom namerom? (*causa vel finis*):** *pur di battere Berlusconi.* (samo da bi pobedili Berluskonija).

**Ako... onda? Šta ako? (*conditio vel consequentia*):** *a patto che Berlusconi si fosse dimesso; Senza Berlusconi non avremmo avuto il bipolarismo tipico di tutti; Non può esserci dopo il governo Berlusconi un governo purchessia; oltre Berlusconi c'è solo il vuoto; Manca l'alternativa a Berlusconi* (pod uslovom da se Berlusconi povuče; bez Berluskonija ne bismo imali bipolarizam koji je tipičan za sve; ne može posle Berluskonija da bude bilo kakva vlada; posle Berluskonija ima samo praznina; nedostaje alternativa za Berluskonija).

U analizi konkordansnih linija često smo morali da proširujemo ko-tekst jer nam dobijeni sadržaj (pet reči sa leve i pet sa desne strane) često nije bio dovoljno informativan i jasan, kao što je to bilo u subkorpusu *L'Espresso*. Pretpostavljamo da je razlog u samim sredstvima u prikazivanju identiteta. U *L'Espresso* smo videli da preovladavaju polja persona i qualitas koji su po prirodi vezani za samu reč Berlusconi. Neophodna su, ipak, dalja istraživanja čitljivosti (*readability*) i sintakse u oba supkorpusa koja bi dodatno proširila zapažanja.

U supkorporusu *Panorama* Berlusconi je političar, strateg, osnivač moderne Republike, pacifista, *Cavaliere*, porodičan čovek, itd. Njegove afere su za ostali svet nebitne, deo njegovog ličnog života i izbora (relativizacija).

Ratničkom terminologijom i pasivnim konstrukcijama Berlusconi se u nedeljniku *Panorama* dodeljuje uloga žrtve ogovaranja, afera i sudskih procesa. Za razliku od supkorporusa *L'Espresso*, identitet Berlusconi se ne gradi toliko kroz polja persona i *qualitas*, takođe su retke hiperbola i strategija negativnog predstavljanja drugih. Berlusconi nema potrebe da se u društvu hvali, dok se na sudu (i u istom tom društvu) brani. Na polju persona primećujemo elemente nacionalne glorifikacije (*padre, marito italiano*), s obzirom da mu je dodeljena uloga italijanskog oca i muža. Međutim, njegov identitet se najviše gradi kroz viktimizaciju. On je žrtva koju treba hrabriti, braniti i podržati. Ovde se još pojavljuje i optativni način jer je jezički materijal predstavljen u formi političkog navijanja i ohrabivanja (*Forza presidente; Avanti con Berlusconi (Napred predsedniče)*). Njegovi gresi se relativizuju i ublažavaju, a hipotetičkim rečenicama (van Dejkova strategija *counterfactuals*) ukazuje se na bespomoćnost i prazninu ukoliko se Berlusconi povuče sa vlasti.

### *Panorama vs L'Espresso*

Upoređićemo predstavljanje Berlusconijevog identiteta u dva najtiražnija italijanska nedeljnika. Identitet u supkorporusima je različito predstavljen, i sadržajno i instrumentalno. Pregledom samo naslova i ključnosti isplivava razlika u imenovanju Berlusconi.

U izdanju *Panorama* oslovljava se imenom, prezimenom, funkcijom (*premier*) i titulom (*Cavaliere*). U *L'Espresso* imenom, prezimenom, ređe funkcijom, skoro nikad titulom, ali zato skraćenicama za ime *B.* i skraćenicom za titulu *Cav.* Budući da se skraćenice upotrebljavaju kad nam je nešto teško, dugačko, u svakom slučaju "mrsko" da izgovorimo i u ovoj pojavi naslućujemo ideološki stav novinara prema identitetu političkog lidera.

Dok je u novinama *L'Espresso* Berlusconi lik (*personaggio*) koji nije stvorio nikakvu politiku u listu *Panorama* je ličnost (*personalità*) sa političkom karijerom. S leve strane je antiitalijan, a s desne otac, italijanski muž itd.

U novinama *L'Espresso* najprisutnije strategije za iskazivanje ideologije su opis aktera (Berlusconi), negativno predstavljanje drugih, kao i teret koji za sobom nosi. U listu *Panorama* najprisutnija je viktimizacija, a poseban oblik

*modus*-a je tzv. *optatio* kojim se nastoji pružiti direktna i neskrivena podrška tadašnjem premijeru.

Van Dejkove strategije za iskazivanje ideologije u našem korpusu dokazuju gotovo očigledne tendencije. Prikazivanje identiteta kroz bogatu leksikalizaciju u jednom supkorpusu i viktimizaciju u drugom, utiče na ukupnu polarizaciju i predstavljanje *nas* protiv *njih* u oba slučaja.

## Zaključak

Štampa, kao i drugi mediji, imaju veliku ulogu u kreiranju javnog mnjenja. Za razliku od drugih sredstava masovnog informisanja prednost štampe može se opisati latinskom izrekom *Verba volant, scripta manent*. Jedan nedeljnik može da se čita i po nekoliko dana, a ostavljen na dohvata ruke npr. u dnevnoj sobi dostupan je svim članovima porodice duže vreme, onda kad ko poželi.

U italijanskim nedeljnicima članci od najveće persuzivnosti, te stoga i uticaja na čitaoce, su editorijali i autorske rubrike. Svrha ovih tekstova nije toliko informativna, koliko argumentacijska i persuzivna. Autori jasno iskazuju mišljenje, te odražavaju ideološko stanovište novina za koju pišu. Naš korpus se sastoji od 233 editorijala iz dva najtiražnija italijanska nedeljnika, *Panorama* i *L'Espresso*. Korpus je potvrdio da je Berlusconi ličnost od najveće ključnosti u 2011. u Italiji. Iako je predstavljanje društvenog aktera u štampi tema tipična za područje kritičke analize diskursa, njena sredstva nam nisu bila dovoljna za rad na srednje velikom korpusu (Bolasco, 1999: 204) od 152 817 reči. Stoga smo sledili istraživačke korake lingvista iz Lankastera (Baker) o kombinovanju kritičke analize diskursa sa sredstvima korpusne lingvistike.

Jezički materijal smo kritički analizirali prema van Dejkovim strategijama za postizanje ideologije u diskursu (van Dijk, 2005). Naime, model van Dejka (2005) u prikazivanju i kreiranju ideologije obuhvata opis aktera, pozivanje na autoritet, teret (*burden*), kategorizaciju, konsenzus, poređenje, da... ali (*disclaimer*), eufemizam, očiglednost (*evidentiality*), hiperbolu, implikaciju, egzemplifikaciju, ironiju, leksikalizaciju, glorifikaciju sopstvenog nacionalizma, metaforu, igru brojki, polarizaciju, prezupoziciju, negativno predstavljanje drugih, neodređenost i nesigurnost (*vagueness*) i viktimizaciju.

Predložili smo jednostavnu organizaciju i razvrstavanje jezičkog materijala prema osnovnim novinskim pitanjima i tako formirali osnovna polja *persona*,

*factum (activum vel passivum)*, *tempus*, *locus*, *modus*, *causa* i još dodali proširena polja *qualitas*, *relatio et possessio*, *conditio vel consequentia*. Tako smo pokazali da i samo jedna konkordansna linija može da ukaže na širi diskursni proces, odnosno ideološku strategiju.

Supkorpusi su se pokazali polarizovani i ideološki suprotstavljeni. Identitet u supkorpusima je različito predstavljen, i sadržajno i instrumentalno. Pregledom samo naslova i ključnosti isplivava razlika u imenovanju novinskog aktera. U nedeljniku *Panorama* se oslovljava imenom, prezimenom, funkcijom (*premier*) i titulom (*Cavaliere*). U listu *L'Espresso* oslovljava imenom, prezimenom, ređe funkcijom, skoro nikad titulom, ali zato skraćenicama za ime *B.* i skraćenicom za titulu *Cav.*

U opisivanju i građenju identiteta listu *L'Espresso* se služi, pre svega, predstavljanjem aktera kroz ličnost premijera i njegove osobine, dok u nedeljniku *Panorama* dominira viktimizacija kroz rečenice u kojima je Berlusconi ili objekat ili subjekat pasivne rečenice. Ovakvom pasivizacijom doprinosi se slici Berlusconiya koji trpi nekakvu nepravdu. Kao podvarijanta načina samo u *Panorama* javlja se i optativni način, kao forma političkog navijanja i ohrabrivanja.

Celokupan postupak koji podrazumeva i istraživanje konteksta i odgovor publike upotpunio bi i sad već jasno suprotstavljene ideologije i predstavljanje identiteta.



## Literatura

- Baker, P., Gabrielatos, C., Khosravinik, M., Krzyzanowski, M., McEnery, T. & Wodak, R. (2008). A Useful Methodological Synergy? Combining Critical Discourse Analysis and Corpus Linguistics to Examine Discourses of Refugees and Asylum Seekers in the UK Press. *Discourse and Society*, 19(3), 273–305.
- Bhatia, V. K., Flowerdew, J. & Jones, R. H. (2008). *Advances in Discourse studies*. London and New York: Routledge.
- Bolasco, S. (1999). *Analisi multidimensionale dei dati*. Roma: Carocci.
- Fairclough, N., Cortese, G. & Ardizzone, P. (eds.) (2007). *Discourse and Contemporary Social Change*. Bern: Peter Lang.
- Hackett, R. & Zhao, Y. (1994). Challenging a Master Narrative: Peace Protest and Opinion Editorial Discourse in the United States Press During the Gulf War. *Discourse and Society*, 5(4), 509–541.
- Hardt-Mautner, G. (1995). 'Only Connect': Critical Discourse Analysis and Corpus Linguistics. *UCREL Technical Paper 6*. Lancaster: University of Lancaster.
- Lee, F & Lin, A. (2006). Newspaper Editorial Discourse and the Politics of Self Censorship in Hong Kong. *Discourse and Society*, 17(3), 331–358.
- Krishnamurthy, R. (1996). Ethnic, Racial and Tribal: The Language of Racism? In C.R. Caldas-Coulthard & M. Coulthard (eds.) *Texts and Practices: Readings in Critical Discourse*. London: Routledge.
- Sinclair, J. (1991). *Corpus, Concordance, Collocation*. Oxford: Oxford University Press.
- Stubbs, M. (1994). Grammar, Text, and Ideology: Computer-assisted Methods in the Linguistics of Representation. *Applied Linguistics*, 15(2), 201–223.
- van Dijk, T. (2005). Politics, Ideology and Discourse. Elsevier Encyclopedia of Language and Linguistics. In Wodak R. (ed.), *Volume on Politics and Language*. Oxford: Elsevier, pp. 728–740.
- van Dijk, T. (1993). *Elite Discourse and Racism*. Thousand Oaks, CA: Sage.

## BERLUSCONI'S IDENTITY IN THE ITALIAN PRESS

**Summary:** *In this paper we analysed the differences in representation and creation of Berlusconi's identity in the two Italian largest circulation weekly magazines. As a representative time period we chose the year 2011 because of important social and political changes in Italy. The corpus consists of 233 editorials from magazines L'Espresso and Panorama (totalling 152 817 words). The study is based on the theoretical framework of van Dijk on ideology and society and on categories of ideological discourse analysis (van Dijk 2005). Some categories of ideological discourse analysis are: actor description (meaning), authority, burden, categorization, comparison, consensus, counterfactuals, disclaimer, euphemism, evidentiality, example, generalization, hyperbole, irony, lexicalization, metaphor, national self-glorification, number game, polarization, negative other presentation, norm expression, us-the, categorization, populism, positive self-presentation, vagueness, victimization (van Dijk 2005). The method includes the principles of corpus linguistics and critical discourse analysis. In this broad theoretical and methodological framework we developed the procedure that requires classification of linguistic material in clusters according to key characteristics of Berlusconi's profile. In the end, we compared the matrix in two newspapers. The results confirmed the majority of van Dijk's strategies and emphasized the contrasts of linguistic material in sub-corpus.*

**Key words:** *Berlusconi, identity, Italian press, ideology*

# Umetnička muzika u virtuelnom svetu multimedije

Smiljka Isaković<sup>1</sup>

Fakultet za kulturu i medije, Megatrend univerzitet

doi:10.5937/comman1327049I

**Rezime:** *Koncerti umetničke muzike uvek su bili mesta muzičkog doživljaja, ali i mesta društvene aktivnosti, što se menja u novom milenijumu eksplozivnog razvoja tehnologija.<sup>2</sup> Dostupnost muzičke umetnosti je sve veća, a konkurencija globalna. Muzika je druga po redu na listi popularnosti sadržaja interneta – veliki deo umetničke muzike već se nalazi u domenu neograničenog korišćenja, posebno muzika koja je stvarana pre nekoliko vekova. Individualna dostupnost dovela je do laganog gašenja socijalnog faktora, druženja kroz muziku. Publika postaje asocijalna i otuđena. Ceo ritual primanja i predavanja na koncertu je ugrožen, ali i kvalitet onoga što nam nudi internet. YouTube, sa milionima muzičkih priloga nabacanih bez kriterijuma, dovodi do apsurdna definiciju visokog kvaliteta muzičke umetnosti. Pomalo razmaženoj, ali otpornoj umetničkoj muzici, predstoji duga borba pozicioniranja u novom hrabrom virtuelnom i multimedijalnom svetu.*

**Ključne reči:** *umetnička muzika, koncert, virtuelni svet, multimedija*

## Novi mediji u novom dobu

Teoretičar medija Maršal Makluan (Marshall McLuhan, 1911–1980) istraživao je fenomen komunikacije kao univerzalnog načina ljudskog društvenog kontakta (McLuhan, 2001). Smatrao je da je ono što medij poručuje manje

<sup>1</sup> Kontakt sa autorkom: smiljkais@gmail.com.

<sup>2</sup> Rad predstavlja deo istraživanja na projektu „Unapređenje javnih politika u Srbiji u funkciji poboljšanja socijalne sigurnosti građana i održivog privrednog rasta“ broj 47004, koji finansira Ministarstvo prosvete i nauke Republike Srbije.

važno od načina na koji se to saopštava, iz čega je proizašao njegov čuveni aksiom *Medij je poruka*. Makluan smatra da nije bitna sadržina, važan je sam medij, a kako su mediji, po Makluanu, produžeci naših čula, menjajući se, oni radikalno transformišu našu okolinu i nas, utičući na sve što radimo. Makluan je razvoj ljudskog društva predstavio kroz tri faze – prvu karakteriše pojava i razvoj ljudskog govora (audio-taktilna kultura), drugu razvoj štampe (vizuelna kultura), a treću pojava elektronskih medija, koji omogućuju sasvim novu vrstu kulture uslovljenu razvojem visokih tehnologija. Stalno zabavljen pitanjem medija, koji su ga do kraja života intrigirali, Makluan je medije podelio na vruće i hladne, sa dosta nejasnim definicijama. Vrući mediji imaju visok stepen određenosti, pružaju obilje materijala, zahtevaju relativno pasivnu publiku, intenzivno angažuju samo čulo vida – to su štampa, radio, film i fotografija. Hladni emituju poruke nižeg stepena određenosti, traže intenzivno učešće publike, angažuju više čula, to su telefon, televizija i direktna komunikacija. Moramo imati u vidu da on, nažalost, nije dočekaio carstvo interneta, eksploziju virtuelne stvarnosti i sve ono što je predviđao kao maštovit teoretičar (globalno selo, svetska satelitska mreža, svet kao globalni teatar), pa su neke od njegovih revolucionarnih ideja ostale nedorečene.

Živimo u svetu koji je Makluan predvideo (McLuhan, 2001) – ekranska pismenost preuzima mesto Gutenbergove. Postali smo ekranski ljudi i od nas se traži, pre svega, ekranska pismenost, kao što se nekad pretpostavljala pismenost štampane reči. Vizuelni alati razvijaju se sve brže, pomognuti sve moćnijom digitalnom tehnologijom. Tekst, zvuk i pokret već su stopljeni u jedinstveni intermedijalni virtuelni prostor, koji se permanentno nalazi u „oblaku“ sve postojeće i stalno prisutne globalne mreže interneta. Svakodnevna primena današnje interaktivne multimedijalnosti postavlja pred savremene muzičare, kompozitore i izvođače zahtev i uslov da se prilagode vremenu, pa je primenjena visoka tehnologija u muzici postala očekivana i skoro prirodna realnost. Od sasvim jednostavnih kompozicija sa „pridruženom magnetofonskom trakom“ do komplikovanih softverskih i digitalnih transmutacija, kompozitori i izvođači su se navikli, ili se navikavaju, na prisustvo „svemirskih“ mikrofona, audio-tehnike, laptopova i ostalih tehnoloških spravica i programa kako u tonskom studiju, tako i na sceni.

*Mediamorphosis* (promena, metamorfoza, transformacija medija) termin je kojim Rodžer Fidler (Fidler, 1997) krajem dvadesetog veka obeležava tehnološ-

ku evoluciju komunikacije. Znamo da se mediji transformišu i zbog socijalnih, kulturoloških, političkih i ekonomskih promena, kao odgovor na kompleksnu interaktivnost društvenih i tehnoloških inovacija. Ali, razvoj visokih tehnologija i digitalnih instrumenata menja proces i sadržaj ljudskih komunikacija i medija na sasvim poseban način. Uostalom, po Makluanu (McLuhan, 2001), društvo se tokom istorije uvek menjalo pod uticajem novih medija. Transformacija medija na globalnom planu obeležena je koegzistiranjem sa starim formama, postepenom metamorfozom starih medija u nove i izazovima koje usvajanje novih medija donosi. Do sada su, kroz istoriju civilizacije ljudi prošli kroz tri medijamorfoze: pojavu govora, pisane reči i digitalnog jezika. Poslednja medijamorfoza obeležena je pojavom električne energije, telegrafa, fotografije, elektro-mehaničkih uređaja i elektronske tehnologije, zatim pojavom kompjutera i interneta (Fidler, 1997). Ova do sada najmasovnija promena delovala je na globalno, ali i trenutno povezivanje miliona ljudi, pa je tako ubrzala i masovno menjanje svesti na globalnom nivou.

Digitalni jezik se, kao i oba jezika pre njega, govorni i pisani, razvija od starih formi i medija, ali digitalni jezik, za razliku od pisanog i govornog, omogućuje komunikaciju između mašine i čoveka, ali i *mašine i mašine*. U digitalnom jeziku je ono što čovek razlikuje kao tekst, sliku i zvuk, irelevantno, jer se sve predstavlja u bitovima. Ceo kosmos odvija se u binarnom sistemu između nule i jedinice. Mi smo još uvek u ranoj fazi ove transformacije, koja je sve brža i sve kompleksnija. Sva tri nivoa ljudske komunikacije, interpersonalna (jedan-na-jedan), multipersonalna – informativna, i multipersonalna – dokumentarna (radio i televizija) spojeni su u koncept multimedijalnih interaktivnih medija koji na nas imaju dubok i dalekosežni uticaj.

Metamorfoza u medijima odvija se u šest principa (Fidler, 1997). To su *koegzistencija* (medijske forme opstaju i razvijaju se zajedno u kompleksni, prilagodljivi sistem, stare forme utiču na nove), zatim postepena *transformacija* novih medija iz starih, *rasprostriranje* (dominantne forme starijih medija ostaju i u novim), *opstanak* (starije forme se adaptiraju i evoluiraju da bi opstale), *moćnost i potreba* (za uspeh novih medija potrebna je tržišna potražnja i potreba, kao i motivacioni faktori kao što su socijalni, politički, ekonomski ili neki drugi), i kao poslednji, faktor *usporenog usvajanja* (novim tehnologijama uvek treba duže nego što se očekuje, da bi postigle komercijalni uspeh).

## Muzika i tehnologija

Muzika je, za razliku od nekih drugih formi i pojavnih oblika umetničkog izražavanja, vezana za vremenski faktor interpretacije. Svako muzičko izvođenje potpuno je novo, neponovljivo i nepredvidljivo: isto delo izvodi se različito u zavisnosti od izvođača; sa istim izvođačem isto delo svaki put se drugačije interpretira; učinak u odnosu na publiku takođe podleže istom faktoru (isto delo, isto izvođenje, različit uticaj na publiku, drugačija vrednosna recepcija u istorijskom vremenu). Akt interpretacije u muzici jedinstven je događaj i nemoguće ga je potpuno predvideti. Ono što se događa na podijumu, sceni, muzičko-scenski događaj, događa se ekskluzivno samo jednom, u samo tom određenom vremenskom intervalu dok izvođenje traje. Taj nedokučivi moment stvaranja, *ovde i sad*, rezultat je talenta, kreativnosti i nadahnuća umetnika na sceni, u sinergiji sa kompozitorom i publikom. O ovom odnosu – nekom drugom prilikom.

Dok se moderna tehnologija i njeni podsistemi jako brzo menjaju i razvijaju, ljudska sposobnost za prilagođavanje sporije prati ove procese (Adižes, 2002). Jedino u umetnosti, koja je po svojoj prirodi konceptualna, aktivnostima koje podstiču kreativne procese, čovek može premostiti ovaj raskorak, ali i sama umetnost se menja. Promene u muzici i muzičkim obrascima događaju se ne samo zbog modernizacije muzičkih sredstava, nego i zbog već pomenute medijamorfoze, metamorfoze samih medija. U slučaju muzike to su promene u načinu muzičke komunikacije koje nastaju zbog primene visokih tehnologija u oblasti stvaranja muzike, kao i u procesima tehničkih i ekonomskih mehanizama koji vladaju distribucijom i izvođenjem muzike.

Postoji nekoliko elemenata promene koje u muziku unose nove tehnologije i novi mediji na globalnom planu (Blaukopf & Zembylas, 2012). Prvi element je svakako *dominacija muzike koja se izvodi i distribuira elektronski*. Već dosta dugo se vodi debata da li je uticaj savremene tehnologije na muziku demokratizacija ili nešto drugo. U svakom slučaju, na taj način se smanjuje procenat promocije i izvođenje „žive” muzike, smanjuje se kreativni doprinos publike, koja se od *učesnika* događaja pretvara u *svedoka*, ne udiše isti vazduh sa umetnikom, stvara se sindrom lenje publike (*couch potato* – krompir na kauču), brenda savremenog, nezainteresovanog konzumenta umetnosti.

Što se tiče muzičke prakse, 2009. godine stvoren je prvi YouTube simfonijski orkestar, sastavljen na način do tada nezamisliv. Naime, muzičari koji su želeli da nastupe kao članovi orkestra u Karnegi Holu u Njujorku, svoje interpretacije postavili su u vidu klipova na YouTube, a glasali su globalno gledaoci YouTubea. Od preko tri hiljade postavljenih video klipova na audiciji, vox populi izabrao je prvo dvesta finalista, a zatim i pobednike u kategorijama instrumenata koji su bili potrebni. Pobednicima je plaćen put do Njujorka, gde su prvo održane, ipak, normalne probe, „oči u oči“ s dirigentom, a zatim i koncert. Od izabranih devedeset finalista iz trideset zemalja, od 15–55 godina, neki nikad nisu pre toga svirali van svojih zemalja, a naravno ni u tako prestižnoj koncertnoj dvorani. Finalne probe su trajale samo tri dana, pod dirigentskom palicom Majkla Tilsona Tomasa, za program u okviru kojeg su izvedena dela Baha, Mocarta, Vilja Lobosa, Vagnera, Čajkovskog, Harisona, Kejdža, kao i kompozicija specijalno napisana za ovu priliku – *Internet Simfonija br. 1, Eroica*, kineskog kompozitora Tan Duna. Koncert je bio veoma uspešan, a muzičari su poručili da će kroz ovakvu praksu klasična muzika dospeti do šire publike, kao i do više mladih, koji su glavni korisnici sajta YouTube. Ovo je bio redak primer korišćenja sajta YouTube za propagandu muzike visokog kvaliteta, što inače često nije slučaj. Pod uticajem ovog presedana, oformljen je i Oldeboro YouTube omladinski orkestar u Velikoj Britaniji povodom Olimpijskih igara 2012. Takođe su mladi muzičari postavili svoje klipove za audiciju na YouTube, glasalo se kao i u prethodnom primeru, a prijavilo se preko šest stotina zainteresovanih učenika muzičkih škola, konzervatorijuma i članova omladinskih orkestara širom Evrope, Azije, Amerike i Okeanije. Najbolji su nastupili u orkestru koji je svirao Olimpijsku temu na otvaranju Olimpijskih igara i učestvovao u muzičkim aktivnostima Kulturne Olimpijade, koja se odvijala paralelno sa sportskom.

Element promene takođe čini i *teže obezbeđivanje autorskih prava (copyrights) za klasične izvođače*. Muzika je druga po redu na listi popularnosti sadržaja interneta, a veliki deo umetničke muzike već se nalazi u domenu neograničenog korišćenja – autorska prava su nezaštićena, posebno u domenu izvođaštva (Passman, 2003).

Valter Benjamin (2008) nagovestio je jedan od elemenata promene statusa klasičnih umetnosti u svom čuvenom eseju „Umetničko delo u veku svoje tehnike reprodukcije“ iz 1936. godine – u slučaju muzike se sada događa *da se gubi osećaj da muzika ima jedinstvenu auru*. Osećaj učesnika u živom koncertu

svodi se na *svedoka* u elektronskom prenosu. Razdvaja se muzičko izvođenje od muzičke diseminacije, a poznato je da je zvučni osećaj sasvim različit u živom i u „prenesenom“ izvođenju. Direktna komunikacija muzičara na sceni i publike nestaje, kao i socijalna funkcija muzike sa živog koncerta, koji je do sada bio kako društveni, tako i umetnički doživljaj. I umetnici i publika postaju ikebana u modernom svetu virtuelne zabave, pa tako publika sveta može uživati u direktnim prenosima (*live streaming*) koncerata kulturnog dirigenta Gustava Dudamela, koji postaje globalna muzička zvezda, ali je mali broj odabranih koji su na licu mesta u Kaliforniji i mogu pratiti svaku nijansu koncertnog izvođenja simfonijskog orkestra koji on vodi. Već nekoliko godina i naša publika može subotom uveče na drugom i trećem programu *Radio Beograda* slušati *live streaming* odabranih opera iz Metropolitan opere u Njujorku, dok su prenosi opera u bioskopima postali standard širom Amerike, a od skora i kod nas.

Zbog napretka visokih tehnologija i onoga što je moguće slušati na aparatima visoke audio-definicije, posebno na visoko profilisanim slušalicama koje savremeni konzumenti najviše koriste, *očekivanja koncertne i operске publike se menjaju* – očekuje se jači zvuk, a samim tim *menja se osećaj za prostornu akustiku živog koncerta*. Prirodan zvuk izvođenja na sceni kao da ne zadovoljava onoga koji je navikao na sterilisanu zvučnu sliku dobijenu tehnološkim putem. Živa umetnost je na gubitku.

Visoke tehnologije su možda donele demokratizaciju u korišćenju i doživljaju umetnosti, ali i *banalizovanje muzike* kroz spotove, džinglove, ambijentalnu muziku (liftovi, avioni, samoposluge), kao i kroz mogućnost postavljanja snimaka na sajt YouTube bez jasnog kriterijuma i umetničke kontrole kvaliteta. I na kraju, kako visoke tehnologije i novi mediji ulaze u domen klasične muzike, *elektronika postaje sastavni deo stvaralačkog procesa, muzika često postaje samo elektronski formiran zvuk*, dok se kompozitorima umetničke muzike pridružuju tonac, inženjer zvuka (*sound engineer*), dizajner zvuka, i tamo gde stvaraju i u studiju gde realizuju svoje kompozicije. Valter Benjamin (2008) kaže da se čovekova percepcija menja kako sa mašinom ili medijem u kojem se opažanje organizuje, tako i sa istorijskom epohom u kojoj nastaje, vrlo slično Makluanu, koji govori o uticaju savremenih medija. Kompozitore koji ne koriste moderne tehnologije savremena muzička scena često tretira kao anahronizme nekog bivšeg, prošlog vremena. Ono što najviše plaši je mogućnost savremene tehnologije *da stvori simulirani muzički svet bez živih učesnika, posebno izvođača*.



Sve ove promene naslućene su i formulisane mnogo ranije nego što su se desile. Na samom početku svog eseja Valter Benjamin citira proročke redove francuskog filozofa i pesnika Pola Valerija (Paul Valery, 1871–1945): „Treba biti spreman na to da će toliko velika novotarstva izmeniti celokupnu tehniku umetnosti, da će na taj način uticati na samu invenciju i, na kraju, možda, dovesti do toga da se, na najčarobniji način, izmeni i sam pojam umetnosti“. Valeri takođe kaže (prema Benjamin, 1936) da ćemo „u budućnosti biti snabdevani vizuelnim ili audio-sadržajima koji će nastajati i nestajati jednostavnim pokretom ruke, kao što smo sada snabdeveni vodom, gasom i strujom koji dolaze sa daljine da zadovolje naše potrebe bez mnogo truda“, i tako predviđa informatičko doba koje će tek nastupiti.

## Multimedijalnost muzike XX veka

Početakom XX veka kompozitori su nezadovoljni paletom muzičkih boja koje su im na raspolaganju. Ruski kompozitor Aleksandar Skrjabin (Alexander Nikolayevich Scriabin, 1872–1915) konstruiše „klavir boja“ za potrebe svojih Simfonijskih poema (1910), a Vladimir Baranov Rossine (1888–1940) – orgulje boja (1920), Clavilux i optički klavir. Ljudski glas kao aktivan zvučni element deo je dadaističkih performansi Tristana Care (Tristan Tzara, 1896–1963). Nemački kompozitor Paul Hindemit (Paul Hindemith, 1895–1963) u saradnji sa Oskarom Salaom (Oskar Sala, 1910–2002) koristi prototipe elektronskih instrumenata (*trautonium*) u baletu, gde igrači predstavljaju žive akustičke skulpture. Erik Sati (Erik Satie, 1866–1925) uvodi koncept „muzike kao nameštaja“. Kinetičke skulpture Marsela Dišana (Marcel Duchamp) i Aleksandra Kaldera (Alexander Calder, 1898–1976) su istovremeno i akustičke. Džon Kejdž (John Cage, 1912 –1992) stvara preparirani klavir – koncertni klavir u čije se žice umeću razni predmeti (guma, kašike, zapušači, papirne trake...), a kasnije i elektronske naprave, da bi se klavirski zvuk modifikovao do neprepoznatljivosti. Kao prethodnica sadašnjih tehnologija 1928. godine se na muzičkoj sceni pojavljuje *tereminvoks* ili *eterofon* (thereminvox) koji je konstruisao ruski pronalazač Leon Teremin (Lev Sergejevich Termen, 1896–1993). Radi se o elektronskom muzičkom instrumentu na koje se svira bez direktnog fizičkog kontakta između muzičara i instrumenta. Naime, oscilator zvučnih frekvencija se kontroliše pomoću antena, koje registruju položaj ruke u vazduhu muzičara, tako da izvođač stvara muziku slobodnim pokretima u vazduhu. Amplitude

prirodnih alikvotnih tonova u harmonskoj seriji koriste se u multifoničnosti *Tartini* tonskih nizova, dok Luidi Rusolo (Luigi Russolo, 1883–1947) komponuje „muziku buke“ koristeći seriju instrumenata koje naziva *intonarumori* i *rumorarmonio*.

Najveći kompozitori dvadesetog veka Honeger (Arthur Honegger, 1892–1955), Varese (Edgar Varèse, 1883–1965), Mesijen (Olivier Messiaen, 1908–1992), Mijo (Darius Milhaud, 1892–1974) i Žolive (André Jolivet, 1905–1974) koriste *Martenoove talase* (*Martenot ondes musicales*), elektronski muzički instrument koji je 1928. godine konstruisao francuski violončelista i radio-telegrafista Moris Marteno (Maurice Martenot, 1898–1980) po ugledu na ruski tereminvoks. Sistem funkcioniše tako što se različite frekvencije elektronske zvučne oscilacije proizvode u vakum cevima, koje su povezane sa kontrolom jačine zvuka i zvučnicima. Štokhauzen (Karlheinz Stockhausen, 1928–2007) već koristi poseban elektronski studio 1954. godine u kojem se posvećuje komponovanju mikrotonalne muzike. Električno čembalo, optičke orgulje (Optigan, 1971), svetlosni klavir (Jeff Burns, 1997), sintisajzeri, Moogovi, IT tehnologija i sinteza zvuka... eksperimentalna muzika u znaku performansa i tehnoloških otkrića je u punom zamahu i razvija se sve brže. Do ljudskog tela kao izvora zvuka (sajbernetik) jedan je korak, *robosapijens* je na pragu. Prateći razvoj nauke (kvantna medicina, nanotehnologija), nije daleko dan kada će se informacione sadržine uvoditi direktno u ljudski mozak, sa mogućnostima multimedijalne interakcije između veštačke stvarnosti (sajber prostora) i njenog primaoca (Lem, 1977: 245). Sajber prostor, internet, video-igrice, digitalna animacija, 3D modeli, polja su neograničenog muzičkog planetarno-interaktivnog delovanja.

Za to vreme klasični muzičko-scenski žanrovi bore se za opstanak na svetskoj sceni, „globalnom selu“. Svetski lider u oblasti umreženih internet tehnologija, kompanija „Sisko sistemi“ promovisala je novu tehnologiju, *Unified communications* (ujedinjene komunikacije), u sistemu *Tele Presence*, koji ujedinjuje usavršene elemente zvuka, videa visoke rezolucije i interaktivnosti u stvaranju doživljaja blizine između osoba, mesta i događaja. Kod nas, Pučinijeva sajber opera, „Madam Baterflaj“ (Madlenijanum, 2007), na primer, koristi sve prednosti visoke tehnologije, bez gubljenja visokih kriterijuma izvođaštva, u

službi vrhunske muzike.<sup>3</sup> Primena savremenih tehnologija u prezentaciji, skladištenju i distribuciji muzičke umetnosti mora biti u službi suštine, vrhunske umetnosti koja je na ovaj način dostupnija širem, globalnom auditorijumu.

## Multimedijalnost muzike kod nas

Sredinom prošlog veka novosadska multimedijalna umetnica Katalin Ladik poigravala se violončelom, muzikom i svojim telom, u performansima koji nisu ostavili mnogo traga, kao ni „multimedijalni“ koncerti nekih naših izvođača (poezija, klavir ili gitara, slajdovi). Instalacije, performansi, hepeninzi, ponekad su samo forme izražavanja, interesantne i moderne pre pola veka. Multimedijalnost često služi za „zasenjivanje prostote“ skrivanje izvođačke nemoći iza paravana eksperimenta (Fred Došek, *preparirani klavir*) i spoljnog efekta koji je sam sebi svrha (*akustične skulpture* Vladimira Labata – skulptura, muzika, poezija, svetlost, i pseudofilozofija) ili *drndafon* Peđe Ristića iz Medijale (Isaković, 2010).

Na našim prostorima prava multimedijalnost u muzici se pojavila pedesetih godina prošlog veka, sa ulaskom Vladana Radovanovića u svet *polimedija*, potpuno integrisane višemedijske forme, gde sve medijske komponente imaju podjednaku važnost. Vladan Radovanović je prvenstveno kompozitor, pripada svetu muzike, te je njegova multimedijalnost okrenuta prvenstveno muzici. Ukratko, kao u njegovoj kultnoj *Biografiji za 1 minut*, diplomirao je kompoziciju na Muzičkoj akademiji u Beogradu 1956, učestvovao u osnivanju *Medijale*, 1972. godine inicirao osnivanje Elektronskog studija Radio Beograda, dobitnik je deset domaćih i stranih nagrada za muziku. Stvarajući elektronsku i kompjutersku muziku on se igra kombinacijama tona, fotografije, prepariranih instrumenata, sve do *vokovizuela*, nove sintezijske umetnosti. Njegovi performansi najavili su svojevremeno konceptualizam, a vokovizuelni radovi uvršteni u svetske antologije multimedijalnih projekata. Po njegovom mišljenju, elektronska i digitalna tehnologija znatno su proširile repertoar muzičko-scenske umetnosti i mogućnosti njihovog oblikovanja. On kaže da je zvuk moguće konstruisati (ne komponovati) kao virtuelnu komponentu (matematički definisanu u kom-

<sup>3</sup> Pučinijeva opera „Madam Baterflaj“, u maštovitoj režiji Dejana Miladinovića, počinje kao video-igrice, u kojoj dva lika, smušeni klinac i neuredna domaćica, biraju na internetu svako svog junaka, ona lepoticu, egzotičnu Madam Baterflaj, on zgodnog i u uniformu utegnuto poručnika Pinkertona, i sajber igrice-opera počinje. Video bim u pozadini scene izvanredno dopunjava vrlo svedenu scenografiju, a biva i komentar zbivanja na sceni, ponekad ironičan, ponekad liričan, bajkovit, uvek krajnje maštovit.

pjuteru) interaktivne arhitekture i objekata. Time se Vladan Radovanović sve više vezuje za nauku, a svoj doživljaj dodira umetnosti sa naukom deli na dva aspekta.

U prvom su pojedina naučna otkrića, postavke i elementi naučnih teorija inspirisali uobličavanje mnogih situacija u njegovim vokovizuelnim delima: astronomske teorije o velikom prasku, strukturi svemira, brzinama galaksija na rubu svemira sve bližim brzini svetlosti, ajnštajnovski zakrivljen prostor – uticali su na maštanje o svemiru u njegovoj *Pustolini*. S druge strane, dodir s naukom ostvaren je preko uređaja, tehnologija i novih medija koji se koriste u umetnosti, a za umetnost su inspirativni ne samo ideje i događaji nego i same medijske mogućnosti. Nauka je posredno priuštila elektroakustičkoj muzici nove zvukove, rad sa realnim zvukom, uvođenje novih načina organizovanja zvukova, digitalnu sintezu, kontrolisanje zvukova pomoću moždanih talasa. Na tim osnovama Radovanović je ostvario desetak kompozicija, među kojima su *Audiospacijal i Miks*. U isti vid korišćenja proizvoda nauke u umetnosti spada i primena kompjutera i programa za izradu kompjuterskih grafika i animacije. Od vokovizuelnih kompjuterskih grafika naveli bismo *Svemir je kompjuter, Ruke, Alfa i Omega*, a od animacija – *Kratku autobiografiju*. Za Vladana Radovanovića je, međutim, najvažnije to što je nauka omogućila gotovo integralni „radni sto“ za serioznu sintezu medijskih linija, međusobno jednakovrednih, istih nivoa kulture, istovremenih po nastajanju, stvaranih iz jednog duhovnog centra. U domenu sintezijske umetnosti zasnovane na novim tehnologijama on je autor više projekata među kojima su najznačajniji *Sazvežđa*.

Osim Vladana Radovanovića, naši kompozitori savremene umetničke muzike sve više koriste multimediju, o čemu svake godine svedoči međunarodna Tribina kompozitora, na kojoj se mogu čuti muzičke inovacije i novi pristupi muzici, kako autorski, tako i izvođački. Na manifestaciji održanoj 2012. godine jedan dan je bio posvećen samo elektronskim kompozicijama: u sali Udruženja kompozitora Srbije mogle su se čuti kompozicije *Intrada Marinaresca* za elektroniku Masima Brajkovića, *Images of Isabella's Dream* – dvokanalni audio Ivana Elezovića, *And Death...* za elektroniku Amerikanca Džejsona Bolta, *Jeu fabriquè* za elektroniku Australijanca Danijela Blinkhorna i *Cracked Voices* za elektroniku Meksikanca Alehandra Montesa de Oka. Problem izvođenja multimedijalnih kompozicija leži u neopremljenosti naših standardnih koncertnih sala tehnološkim mogućnostima koje su potrebne, što je velika prepreka u slo-

bodnom istraživanju novih kompozicionih i izvođačkih rešenja kod nas. Aplikiranje savremenih tehnologija u prezentaciji opere, kao što su već navedene *Madam Bateflaj i Travijata* (režija Dejan Miladinović) u Madlenijanumu kao da je prestalo da interesuje operne režisere, koji se vraćaju standardnim operskim režijama. I tu je najverovatnije problem u neopremljenosti naših operskih dvorana za primenu visoke tehnologije.

Najveća promena u ulogama koje zauzimaju muzički autori i izvođači svakako se odigrala na terenu prezentacije muzike. Čak i u tradicionalnoj popularnoj muzici, da se zadržimo na rokenrolu koji je obeležen „živim“ izvođenjima od samog nastanka, elektronska snimljena muzika preuzima primat. Didžej (DJ – disk džokej, onaj koji je ranije bio zadužen da u diskotekama pušta ploče) postaje muzička zvezda. Didžejevi savremenog doba ponašaju se i zarađuju kao nekadašnji veliki dirigenti orkestra, pa imamo paradoks da najbolje plaćeni DJ zarađuje godišnje 22 miliona dolara, ili po nastupu četvrt miliona dolara, što je nezamislivo za većinu dirigentata profesionalnih orkestara u svetu. Didžejevi sebe smatraju umetnicima i stvaraocima, a kada im se pridoda vizuelni efekat (scenografija, rasveta, performans) savršeno se uklapaju u kulturne potrebe novog doba, u kojem se muzika ne sluša, nego se gleda šou. O njihovim nastupima se brinu timovi eksperata za marketing, stilizaciju, iza njih stoji mašinerija, sve u cilju zarade u muzičkoj industriji, koja je odavno prerasla u industriju novca. Ma koliko bili zabrinuti oko novog fenomena, čini se da moramo prihvatiti činjenicu da se muzički svet oko nas menja, i da multimedijalnosti muzike danas pripadaju i didžejevi kao zvezde, kao i dirigent Filharmonije Los Anđelesa Gustavo Dudamel.

## **Planetarna/kosmička multimedijalnost muzike**

Slanje svemirske sonde sa Bahovom muzikom (Voyager 1 i 2) u izvođenju kontroverznog pijaniste Glena Gulda moguće je posmatrati kao ekstremnu primenu multimedijalnosti: muzika–zvuk, interpretacija na klaviru (koja je i sama multimedijalna), pokret, svetlost, interakcija sa interstelarnim objektima, emitovanje u dubokom svemiru (*deep space*). Zadubljen u svoje korene, čovek je poslao 1977. godine dve interstelarne sonde, *Voyager* 1 i 2, u svemir u jednom smeru. Posle prolaska kroz naš sistem, one su 2004. godine izašle iz Sunčevog sistema i sada se nalaze negde kod Kuiperovog pojasa. U sondama su na zlatnoj

ploči postavljeni audiovizuelni podaci o planeti Zemlji, o nama, ali i muzika od indonežanskog gamelana, preko Bahovih orkestarskih svita, i *Dobro temperovanog klavira* u izvođenju Glena Gulda (Glenn Gould, 1932–1982), Betovenove Simfonije i muzike Stravinskog do roka Čaka Berija. Na ploči koja predstavlja metalnu verziju tadašnje LP 33 1/3 vinilske ploče, nasnimljene u pola brzine da bi stalo što više podataka, urezana je i posveta „Muzičkim stvaraocima – svih svetova, svih vremena“ (*To the makers of music — all worlds, all times*). Spisak muzike koja putuje svemirom može se naći na sajtu <http://voyager.jpl.nasa.gov/spacecraft/music.html>. Današnja tehnologija bi sigurno imala drugu vrstu skladištenja podataka o nama – LP metalna ploča je tako zastarela, da nove generacije i ne znaju šta je to. Progres i brze promene ipak muzičkoj suštini nisu donele ništa novo.

U novom milenijumu, kada smo osvojili Zemljinu orbitu i postavili satelite (kako je predvideo Makluan), svemir se sve više koristiti kao logistička podrška multimedijalnim projektima ekstravagantnih autora. Gaj Laliberte, osnivač *Cirkusa sunca* (*Cirque du Soleil*), koji je i kod nas gostovao sa velikim uspehom, 2009. godine je otišao u svemir, gde je ostao devet dana na međunarodnoj svemirskoj stanici *Soyuz*, odakle je vodio dva sata muzičkog performansa naslovljenog „Poetska društvena misija“, u vezi sa nedostatkom vode u svetu. Performans u kojem je učestvovala i rok grupa U2, bio je simultano prenošen iz Zemljine orbite u četrnaest gradova širom sveta, kao promocija Lalibertove fondacije „Jedna kap“. Ova ideja nije nova, jer je ruski pronalazač, projektant svemirskih brodova Aleksander Lavrinov patentirao još 2004. godine uređaj za postavljanje reklama u svemiru koje bi se mogle videti sa Zemlje. Sistem satelita bi se na noćnom nebu video zahvaljujući odbijanju Sunčeve svetlosti, dok bi kombinacija više povezanih satelita stvorila dovoljno veliku poruku da bi se čitala na Zemlji. Sazvežđu Oriona, Velikog Medveda i Andromede na našem noćnom nebu mogle bi se uskoro sasvim normalno pridružiti reklame za bezalkoholna pića, cigarete i čokolade, svemirske reklame – na ogromnim prostorima, za neverovatan broj potencijalnih potrošača.

Audio-vizuelni multimedijalni koncerti klasične muzike najnoviji su trend u Americi od pre nekoliko godina. Najinteresantniji je primer Simfonijskog orkestra iz Hjustona, koji je *muzički ozvučio* Sunčev sistem 2010. godine. Ovaj orkestar izveo je sa velikim uspehom ciklus „Planete“ Gustava Holsta (Gustav Holst, 1874–1934) zajedno sa filmom koji su poručili, u kojem su prikazane

fotografije iz svemira načinjene sa Cassini letilice, Mars Exploration Rover misije i svemirskog teleskopa Hubble (*Hubble Space Telescope*). Holstove „Planete“ (komponovane od 1914. do 1916) čine ciklus posvećen planetama našeg sistema, svaka kompozicija poseduje karakter te planete, ali i istoimenog grčkog antičkog boga ili boginje. Još od 2005. godine Hjustonski simfonijski orkestar ima u svojoj velikoj sali (*Jones Hall*) postavljene video-bimove, na kojima se za vreme koncerata prikazuju bliski kadrovi muzičara, kao na televiziji. Ovaj postupak izazvao je i pohvale i kritike, ali to zavisi i od kompozitora i od programa koji se izvodi. Posle uspeha sa Holstovim „Planetama“, orkestar 2012. godine ponovo ulazi u multimedijalni projekat, *Orbit – HD Odiseja*, ovoga puta posvećen slikama planete Zemlje, u kojima se koriste najimpresivniji snimci koje je NASA ostvarila iz svemira (Sahara, delta Misisipija, itd.). Slike su dobijene iz Zemljine orbite visine oko 500 km, sa NASA šatlova, međunarodne svemirske stanice i satelita. Korišćena je muzika Riharda Štrausa – kompletna simfonijska poema „Tako je govorio Zaratustra“ (za razliku od samo početnog odlomka, koji je koristio Stenli Kjubrik u filmu „Odiseja 2001“) i „Kratka vožnja u brznoj mašini“ američkog kompozitora Džona Adamsa. Brzi razvoj tehnologije doneo je i tehnološko i digitalno poboljšanje celog projekta – za *Orbitu* je sada smišljen posebni kompjuterski program koji može da menja dinamiku slike, tako da ona prati muziku, a ne obratno. Ova tehnologija, prvi put primenjena u *Orbiti*, omogućava dirigentu da se slobodno posveti muzici, a ne da pokušava da sinhronizuje muziku sa slikama na platnu iza orkestra. U *Planetama* se muzika prilagođavala slici, u *Orbiti* se slika prilagođava muzici, koja mora ostati u prvom planu. *Planete* i *Orbita* su deo rastućeg trenda multimedijalnih audiovizuelnih orkestarskih koncerata koji su se pojavili u Americi poslednjih godina. Čikaška filharmonija, Losanđeleska filharmonija, uveliko *prikazuju* svoje koncerte u direktnom prenosu ili ih emituju u bioskopima širom Amerike, a neki orkestri imaju video-bimove, kao Hjustonski orkestar. Nastoji se privući nova publika, naviknuta na savremenu tehnologiju i tehnološka čudesa novog doba. Hjustonski simfonijski orkestar planira posle *Planeta i Orbite* 2014. godine i treći projekat, čiji se koncept još uvek drži u tajnosti.

Niko se do sada nije ozbiljno bavio ispitivanjem rezultata primene tehnološke multimedijalnosti u umetničkoj/klasičnoj muzici – povećanjem ili smanjenjem broja aktivnih slušalaca/gledalaca u publici, kao i pozitivno/negativnim delovanjem na sam status kompozitora i izvođača u ovoj oblasti.

## Literatura

- Adižes, I. (2002). *Menadžment za kulturu*. Novi Sad: Adižes menadžment konsalting.
- Benjamin, V. (2008). Umetničko delo u veku svoje tehničke reprodukcije. U Đorđević, J. (prir.), *Studije kulture – Zbornik*. Beograd: Službeni glasnik, str. 100–123.
- Blaukopf, K. & Zembylas, T. (2012). *Kurt Blaukopf on Music Sociology-an Anthology*. Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Fidler, R. (1997). *Mediamorphosis: Understanding the New Media*. Thousands Oaks, CA: Sage Publications.
- Isaković, S. (2009). Medijsko posredovanje muzičko-scenskih događaja, *Godišnjak FKM*, 2, 615–620.
- Isaković, S. (2010). *Menadžment muzičke umetnosti*. Beograd: Megatrend.
- Lem, S. (1977). *Summa Technologiae*. Beograd: Nolit.
- McLuhan, M. (2001). *Understanding Media: The Extensions of Man*. London: Routledge.
- Passman, D. S. (2003). *All you Need to Know about the Music Business*. USA: Free Press.
- Valery, P. (1993/1928). La conquête de la ubiquité. *Œuvres*, Paris: Gallimard, V. 2. 1284.



## ART MUSIC IN THE VIRTUAL MULTIMEDIAL WORLD

**Summary:** *Classical music concerts were always musical as well as social gatherings. Owing to the expansion of new technologies in the new millenium, this is changing: the virtual availability is greater, the competition global. Artistic democracy, or arts available to everyone, is just an illusion. Also, being in the middle of the second Gutenberg shift — from book fluency to screen fluency, from literacy to visuality, we are becoming people of the screen. Text, sound and motion continue to merge into a single inter-medium as they flow through the always-on network. With the advent of electronic ink, we will start putting watchable screens on any flat surface. The tools for screen fluency will be built directly into these ubiquitous screens. With the assistance of screen fluency tools we might even be able to follow all our dreams in being on every point on the Earth in a second, but it is just a myth. Virtual reality is only – virtual.*

*Music is the second most popular content on the Internet. Large part of the art music now belongs to the domain of the unlimited use, as the free public domain, especially music older than seventy years, which includes mainly historical periods, composers who died centuries ago. A new distribution-and-display technology in music, creative and performative alike, is becoming mostly multimedial and dependent on the high technology. Owing to the latest mediamorphosis, technoculture in art music is in full swing. Concert hall social factor is being diminished by the individual accessibility to the music. Art music audience is becoming antisocial and alienated from the live performance and artists breathing and performing on the stage, they become rather a “couch potato” than live witnesses to the creative process. The giving-receiving ritual of the classical music concert is in jeopardy, as well as the quality offered on Internet. With millions of music pieces tossed on the Web without artistic criteria, YouTube is becoming a paragon of the music quality relativization. Pampered, but still highly resilient classical/art/serious music is bound for a long and tedious fight for new positioning in the Brave New virtual and multimedial World.*

**Key words:** *art music, concert, virtual world, multimedia*



# Kodovi neverbalnog komuniciranja

Nevena Stajčić<sup>1</sup>

Univerzitet u Beogradu, Fakultet političkih nauka

doi:10.5937/comman1327063S

**Rezime:** Jedna od najvažnijih pretpostavki komunikacione kompetentnosti svakog pojedinca jeste i veština neverbalnog komuniciranja. Poznato je da je dobra komunikacija osnov za uspostavljanje odnosa, bilo porodičnih, ljubavnih ili profesionalnih. Značajan deo komunikacije koja se odvija među ljudima je neverbalan. Ljudi, i kada ne govore, ne prestaju da komuniciraju, već konstantno svojim telom šalju informacije o sebi. Ti signali mogu da ukazuju na trenutno emotivno stanje govornika, ali mogu biti i pogrešno shvaćeni. Samim tim, razumevanje neverbalnog komuniciranja može i treba da bude ključno za efektanu komunikaciju. Pravila neverbalnog komuniciranja se neformalno uče kroz socijalizaciju i značajno se razlikuju među kulturama, pa čak i unutar jedne iste kulture. Verbalni kod, korišćen u odgovarajućoj sintaksi, ima denotativno značenje. Ako za vreme verbalnog komuniciranja, čujemo reč koju ne razumemo, možemo je potražiti u rečniku. Za tumačenje neverbalnog komuniciranja rečnik ne postoji. Ako nam se neko približi, dodirne nas, čuti, ili bulji u nas, samo možemo da nagađamo razloge i značenje tih poteza. Neverbalno komuniciranje, koliko god kratko trajalo, neizbežno prethodi verbalnom komuniciranju. Takođe, neverbalni govor može da se prepliće sa verbalnim jezikom tako što ga dopunjuje, akcentuje, zamenjuje, ponavlja ili protivureči. Razumevanje kodova neverbalnog komuniciranja je, stoga, ključan faktor u procesu komunikacije, kako među pripadnicima iste kulture, tako i među pripadnicima različitih kultura, a kao rezultat očekuje se postizanje nameranih didaktičkih, ekonomskih ili političkih ciljeva. Imajući u vidu da se kodovi neverbalnog komuniciranja prepliću i da mogu da zbune govornike, cilj ovog rada je da pruži sistematizovanu podelu postojećih neverbalnih kodova, kao i da prikaže još jedan, do sada zasebno naveden kod u domaćoj stručnoj literaturi.

**Ključne reči:** neverbalno komuniciranje, neverbalni kodovi, neverbalno ponašanje

---

<sup>1</sup> Kontakt sa autorom: nevena.stajcic@yahoo.com.

U poređenju verbalnih i neverbalnih kodova, mnogi lingvisti su zaključili da se verbalni jezik razvio iz svojih nelingvističkih prethodnika. Noam Čomski kaže da je verbalni jezik napredna i rafiniranija forma nasleđenog nelingvističkog (neverbalnog) sistema (Čomski, 1972). Ključna razlika je u tome što se verbalni jezik bazira prvenstveno na simbolima, a neverbalni na signalima. Simbol je proizvoljan i naučen stimulus koji predstavlja nešto drugo. Znak, ili signal je prirodan i sastavni deo onoga što predstavlja. Na primer, kada u daljini čujemo grmljavinu, to nam ukazuje da se bliži oluja. Grmljavina je znak oluje. Ali, grmljavina je i sastavni deo oluje. Znojenje, na primer, ukazuje da je neko me vruće, ali znojenje je sastavni deo osećaja vrućine, kao što „kad se tresemo“ ukazuje na to da nam je hladno. Ljudi ne uče da se znoje ili tresu od hladnoće... Za razliku od signala, simboli nemaju prirodnu vezu sa onim što predstavljaju; stoga predstavljaju proizvoljne apstrakcije i moraju se učiti. Simbol mačke nema nikakve veze sa podmuklom životinjom. Govornici bilo kojeg jezika uče da povezuju simbole i reference.

Stanovište koje polazi od pretpostavke da se ne može ne-komunicirati, celokupno neverbalno ponašanje shvata kao komunikaciju (Patterson, 1983: 37–38). Čovek, čak i kad prestane da govori, i dalje komunicira kroz svoj telesni idiom, odnosno, on ne prestaje da komunicira time što je prestao da govori. Iako je ovo prilično širok pojam komunikacije, neosporno ukazuje na činjenicu da je neverbalno ponašanje stalni izvor potencijalnih poruka. Kada je reč o unilateralnoj semiozi, neverbalno ponašanje je znak – bilo da je reč o pošiljaocu ili primaocu. U prvom slučaju, semioza je opservacija, dijagnoza ili tumačenje. U drugom slučaju, znak je upućen s namerom, ali primalac toga nije svestan, pa je komunikacija neuspešna. Za većinu naučnika, unilateralna semioza uključuje znak, ali ne i komunikaciju (Noth, 1990). Po mišljenju nekih autora, neverbalno ponašanje predstavlja komunikaciju samo onda kada je bilateralno. **Neverbalna komunikacija podrazumeva: 1. društveno zajednički kod<sup>2</sup>, 2. komunikatora/kodera i 3. dekodera** (Wiener et al., 1972: 186). Prema ovoj grupi autora, unilateralna semioza podrazumeva samo neverbalne znake, ali ne i komunikaciju.

Neverbalno komuniciranje ostvaruje dve osnovne funkcije: prenosi indeksnu informaciju i o govorniku i o njegovom raspoloženju, stavovima, mišlje-

---

<sup>2</sup> Kod je sistem pravila koji omogućuje razumevanje značenja znakova u jednom znakovnom sistemu, a nastaje kao implicitna ili eksplicitna konvencija, istorijski i društveno determinisan dogovor među ljudima.

njima koje saznaje slušalac, i uspostavlja međusobni odnos. Drugim rečima, neverbalno komuniciranje koristi se da bi se odnos koji komunikator želi sa drugima uspostavio ili, pak, prekinuo. Preko nekih gestova, tona glasa ili grimase, izraza lica, prenosimo sopstvenu nameru da u određenoj situaciji budemo ovakvi ili onakvi, da dominiramo, mirujemo ili da se povlačimo. Zapravo, ovi kodovi više prenose informaciju o odnosu govornika prema nekome nego o samom govorniku (Fiske, 1991).

Postoje različiti prezentativni kodovi vezani za komunikatora, mada se oni uglavnom svode na telesni dodir, gestove, izraze lica i boju glasa. Ovo su najviše istražili Argajl (Argyle, 1972), Bergun i Gerero (Burgoon & Guerrero, 1994) koji su opisali različite kodove, ili načine izražavanja koji se pri tome koriste. Čitava paleta svakodnevnog ponašanja ukazuje na to da ljudi različitih kultura suštinski misle na različite načine i da to izražavaju, ne samo jezikom, već i na brojne neverbalne načine: gestovima, dodirom, poimanjem prostora, poimanjem vremena, fizičkim izgledom, mirisom i mnogim drugim načinima koji se nazivaju kulturnim ponašanjem (Burgoon & Guerrero, 1994). Budući da u našoj stručnoj literaturi postoji nekoliko različitih podela kodova neverbalnog komuniciranja, cilj ovog rada je da pruži sistematizovanu podelu kodova kroz detaljan opis, kao i da navede novi, olfaktorni kod, koji bi trebalo posmatrati kao zaseban kod neverbalnog komuniciranja.

**1. Haptički kod ili telesni dodir:** dodir, jedan od najprimitivnijih načina na koji prenosimo poruke o našem odnosu prema nekom. Količina i kvalitet telesnog dodira su kulturno kodirani, jer postoje kulture kontaktnog i nekontaktnog tipa. Južnoamerikaci, Južnoevropljani i Arapi predstavljaju prvu grupu, dok bi u drugu grupu spadali Azijati i Amerikanci. Kod većine zapadnih naroda, muškarci se ustežu od bilo kakvog drugog dodira osim stiska ruke. Neki smatraju da će poslati pogrešne poruke o sebi ukoliko pokažu naklonost prema drugom muškarcu, poput zagrljaja, ili poljubca u obraz. Međutim, za Latinoamerikance, Špance, Grke, pa čak i Srbe, sam stisak ruke je bezličan, hladan i distanciran način ponašanja. Kod Latinoamerikanaca se primenjuje pozdrav poznatiji kao „doble abrazo“, pri čemu se dva čoveka zagrljavajući jedan drugom ruku na rame. Japanci, s druge strane, smatraju da je telesni dodir za vreme razgovora neprijatan i da može da ima negativnu konotaciju. Kod Srba, pak, konstanto „lupkanje“ po ramenima, gurkanje, tapšanje po leđima, stiskanje mišice služi poboljšanju i širenju komunikacije.

Važnost dodira kao komunikacionog sredstva je istaknut haptičkim kodom. Iako se u mnogim društvima dodir ne smatra adekvatnim načinom ponašanja, prisutan je, makar i u vrlo ličnim odnosima, gde opet izražava odnose govornika prema ostalim članovima. U studiji Džounsa, Džounsa i Jarbroa o značenju dodira analizira se sedam primarnih oblika dodira kod odraslih osoba: pozitivan efekat, igrački, kontrolisani, ritualni, hibridni, zadati i slučajni (Jones & Yarbrough, 1985). Pozitivan efekat odnosi se na onu vrstu dodira kojim želimo da izazovemo podršku, razumevanje, uključivanje, ljubavni ili seksualni interes. Igrački, kao što su golicanje, lažno rvanje, vezuje se za potrebu da se kroz neku vrstu igre olakša situacija. Kontrolisanim dodiranjem ponašanje se usmerava na zadobijanje nečije pažnje, poput dodira po ramenu. Hibridan dodir predstavlja kombinaciju pozitivnog efekta i ritualnog dodira, kao što je ljubljenje i grljenje pri susretu. Zadati i slučajni dodiri više su kontakti nego stvar komunikacije, kao što su pregled kod doktora, ili dodir prolaznika na ulici ili u prevozu.

**2. Proksemički/prostorni kod ili bliskost:** odnosi se na način na koji ljudi doživljavaju i koriste prostor. Ljudi imaju dve osnovne prostorne potrebe: ličnu i teritorijalnu. Teritorijalna se grana na primarnu, sekundarnu i javnu. Primarna teritorija predstavlja lično okruženje, stambeni, ili radni prostor određene osobe. Takođe, primarna teritorija se može posmatrati i kao psihološki ili perceptivni prostor – za koji se može reći da je „parče“ prostora koji ljudi nose sa sobom tokom celodnevnih aktivnosti. Sekundarni su razna javna mesta poput ustanova u kojima se radi i škola. Javna teritorija se odnosi na uopštena javna mesta, na kojima osoba nastoji da izbegava kontakt sa nepoznatim osobama.

U kulturi nekih naroda smatra se da se ne može razgovarati na udaljenosti manjoj od pola metra. U Južnoj Americi takva distanca je prevelika i smatra se nepristojnom i hladnom. Japanac ili Amerikanac se, s druge strane, oseća prijatno na ovoj udaljenosti i nastojao da je održi. Amerikancu će biti neprijatno i nastojao da se udaljava, pokušavajući da održi *comfortable talking distance* (distanca potrebna da bi razgovor bio prijatan).

Postoje brojni činioci koji utiču na prostorne potrebe određene osobe: pol, starost, lične osobnosti, fizičke osobnosti, društveni status, kulturne norme i situacione varijable. Imajući u vidu da ljudi iz različitih kulturnih sredina različito reaguju na ulazak u njihov lični prostor i shodno tome reaguju ili distanciranjem, ili bliskoću, što može dovesti do međukulturnih nesporazuma.

Istraživanjem pitanja proksemičkog ponašanja, najviše se bavio Edvard Hol (Hall, 1968), koji je i uveo izraz *proksemija*. Pod tim izrazom on podrazumeva način na koji čovek nesvesno kroji svoj mikroprostor, tj. razdaljinu između ljudi u svakodnevnim situacijama, organizaciju prostora u njegovoj kući, i u planu grad u kojem živi, ili posećuje. Hol se takođe bavio i ljudskom upotrebom prostora kao posebnim vidom kulture, čovekovom percepcijom i korišćenjem prostora, da bi zaključio da se kod proksemije najpre radi o „nesvesnom postavljanju distanci“ (Hall, 1968: 83). Hol je predložio tipologiju prostornog ponašanja na osnovu njegovog prostornog širenja i kulturnog nivoa. Prostorno širenje ima dimenzije: mikroprostora, mezoprostora i makroprostora. Mikroprostor predstavlja neposrednu čovekovu okolinu, tj. njegovu privatnost. Mezoprostor je čovekova šira okolina, dok se makroprostor širi na veće teritorije od naselja, gradova i država.

U okviru kulturne dimenzije, Hol (Hall, 1968) razlikuje infrakulturni, prekulturni i mikrokulturni nivo prostornog ponašanja. Infrakulturno ponašanje utkano je u čovekovo biološkoj prošlosti, i može se nazvati i teritorijalno ponašanje. Prekulturno ponašanje se odnosi na čovekovo čulno percipiranje prostora, a samo na mikrokulturnom nivou ponašanje je određeno kulturnim konvencijama. Hol takođe smatra da je percepcija prostora određena morfološkim i semantičkim kategorijama koje neki jezik koristi za predstavljanje prostora.

**3. Neverbalni aspekti govora** su *prozodični* kodovi koji utiču na značenje reči i pre svega se odnose na naglasak, ton. Svaka rečenica, u zavisnosti od toga kako je izrečena, koji deo je naglašen i kojim tonom je izgovorena, može izražavati nevericu, oduševljenje, može biti pitanje ili stav. *Paralingvistički* kodovi prenose informaciju o samom govorniku i osim što se odnose na ton, odnose se i na dubinu i jačinu glasa, akcenat, brzinu, poštapalice i greške u govoru. Sve to ukazuje na emocionalno stanje govornika, njegov društveni status, način uvažavanja slušaoca... Upravo na osnovu ovih kodova slušalac može da zaključi da li je govornik nervozan, siguran u sebe, iskren ili ciničan. Takođe, ako pažljivo slušamo, na osnovu paralingvističkih kodova možemo odrediti i govornikovo poreklo.

Ćutanje takođe spada u neverbalne aspekte govora. Gudikunst i Hasegava smatraju da je ćutanje nedostatak verbalne komunikacije, ili odsustvo zvuka. (Gudykunst & Hasegawa, 1984: 65). Oni su uporedili ćutanje između Japana-

ca i Amerikanaca i došli do zaključka da se u Americi ćutanje shvata kao pauza, prazan prostor i nedostatak verbalne komunikacije. Dalje, smatraju da, iako je ćutanje prihvatljivo među prijateljima, kada su nepoznati ljudi u pitanju, Amerikanci ćutanje smatraju neprijatnim. U Japanu, s druge strane, ćutanje ili pauze tokom verbalnog komuniciranja imaju određeno značenje i treba ih pažljivo tumačiti. Stilski gledano, Japanci nekad imaju tendenciju da budu indirektni i dvosmisleni, kako bi održali sklad. Ćutanjem se takođe izbegava direktnost, poput otvorenog „ne“ na neko pitanje ili predlog.

Sam čin ćutanja može se dovesti u vezu sa komunikacionim situacijama u kojima postoji nejednaka raspodela snaga učesnika. Drugim rečima, kada govornici svesno prepoznaju razlike u društvenom statusu, svesno koriste pauze, odnosno ćute.

**4. Hronemički kod** odnosi se na različitu upotrebu vremena kod ljudi. Hronemija ili hronomija predstavlja semiotiku vremena i bavi se vremenskom dimenzijom ljudskog ponašanja. Veoma je bliska proksemiji – semiotici prostora – s tim što prevazilazi granice neverbalne komunikacije jer se nalazi u osnovi drugih procesa semioze. Hronemija se posmatra kao „nauka o ljudskoj temporalnosti u njenom odnosu prema ljudskoj komunikaciji na intrapersonalnom, interpersonlanom i sociokulturnom nivou ontogenetske integracije i interakcije“ (Noth, 1990: 415).

Različite kulture razvile su različite stavove prema vremenu koje se tumači kao hronemični kod. Vreme koje se može meriti preko sata, tzv. objektivno vreme, čini etički okvir hronemičkog istraživanja. Kada se bavi kulturnim osobnostima, tj. arbitrarnim podelama i poimanjem temporalnog kontinuuma, proučavanje vremena postaje erničko. Da vreme govori, kao što to čini i prostor, pokazuje studija Edvarda Hologa „Nemi jezik“ (Hol, 1976). Vreme je element kulture „koji komunicira istom snagom kao i jezik“. Hol je kulturu, pa i vreme podelio u tri kategorije, a to su kasnije usvojili Džouns i Jarbro: *tehničko vreme* – koje ima malo veze sa neverbalnom komunikacijom, *formalno ili tradicionalno vreme* – podela na dane, godine i mesece, i *neformalno vreme* koje zavisi od konteksta komunikacije. Tehničko vreme koje se meri egzaktnim metodama je etičko vreme. Formalno vreme je sistem mera koji važi u datoj kulturi da bi se merilo radno vreme, javni život, a strukturisano je preko kalendara i satova. Neformalno vreme sastoji se od jedinica koje se odnose na hitnost, tačnost i



trajanje i najčešće su izražene priložima za vreme: uskoro, kasnije, dok, kada i uglavnom su individualne. Stoga se ponašanje nekog ko stalno kasni shvata kao pokazivanje nepažnje prema drugima, nedostatak zainteresovanosti, nepoštovanje, dok neko ko ostaje dugo u gostima na taj način neverbalno komunicira svoju neosetljivost ili sebičnost. I formalno i neformalno vreme su pojmovni okviri hronemije.

Samo shvatanje vremena, tačnost u izvršavanju obaveza, dolazak i odlazak na vreme, ima različito značenje u različitim kulturama. U zapadnjačkom poslovnom svetu vreme je novac, tačnost vrлина koja se ceni kao preporuka za zaposlene i jedan je od dokaza nečije odgovornosti i pouzdanosti. U Južnoj Americi je sasvim uobičajeno da se čeka po kancelarijama, a da se pri tom niko ne ljuti niti vređa. Sat na zidu, kažu Hol i Vajt u „Vodiču za ljude od akcije“, u kojem su istraživali probleme međukulturne komunikacije Amerikanaca i drugih naroda može izgledati isti, ali on svakome pokazuje drugu vrstu vremena. (Hall & White, 1976). I kad Južnoamerikanac organizuje sastanak sa više ljudi u isto vreme o različitim stvarima, Amerikanac je ubeđen da je to zato što je on nepoželjan ili da bi se ponizio time što mu se ne ukazuje pažnja. Ukoliko ne shvati da nije reč o ličnom stavu, već o opštem načinu ponašanja, uvređeni Amerikanac neće nikad obaviti posao. Moraće da se pomiri sa činjenicom da tamo posao ne može da se završi brzo, efikasno i sa malo reči. Takođe će morati da provede mnogo vremena u razgovoru koji nema veze sa poslom, jer Južnjaci vole da „začine“ poslovne teme, neobaveznim i kojim tračem. Za njih je sam razgovor način na koji ono što se u američkoj kulturi smatra običnim poslom, u svojoj kulturi napravi društveni događaj. Ovu vrstu ponašanja Amerikanaca, kada je reč o ekspeditivnom obavljanju poslova, mnogi nazivaju „hit and run school of business“ ponašanjem. Uopšte, „brzinski“ dogovor nije primeren Južnjacima (Amerike i Evrope), pa čak ni Srbima. Dok Amerikanci odmah prelaze na glavnu stvar, Srbi će da raspravljaju tačku po tačku, insistiraće na detaljima, i svim mogućim rešenjima.

Sličan kulturni problem javlja se i kod rasporeda vremena. Amerikanac, bez rasporeda, reda vožnje, rokova, prioriteta i svih vrsta tabela i rokovnika, ne može efikasno da radi, ne samo na poslu, nego i uopšte u svim vrstama neformalnih komunikacija. Rokovi ukazuju na prioritete, a prioriteti su znak za relativnu važnost ljudi i procesa koje kontrolišu. Za urađeno, ili neurađeno u određeno vreme, predviđaju se nagrade ili kazne.

Hol smatra da vreme govori više nego reči, što bi trebalo da ilustruje nesumnjivu komunikativnu funkciju vremena. Postavlja se pitanje da li vremenske jedinice mogu da budu autonomni znaci. Neki autori smatraju da uprkos Holovom tumačenju vremena kao sistema relativno autonomnih označitelja unutar hronemičkog koda, vreme može da bude sistem distinktivnih, ali ne i autonomno označavajućih jedinica. Vreme je jednodimenzionalna, relativna pojava koja se nikad ne pokazuje izolovano u nekom apsolutnom obliku. Vreme se opaža samo kao manifestacija promene predmeta u prostoru ili ljudi u akciji. Ono se može komunicirati samo preko nekih drugih semiotičkih pojava. Vreme, kao jedan vid semiotičkog objekta, nikad ne može biti samostalan označitelj simbola ili ikone. Ono može da bude samo označeno putem jezika ili likovne predstave, koje mogu biti simbolične (reči za jezik) ili ikonične. Vreme, kako kaže Not (Noth, 1990), ima semiotičke funkcije unutar nekoliko oblasti semioze. To se prvo odnosi na biološko vreme koje se artikuliše preko tzv. psihološkog časovnika. Njegove jedinice su bioritmične faze i hronomalni i metabolički periodi. Imajući u vidu kriterijum arbitrarnosti i kulturne determinante, ovo vreme bi se moglo smatrati presemiotičkim. I ova vrsta vremena može imati psihosemitsku važnost, posebno kada se okolnosti iz spoljašnjeg, društvenog okruženja (stresna situacija) sukobe sa biološkim vremenom. Not (Noth, 1990) takođe ističe da je vreme bitno za jezik i komunikaciju u ravni objekta i na metanivou. U ravni objekta vreme strukturise jezik i komunikaciju. Na metanivou, vreme je predstavljeno sredstvima jezika i teksta. Različiti semiotički kodovi na osobene načine predstavljaju vreme. Gramatičko vreme, morfološka predstava vremena ne postoji u svim jezicima, ali se ono može izraziti leksički drugačije ili drugim sredstvima. Osobena sredstva predstavljanja vremena mogu se naći u pozorišnoj drami (činovi, scene) i filmu (spori ili ubrzani kadrovi, rezovi). U muzičkoj umetnosti temporalna dimenzija se ogleda u tempu i ritmu, dok su u slikarstvu mogućnosti predstavljanja vremena prilično ograničene. Problem vremena je oduvek bio probni kamen za pisce, a u XX veku ima istaknuto mesto u književnosti u kojoj mitološko vreme potiskuje objektivno, istorijsko vreme, jer se radnje i događanja prikazuju kao otelevljenje večnih „prototipova“. Istorijsko vreme pretvara se u bezvremeni svet mita i to se u romanima i poeziji Prusta, Džojlsa, V. Vulf, Eliota, Jejsa, i drugih modernista, izražava osobenim prosedeom, prostorno, preko specijalizacije. Ili preko toka svesti, uvođenjem unutrašnjeg, subjektivnog vremena.

Not smatra da sve temporalne dimenzije govora i komunikacije pripadaju sinhronim dimenzijama semiotike, i da su promene u vremenu koje podrazumeva ova dimenzija obične pretpostavke komunikacije i da ne utiču na semiotički kod. Samo kad dolazi do promene koda vreme je odlika dijahronijske dimenzije semiotike. Jezička evolucija i stilističke inovacije su primeri iz umetnosti za promenu koda. Hronemički znaci su metaznaci, odnose se na istorijsku dimenziju znaka, a time i na sam kod (Noth, 1990: 415).

**5. Kinetičan kod ili mimetičan kod** odnosi se na čitavo područje tesnog jezika i gestova. Kinezu, „sistematsko proučavanje tih modelovanih i naučenih aspekata telesnog pokreta za koje se može pokazati da imaju komunikativnu vrednost“, istraživao je Berdvistel (Birdwhistell, 1954), koji je svoju analizu podelio u nekoliko područja: *prekineza* – odnosi se na fiziologiju telesnog pokreta. Tu se izdvajaju najmanje jedinice neverbalnog ponašanja koje imaju različitu vrednost u različitom kontekstu, i određuju se kao *kine*. *Mikrokineza* – grupa kina koje imaju isto društveno značenje (klimanje glavom) određuje se kao *kinema*. Njihovo proučavanje čini mikrokinetički nivo istraživanja. Ono predstavlja kulturno vrednovanje neverbalnog ponašanja, s obzirom na to da je društveno značenje ljudskog ponašanja kulturna varijabla. Kineme dalje formiraju veće grupe (Birdwhistell, 1954).

Berdvistel (Birdwhistell, 1954) je proučavao i značenje telesnog pokreta unutar društvenog konteksta. Uveo je jednu kontekstualnu teoriju *kinetičke semantike*, koja polazi od pretpostavke da kinema nema značenja ukoliko ne postoji određeni kontekst. Drugim rečima, samo društveni kontekst može da odredi da li je stisnuta pesnica znak besa, pozdrava ili jednostavno podražava nečije ponašanje. Berdvistel (Birdwhistell, 1954) smatra da gestovi ne mogu da postoje sami za sebe, već da im je potreban morfološki kontekst kako bi dobili svoj smisao. On je mislio da je nemoguće uspostaviti znakovni repertoar kinetičkih kodova. Međutim, brojna istraživanja u oblasti leksikografije gestovnih amblema ukazuju na nedoslednost ove tvrdnje. Ipak, Berdvistelova istraživanja ukazala su na načine na koje je moguće analizirati kulturno determinisano verbalno ponašanje kao semiotički sistem, čime su podstakla metode istraživanja u oblasti nejezičkih kodova.

Pol, socijalni status i kultura utiču na komunikaciono ponašanje, ali svaki pojedinac ima svoj vlastiti kinetički model. Ljudi koriste telo da bi komuni-

rali osećanja prema drugima. Emocionalno stanje se može otkriti kroz pokrete lica, tela, očiju i kroz gestove. Upravo ova vrsta ponašanja može da nagovesti o nekom pojedincu i njegovom poimanju okoline.

Kinetički kod se, dakle, najčešće odnosi na značenja koja neverbalna komunikacija prenosi preko različitih pokreta. Tu prvenstveno spada izraz lica – koji se odnosi na različite grimase lica kojima se prenose brojne poruke, od namigivanja, dizanja obrva, pućenja usana, mrštenja, što sasvim „rečito“ govori o stavu ličnosti prema nečemu ili nekome. Iako se na prvi pogled čini da su izrazi lica nešto univerzalno što dele svi ljudi, oni su ipak donekle kulturno i prirodno uslovljeni. Pokreti mišića lica kao posledica primarnih emocija kontrolišu nervi lica, a oni opet čine osnovu za grimase. Ova neurološka osnova može se kulturno modifikovati ukoliko preko učenja i iskustva naučimo da kontrolišemo pokrete mišića lica čime oni postaju i individualne i kulturne varijable, koje se mogu menjati, pojačavati, neutralizovati ili maskirati, zavisno od pravila koja postoje u pojedinim kulturama.

Glavne funkcije grimasa, odnosno pokreta pojedinih delova lica su *ekspresivna* (izražavanje emocija), *fatička* i *konativna* (u komunikativnoj ravni). Grimase se mogu javiti istovremeno sa govorom, ali i nezavisno od njega. U svojoj prvobitnoj funkciji, spontani ili namerni facijalni signali su, u stvari, indeksni znaci. Ali iz tih primarnih situacija, grimase se javljaju i kao mimičko ponašanje koje prenosi signale putem imitacije i u tom slučaju grimase su ikonični znaci.

Pogled: jedan od nužnih uslova za neverbalnu komunikaciju je upravo čulo vida. Jedna od važnih poruka koju prenosimo u međusobnom dodiru ostvaruje se preko kontakta očima. U odnosu govornik-slušalac, bitno je kako i koliko jedan drugog gledaju u oči. Izbegavanje nečijeg pogleda ili slobodno gledanje u oči govori mnogo o međusobnom odnosu ljudi. To se odnosi i na oćijukanje i (nepriстойno) buljenje u nekog. Kao i kod grimasa, primarne funkcije pogleda su *fatička*, *ekspresivna* i *konativna (apelativna)*. Fatička funkcija odnosi se na uspostavljanje i održavanje kontakta tokom razgovora. Kontakt očima znači želju da se obrati pažnja na početku govora ili da se traži odgovor na kraju, kao reakcija, odnosno fdbek. Ekspresivna funkcija u ponašanju pri gledanju vidljiva je u reakcijama koje se očima mogu izraziti kad se radi o emocijama zadovoljstva, iznenađenja ili besa. Dok pogled kroz ekspresivnu funkciju daje informaciju o onome koji nešto vidi ili posmatra, konativna funkcija dobija na važnosti kada je reč o onome kome je pogled upućen. Pogled može da prenese razne emocije i

stanja poput bliskosti, simpatija, antipatija, neprijateljstva, čežnje. Da nije tako, ne bi se ni popularno govorilo „da pogled može da ubije“ ...

Kao i grimasa, i pogled ima prirodnu i kulturnu osnovu. Vrlo je zanimljivo kako dolazi do kulturnih razlika u ponašanju kad se radi o dužini i učestalosti pogleda. U nekim kulturama uzajamno gledanje je više prihvatljivo ili dozvoljeno, nego u drugim. Te razlike su naročito uočljive u kulturama Istoka i Zapada. Na Zapadu je znak nevaspitanja ako nekog ne gledamo u oči dok se rukujemo ili dok razgovaramo. Može se shvatiti i kao odraz loših manira, nervne nestabilnosti, arogancije, ali i nesigurnosti osobe koja nije u stanju da drugima gleda ravno u oči. Za razliku od Zapada, kod velikog broja naroda Istoka, gledanje u oči znači upravo nešto suprotno, aroganciju i loše manire, dok spušten pogled ukazuje na znak poštovanja prema drugom i skromnosti, što se naročito može primetiti u Japanu.

Položaj, odnosno način na koji sedimo, stojimo, ležimo takođe komunicira određena značenja bliskosti, prijateljstva, neprijateljstva, nadmoći ili inferiornosti. Položaj tela ukazuje i na emocionalna stanja, napetost ili opuštenost. Neki istraživači su na osnovu antropoloških podataka iz raznih kultura razvili čitavu tipologiju položaja tela u kojoj ima preko hiljadu statičkih pozicija: sedenje, stajanje, čučanje, ležanje, klečanje... Međutim, broj društveno dozvoljenih pozicija razlikuje se od kulture do kulture. Za položaj tela tokom razgovora, najviše su se interesovali psihoanalitičari, smatrajući da se na taj način pokazuju simptomi nesvesnih emocionalnih potreba.

Gestovi predstavljaju vrstu telesne komunikacije posredstvom ruku, nogu ili glave. U većini slučajeva vezani su za govor i dopunjuju ga. Za razliku od grimasa, gestovi mogu biti i simbolični, kao kad dva raširena prsta ruke koja oblikuju slovo V simbolišu pobjedu, ili skupljena šaka sa ispruženim palcem na gore simboliše uspeh, ili tri raširena prsta pravoslavlje. Ukoliko gestovi podražavaju neku spoljašnju stvar, onda su ikonični jer se preko njih nešto objašnjava (opsceni znaci poput srednjeg prsta ruke, ili dva prsta ruke koja oblikuju slovo V, s tim što se pokazuju tako da dlan bude okrenut ka onome ko pokazuje), ukazuju na pravac ili oblik (pokreti ruku) ili izražava neka molba, ljutnja, ili protest. Jednu od najuticajnijih klasifikacija koja sadrži pet kategorija neverbalnog ponašanja dali su Ekman i Friesen (Ekman & Friesen, 1969). Te kategorije su: *emblemi, ilustratori, pokazatelji osećanja, regulatori i adaptori* (Ekman & Friesen, 1969: 49–98)

1. Amblemi ili znamenja su uglavnom pokreti ruku koji imaju direktan prevod u rečniku. To su konvencionalni, namerni znaci koji su autonomni u odnosu na jezik. Mogu se direktno razumeti, kao što mahanje rukom znači pozdrav, ili prst na ustima označava tišinu. Međutim, kao i sam jezik, gestovni amblemi ograničeni su na posebne kulture, mada se prema mišljenju Dezmonda Morisa (1979), geografska rasprostranjenost gestova ne podudara sa granicama jezika. U svakodnevnom životu, gestovni amblemi mogu da zamenjuju pojedine reči ili rečenice. Pošto se mogu različito koristiti, ne može se govoriti o nekom sistemu. Zavisе od konvencije i ne mogu se posmatrati kao kodovi. Leksikografski pregled porekla gestova u Evropi kao i njihovu distribuciju dao je Dezmond Moris (1979). Neki autori uz učenje jezika i kulture neke zemlje, proučavaju i gestove (Wylie, 1997).

2. Ilustratori su gestovi povezani sa govorom i služe da se ilustruje ono što se govori. Možemo ih zvati i gestikulacija. Ilustratori predstavljaju produžetak reči, kao kada govor prati gestikulacija rukama. Ekman i Frisen (Ekman & Friesen, 1969) razlikuju nekoliko podtipova ilustratora: palice (dirigentske „batons“) – gestovi koji naglašavaju pojedine reči i rečenice, ideografi – gestovi koji nagoveštavaju pravac misli, kinetografi koji slikaju radnje, piktografi – pokazuju predmete, ritmički koji opisuju ritam ili tempo nekog događanja, spacijalni – opisuju prostor i deiktički koji ukazuju na predmete. Za razliku od palica koje mogu da imaju samo ekspresivnu funkciju, svi drugi ilustratori imaju indeksnu ili ikoničnu funkciju na koju se odnose. Semantička veza između jezika i ilustratora može da bude naglašavanje, zamena, dopuna i protivrečenje.

3. Pokazatelji osećanja su neverbalni izrazi emocija i afekata i najčešće se odnose na izraz lica koji nam ukazuje šta neko oseća, preko osmeha, ili mrštenja čela i podizanja obrva.

4. Adaptori ili telesni manipulatori pomažu ličnosti da zadovolji ili ukaže na neke vlastite probleme ili dešavanja, kao što je češanje, kršenje ruku, udaranje olovkom o sto. Takvi činovi podsvesne autokomunikacije tumače se kao adaptivni napor da se zadovolje lične ili telesne potrebe, ili da se srede emocije. Obično se na ovaj način ne prenosi toliko poruka, koliko se daje informacija o samoj ličnosti.

5. Regulatori su gestovi vezani za govor koji regulišu govornu interakciju između govornika i slušaoca. Njihova funkcija je najpre fatička. Regulatori pomažu da se pokrene, održi, strukturiše i završi međuodnos preko naznaka koje

ukazuju na različite faze odnosa, na razne naznake koje nam pomažu da odnos funkcionise nesmetano. Sam pravac i držanje tela, gestovi glavom na taj način ukazuju na govornikovu želju za odobravanjem ili nagoveštavaju da govornik želi da započne komunikaciju.

Umetnost govorenja, koja je podrazumevala i govor i gestove i koja je bila konstitutivni deo antičke retorike, zvala se *pronuntiatio*. O tome je pisao Kvin-tijan u „De institutione oratoria“, gde je retorsku veštinu gestova nazvao kiro-nomija, ili nauka o gestovima. U Renesansi se ova nauka zvala korologija i neke studije iz tog vremena sadrže čitave rečnike ilustrativnih i amblemskih gestova (pretnja, očajanje, molba), što ukazuje na visok stepen kodifikacije u retorskim gestikulacijama.

Dezmond Moris je u čuvenoj studiji „Otkrivanje čoveka kroz gestove i po-našanje“ (1979) doprineo rasvetljavanju odnosa između kulture, komunikacije i neverbalnog ponašanja, detaljno analizirajući gestove koje je definisao kao *radnje kojima se daje neki uočljivi, fizički znak onome ko posmatra*. Gestovi koji prate govor mogu se posmatrati kao deo fizičke sintakse govora. To znači da gestovi i govor imaju neke zajedničke odlike, pa se u tom smislu gestovi mogu podeliti na one sa pokretima ruku koji se javljaju tokom govora i na ritualizovane gestove kao što je pozdrav. Kao znaci i signali, određeni gestovi imaju status javnih ritualnih akata – pozdravljanje, mahanje, gestovi s prstima... Neki istraživači smatraju da su gestovi rukama bili evolucionari prethodnici prave sintakse. Posebno se *vokalni gestovi* smatraju mogućom kopčom u filogenetskom razvoju od gesta do jezika.

Gest je način uspostavljanja komunikacije i da bi pokret bio i gest, on mora da prenosi neku poruku ili informaciju. Telesni gestovi, o kojima govori Moris, mogu biti primarni/namerni i slučajni. Namerni gestovi su kada nekome namignemo okom ili pripretime prstom, dok su slučajni oni o kojima ne razmišljamo kao što su kijanje, češanje, zevanje i sl. Slučajni gestovi takođe mogu nešto da poruče o nama, kao npr. da imamo kijavicu, da nam je dosadno, itd. Ono što Moris podvlači kod gestova nije namera onoga ko gestikuliše, već recepcija tog gesta kod drugog, značenje koje on izvlači iz nečijeg gesta, bez obzira na to da li je on nameran ili slučajan. Stoga, Moris, gest u najširem značenju, određuje kao „zapaženu radnju“ (Moris, 1979: 24).

Primarne, odnosno namerne gestove, Moris je podelio na šest kategorija.

1. Izražajni gestovi su vrsta bioloških gestova i od velikog su značaja u svakodnevnim ljudskim odnosima. Tu spadaju sve vrste facijalnih znakova, ali i pokreti koji se stvaraju pomoću ostalih delova tela, naročito ruku. Te manuelne gestikulacije Moris određuje nezavisno od gesta kao manuelnu radnju koju čovek čini nesvesno da bi potvrdio ili naglasio nešto o čemu govori u verbalnoj komunikaciji sa drugima. Ovi prirodni gestovi najčešće su spontani, više slučajni nego namerni, i ovde ne postoji mehanička funkcija gesta, već samo „signaliranje“. To je svet osmeha i podrugljivih grimasa, sleganja ramenima i durenja, smeha i trzanja, crvenila i bledila, mahanja i klimanja, naklona i buljenja, mrštenja i gundanja. Ovi gestovi zajednički su svim ljudima, bez obzira na to što se razlikuju u nekim pojedinostima, i to zahvaljujući različitim kulturnim uticajima u kojima su neki gestovi manje ili više sputani, u zavisnosti od društvenih normi.

2. Mimički gestovi predstavljaju vrstu pokreta kojima se neko ili nešto podražava. Pomoću njih preslikavamo nešto što želimo da opišemo i otuda se oni lako razumeju među ljudima iz različitih kultura. Moris razlikuje četiri vrste mimičkih gestova.

- Društvena mimikrija odnosi se na masku koju stavljamo na lice u društvu da bismo prikrili naša prava osećanja. Pravimo se da smo veseli kada to zapravo nismo. Moris razlikuje društvenu mimikriju od *društvene uloge* kojom obmanjujemo ne samo druge, već i same sebe.
- Teatralna mimikrija odnosi se na simulaciju određenih osećanja sa ciljem zabave, tačnije odnosi se na svet glumaca.
- Parcijalna mimikrija odnosi se na podražavanje nečega što onaj koji podražava ne može da bude, kao kad šakom podražavamo pištolj, rukama let krila, ili obrise nekog oblika, tela...
- Vakuumska mimikrija predstavlja radnju koja se vrši u odsustvu predmeta na koji se odnosi. Ako je čovek gladan ili žedan, rukom će pokazivati da želi da jede ili pije.

Sve ove mimikrije teže ka realnosti i univerzalne su, zajedničke svim narodima. Stoga se i bitno razlikuju od sledećih tipova gestova koji se vezuju za pojedine kulture i narode.

3. Šematski gestovi odnose se na podražavanja koja skraćuju ili sažimaju. Za razliku od ostalih gestova koji žele da budu realistični, šematski izdvajaju samo jednu crtu onoga što opisuju u cilju veće efikasnosti i brzine. Upravo zbog svoje stilizovanosti i jednostavnosti, ovi gestovi su najčešće lokalnog karaktera. Moris



ovde navodi specifične načine na koje neki narodi prikazuju konja, zeca ili bika, pri čemu neki pokreti mogu biti sasvim nerazumljivi van jednog kulturnog kruga, dok neki već imaju opštije značenje kao što dva prsta na glavi predstavljaju znak za bika.

4. Simbolički gestovi imaju apstraktan kvalitet i ne odnose se na neki određeni predmet u stvarnosti. Tiču se apstraktnih pojmova, kao kad, npr. glupost pokazujemo tako što okrećemo kažiprst na slepoočnici, ili nevericu time što prstom povučemo donji kapak. Međutim, glupost se može prikazivati i na neki drugi način – lupkanjem po čelu, ili temenu. Povlačenje donjeg kapka kod različitih naroda može da znači različite stvari: opreznost, odobravanje, tajanstvenost... Samo čulo vida ima simboličko značenje, dok njegova sadržina može da bude različita. Jedno isto značenje se može prikazati na različite načine, kao što se i više značenja može prikazati istom radnjom. Simbolički gestovi su specifični za određenu kulturu i samim tim konvencionalizovani, što znači da ih moramo naučiti kako bismo ih razumeli.

5. Tehnički gestovi su gestovi kojima se služe stručnjaci u pojedinim zanimanjima, ili ljudi koji pripadaju određenim profesionalnim sredinama. Otuda su razumljivi samo njima i nemaju smisla za ljude van tog polja. Tehnički gestovi se najviše primenjuju u situacijama u kojima verbalni kontakt nije moguć, kao što je slučaj među članovima televizijskog studija, ronocima, vatrogascima, krupijeima, prilikom aerodromske signalizacije na pisti, itd.

6. Šifrovani gestovi su formalni znaci koji su uzajamno povezani i čine sistem koji predstavlja određeni kod ili jezik. Za razliku od tehničkih gestova, oni su čvrsto povezani i mogu da funkcionišu isključivo u sistemu. Najvažniji sistemi tog tipa su jezik gluvonemih i mornarski semaforški jezik. Moraju se učiti kao svako pismo i nemaju gotovo nikakve veze sa jezikom gestova koji koristimo u svakodnevnom životu.

Dezmond Moris (1979) je, analizirajući gestove u svim varijantama i upotreabama, naglasio da je zadatak gestova da šalju signale, zbog čega oni moraju, pre svega, da budu očigledni onima kojima su upućeni. Njihov oblik treba da bude tipičan da ne bi došlo do odstupanja i da se ne bi mešali s nekim drugim. I pored toga što mogu imati simbolično značenje, njihova poruka mora uvek biti jasna i jednosmislena kako bi bila pravilno shvaćena. Oni najčešće predstavljaju društvenu konvenciju i prenose se u okviru određene tradicije i kulture, zbog čega je, ukoliko se ne radi o izražajnim, veoma malo gestova koji imaju univerzalno značenje.

**6. Fizički izgled i oblačenje** – često možemo da identifikujemo kulturu iz koje neko dolazi, i to na osnovu fizičkog izgleda i načina oblačenja. Pre nego što uđemo u komunikaciju sa nekim, prvo primetimo fizički izgled i način oblačenja. U nekim kulturama, ljudi namerno manipulišu svojim fizičkim izgledom kako bi prikazali sopstveni identitet. Takođe, u određenim kulturama, fizički izgled osobe i odeća komuniciraju njen ili njegov socijalni status, godine, pripadnost određenoj supkulturnoj grupi. Poklonici pank i metal muzike potpuno se drugačije oblače od poklonika turbo-folka. Ljudi su skloni tome da kroz odeću iskazuju različitost, unikatnost. Primer toga su boemski stil oblačenja umetnika koji je uvek bio indikator njihovog životnog stila, ili sve popularniji hipsterski stil, koji takođe komunicira nečiji stav o umetnosti i društvu, uopšte.

U svakoj kulturi, muškarci i žene se drugačije oblače, a u mnogim kulturama razlike počinju od samog rođenja. Na primer, u većini evropskih zemalja, dečaci se oblače u plavo, a devojčice u roze. U Masai plemenu u Keniji, razlika između devojčica i žena se komunicira preko telesnih artefakata. Prema Vandehju, Burgeru i Krugeru, žene iz Masai plemena nose specifične ogrlice i minđuše kako bi naznačile svoj bračni status (Buerger, Krueger & Vandehy, 1996). Ukoliko bi muž video svoju ženu bez minđuša i ogrlice, mogao bi fizički da je kazni. Muškarci u Masai plemenu nose minđuše i prstenove oko ruku kojima komuniciraju socijalni status. Specifične minđuše prave razliku između starijih muškaraca i muškaraca ratnika. Nekim drugim ukrasima na telu se komunicira da li su pripadnici plemena, bilo muškarci, ili žene, kastrirani, ili ne.

U većini islamskih zemalja, žene se lako prepoznaju po turbanima, zabrađenim glavama, koji su važni simboli religioznosti i vere kod muslimana. Pripadnici kultura sa Zapada, marame preko lica često percipiraju kao znak potčinjenosti žena muževima. U Turskoj, pak, mlade muslimanke veruju da marame, i sve vrste poveza preko glave služe kao obrana od pogleda muškaraca i simbol ženine odanosti Bogu, pre nego svojim muževima i očevima. U većini zemalja na Srednjem istoku, poput Saudijske Arabije, zakonom je propisano da se žene oblače konzervativno i da pokrivaju kosu u javnosti. Iako žene ne moraju da nose tradicionalni *abaya* (crni ogrtač) preko odeće, očekuje se da nose tunike do kolena preko odeće i da obavezno prekriju kosu. Takođe treba da izbegavaju napadnu šminku u prisustvu muškaraca. Drugim rečima, sve ovo se radi kako bi se izbeglo izazivanje seksualnog uzbuđenja kod muškaraca. Muškarci mogu da nose ili tuniku preko odeće, ili zapadnjačku odeću, ali ne smeju da nose

bermude ili otkopčane majice. Takođe, muškarcima nije dozvoljeno da imaju dugačku kosu.

U Indiji, poslovni muškarci nose *dhoti* – bela tkanina koja se obmota oko donjeg dela tela, a umesto majica nose se dugačke bluze. Žene u Indiji nose *sari* i bluzu. *Sari* je lagana, dugačka tkanina koja se nosi tako što jedan deo formira suknju, a drugim delom se pokriju glava i ramena. Nije prihvatljivo da se ženama vide noge od kolena na gore, kao ni gola leđa. Nošenje odeće koja u bilo kojem slučaju otkriva previše „kože“ nije prihvatljivo jer može da konotira „raspuštenu ženu“.

U Japanu, *kimono* predstavlja tradicionalnu nošnju, kako za muškarce, tako i za žene. Tradicionalno se nosi sa širokim pojasom, zvanim *obi*. Sam izgled kimona varira shodno polu, godinama, bračnom statusu, godišnjem dobu, i povodu. U davnoj prošlosti, nije postojala razlika između muških i ženskih kimona. Danas postoji nekoliko tipova kimona koje nose muškarci, žene i deca. Muškarci uglavnom nose kimona u plavoj, crnoj, braon, sivoj ili beloj boji. Ženska kimona su veoma detaljna i variraju u stilu i dizajnu. Tkanina, kroj, boja, dužina rukava i sami detalji obija variraju prema ženinim godinama, socijalnom statusu, bračnom statusu i godišnjem dobu. Preko letnjih meseci žene nose *yukatas* – lagana pamučna kimona. U velikom broju hotela u Japanu, gosti dobijaju yukatas koje mogu da nose u svojim sobama. U Japanu, 15. novembra svake godine, poznatijem kao „7-5-3 dan“, dečaci stari tri ili pet godina i devojčice stare tri ili sedam godina oblače kimona kako bi se molili u hramu.<sup>3</sup>

**7. Olfaktorni kod** – Spoljni svet saznajemo putem različitih čula. Olfaktorni sistem ima značajnu regulatornu, a pre svega alarmnu funkciju. Ova funkcija ispoljava se kroz sposobnost da se namirišu ugrožavajući stimulusi kao što su, recimo, dim ili pokvarena hrana u veoma malim koncentracijama i to pre nego što njihovi nosioci mogu da se vizuelno opaze. Direktna i kompleksna veza olfaktornog senzornog sistema sa supkortikalnim limbičkim strukturama (amigdale, septum, hipokampus, hipotalamus) dodatno povećava verovatnoću nesvesnih, tj. refleksnih alimentarnih refleksa pri pojavi opasnih (povređujućih, otrovnih) objekata, ali i pozitivnih emocionalnih reakcija, kao što je seksualno uzbuđenje pri pojavi seksualno atraktivnih odoranata (Marković, 2008: 22)

<sup>3</sup> Festival „7-5-3“ predstavlja proslavu rasta i zdravlja deteta. Devojčice slave treći i sedmi rođendan, a dečaci treći i peti rođendan. Dečaci i devojčice nose *haori* i *hakamu*. Hakama se nosi preko kimona, tako što se zaveže oko struka i pada do gležnjeva. Postoje dva tipa hakame: one koje liče na pantalone, i one koje su u obliku suknje. Haori je sličan jakni i nosi se preko kimona. Tradicionalno, deca su obavezna da za ovaj dan nose i haori i hakamu.

Istraživanja pokazuju da olfaktorna sposobnost ima prilično jak uticaj na socijalnu interakciju. Veliki procenat odraslih ljudi svestan je mirisa u svom okruženju. Olfaktorni sistem igra važnu ulogu u sklapanju i održavanju socijalnih veza. Većina kultura dodeljuje značenje mirisima što se često odnosi na ljude koji te mirise „nose“. Ovo je evidentno u odnosu između članova suprotnog pola. Iako je poznato da mirisi igraju ključnu ulogu u procesu parenja kod mnogih životinja, mirisi takođe igraju bitnu ulogu u povezivanju ljudi, a postoje empirijski dokazi da mirisi ubrzavaju pubertet, pomeraju menstrualne cikluse i utiču na seksualnu orijentaciju.

Mirisi takođe pomažu pri identifikovanju članova porodice, unapređuju vezu između roditelja i dece i utiču na izbor partnera. U nekim kulturama miris zauzima bitno mesto u određivanju samog identiteta pojedinaca. Na primer, među pripadnicima Bororo plemena u Brazilu, lični miris predstavlja životnu snagu pojedinca, dok nečiji dah predstavlja stanje duše. U pojedinim kulturama je mešanje mirisa pojedinaca strogo propisano, pa je tako pripadnicima pojedinih plemena među amazonskim Desanama, za koje se smatra da dele sličan miris, brak dozvoljen samo onima koji imaju različite mirise, tj. pripadnicima različitih plemena. Slično, pripadnici Negrito plemena, na Malajskom polustrvu, zabranjuju seksualne odnose među nosiocima istih telesnih mirisa. Oni veruju da mešanje istih mirisa vodi ka bolesti među parovima, pa i kod dece koju začnu (Fox, 2004).

Kol i Franker navode da, iako se od kulture do kulture razlikuju preferencije kada su mirisi u pitanju, postoje univerzalna opredeljenja za određene mirise koji možda imaju korene u samoj biologiji i evoluciji (Francoeur & Kohl, 2002: 342). Na primer, najfiniji parfemi na svetu sadrže olfaktorne tragove urina. Naučnici tvrde da ovi mirisi funkcionišu kao seksualni omamljivači. Poznato nam je, da se feromoni iz tela izbacuju kroz urin. Ovi mirisi nesvesno mogu da stimulišu najdublje delove našeg mozga. Osim što deluje kao seksualni omamljivač, miris se takođe koristi za markiranje distinkcija socijalnih klasa. Dalje, idiomatski izrazi često koriste termine u vezi sa mirisom kako bi iskazali antagonizam ili gađenje prema drugome. Ljudi često za osobe koje im se ne dopadaju kažu „smrad“ ili „smerljivko“. Kada nam je neko sumnjiv obično kažemo da „nit' smrdi, nit' miriše“. Neiskreni političari mogu da „smrde na laž“.

Miris se često koristi da kategoriše grupe ljudi po statusu, moći i moralnim osnovama. Mirisi, sami po sebi nisu moralni ili nemoralni, ali osobine ili misli

koje se pripisuju određenim mirisima su te koje im daju moralni značaj. Miris jedne osobe nije individualna emisija i moralni iskaz, već i socijalni atribut, značajan naročito za članove subordinatne grupe, koji su često etiketirani kao „smrdljivci“. Takve etikete često podstiču rasističke, etničke i religijske predrasude i mržnju. Potčinjenim i mikrokulturnim grupama se često pripisuju negativne olfaktorne karakteristike. Zapravo, neprijatni mirisi su jedan od kriterijuma po kojem se identifikuju određene socijalne klase ili rase. Mnoge kulture uvode norme za prihvatljive i neprihvatljive mirise ljudskog tela. Kada individualci ili grupe ljudi ne uspeju da se prilagode u sferi prihvatljivosti, njihov miris šalje signale da „nešto nije u redu“ sa njima, bilo fizički ili mentalno. Kol i Frankoer (Kohl & Francoeur, 2002) navode da američka puritanska tradicija *cleanliness is next to godliness* (čistoća je jednaka pobožnosti) može da objasni opsesiju Amerikanaca dezodoransima, parfemima, sapunima i šamponima. Muslimani veruju da su čistoća tela i čistoća duše povezani. Pranje je obavezno pre i posle svakog jela. Kuran nalaže da pre svake od pet dnevnih molitvi treba oprati šake, ruke i stopala.

Socijalne razlike koje se prave na osnovu mirisa su kulturni proizvod obrazovanja, religije, vaspitanja i socijalnog pritiska od vršnjaka. Štaviše, takve razlike potpomažu socijalne barijere između grupa, toliko da mogu da opravdaju dominantnost jedne grupe nad drugom. U srednjem veku, bogati slojevi kupovali su i koristili velike količine parfema kako bi umanjili miris nižih klasa. Nemački i engleski vojnici su tvrdili da su za vreme Prvog i Drugog svetskog rata mogli da identifikuju neprijatelja po mirisu. Slične tvrdnje iznele su američke i vijetnamske trupe. Duboko uvreženo mišljenje da crnci „smrde“ datira iz vremena Tomasa Džefersona koji je o „neprijatnom mirisu crnaca“ govorio kao o krajnjem dokazu nemogućnosti udruživanja bele i crne rase. Dakle, ako čovek svojim gestovima, izgledom i načinom oblačenja prenosi informaciju o svojoj pripadnosti, sklonostima u društvu, seksualnoj orijentaciji, isto tako i telesnim mirisom šalje poruke o sebi. Upravo te poruke, u zavisnosti od načina na koji ih primalac percipira, mogu znatno da utiču na dalji tok ili prekid komunikacije, pa samim tim i na odnos između komunikatora.

**8. Artefaktni kod** se takođe može svrstati u okvir neverbalnog komuniciranja. Ovaj kod služi kao sredstvo koje utiče tokom komunikacije koja se prenosi nekim drugim kodom. Odnosi se na predmete koje posedujemo i na način na koji ukrašavamo sebe i svoj prostor u kojem živimo i/ili radimo. Ovi kodovi

mogu da pomognu u nametanju određene vrste komunikacije: fiksirane osobine predmeta oko nas kao što su prostor, veličina, ili polufiksirane kao svetlo, boje i nameštaj. Dinamičke osobenosti predmeta takođe mogu da prenose poruku: cveće, bombonjere, otvorena flaša vina i sveće na stolu, prigušeno svetlo, slike na zidovima, tepisi u sobama... Artefakti, odnosno predmeti predstavljaju naše produžetke preko kojih želimo nešto da komuniciramo. Stvari koje nas okružuju odraz su našeg stila, ukusa i osobenosti, ali i statusa. Elementi naše sredine prenose poruke o nama i diktiraju prirodu komunikacije koja će se odigrati. Artefakti su odgovorni za definisanje komunikacionog konteksta i pomažu u određivanju načina na koji svi drugi neverbalni kodovi treba da se tumače (Burgoon, 1994: 199).

## Zaključak

Iako se neverbalno komuniciranje ne može u potpunosti odvojiti od verbalnog komuniciranja, ne sme se zanemariti činjenica da ono čini veliki postotak celokupnog komunikacionog procesa koji se odvija među ljudima. Iz opisanog se može videti da je sistematizovana podela i samo razumevanje kodova važno kako bi se bliže odredile vrste signala koje čovek šalje kroz neverbalne poruke. Neverbalni kodovi uglavnom ne deluju izolovano, već u kombinaciji kako bi proizveli razne funkcije komunikacije, poput stvaranja i obrada poruka, stvaranja utiska, obmanjivanja, ekspresivne komunikacije, interaktivne komunikacije i društvenog uticaja. Neki od kinetičkih kodova neverbalnog komuniciranja, poput gestova se mogu učiniti univerzalnim, međutim, veliki deo našeg neverbalnog ponašanja je naučen i shodno tome kulturološki jedinstven. Imajući u vidu da ljudi različitih kultura misle i ponašaju se različito, i da to svakodnevno iskazuju ne samo jezikom, već i brojnim neverbalnim porukama koje šalju, jasno je da se te poruke javljaju kao moćan deo komunikativnog procesa. Budući da se neverbalne poruke dobrim delom nalaze u sferi nesvesnog ljudskog ponašanja i da tu obuhvataju širok dijapazon izraza, one omogućavaju saznanja, ne samo o subjektima komunikacionog procesa, već i o vrsti odnosa u kojem se nalaze.

## Literatura

- Argyle, M. (1972). Non-verbal Communication in Human Social Interaction. In Hinde, R. A. (ed.), *Non-verbal Communication*. Oxford: Cambridge University Press, pp. 243–269.
- Birdwhistell, R. I (1954). *Introduction to Kinesics*. Louisville: University of Louisville Press.
- Burgoon, L. K. & Guerrero, L. (1994). Non-verbal Communication. In Burgoon, M., Hunsaker, F.G. & E.G. Dawson *Human Communication*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Čomski, N. (1972). *Gramatika i um*. Beograd: Nolit.
- Eko, U. (1973). *Kultura, informacija, komunikacija*. Beograd: Nolit.
- Ekman P. & Friesen W. (1969). The Repertoire of Nonverbal Behavior: Categories, Origins, Usage and Coding. *Semiotica*, 1(1), 49–98.
- Fiske, J. (1991). *Introduction to Communication Studies*. New York: Routledge.
- Fox, K. (2004). *Watching the English: The Hidden Rules of English Behaviour*. London: Hodder & Stoughton.
- Gudykunst, G. & Hasegawa, K. (1984). *Cross-cultural Encounters*. Japan: Kinseido.
- Hol, E. (1976). Nemi jezik. Beograd: XX vek.
- Hall, E. T. (1968). Proxemics. *Current Anthropology*, 9(2-3), 83–108.
- Hall, E.T. & White, W. F. (1976). Intercultural Communication: A Guide to Men of Action. *Human Organization*, 19, 5–12.
- Jones, S. E. & Yarbrough, E. (1985). A Naturalistic Study of the Meaning of Touch. *Communication Monographs*, 52(1), 19–56.
- Kohl, J. V. & Francoeur, R. T. (2002). *The Scent Of Eros: Mysteries Of Odor In Human Sexuality*. Lincoln, NE: iUniverse.

- Lawless, H. & Engen, T. (1977). Association to Odors, Interference, Memories, and Verbal Labeling. *Journal of Experimental Psychology, Human Learning & Memory*, 3, 52–59.
- Marković, S. (2008). Struktura olfaktornog doživljaja. *Psihologija*, 41 (1), 21–34.
- Moris, D. (1979). *Otkrivanje čoveka kroz gestove i ponašanje*. Beograd: Jugoslavija.
- Noth, W. (1990). *Handbook of Semiotics*. Bloomington: Indiana University Press.
- Osgood, C., May, W. & Miron, M. (1975). *Cross-cultural Universals of Affective Meaning*. Urbana: University of Illinois Press.
- Patterson, M. (1983). *Nonverbal Behavior*. New York: Springer.
- Radojković, M. & Miletić M. (2006). *Komuniciranje mediji i društvo*. Novi Sad: Stylos.
- Vandehey, K., Buerger, C. & Krueger, K. (1996). *Traditional Aspects and Struggles of the Masai Culture*. Guilford: Dushkin.
- Wiener, M. et al. (1972). Nonverbal Behavior and Nonverbal Communication. *Psychological Review*, 79(3), 185–214.
- Wylie, L W. (1997). *Beaux Gestes: A guide to French Body Talk*. Cambridge, Mass.: Undergraduate Press.



## CODES OF NONVERBAL BEHAVIOUR

*Summary:* Verbal communication skills are one of the most important prerequisites for communication competence of each individual. It is well known that good communication is the foundation of any successful relationship, whether familial, romantic or professional. A significant part of the communication that takes place between people is nonverbal. Even when people stop speaking, they do not cease to communicate, because their bodies are constantly sending information about themselves. These signals may indicate the current emotional state of the speaker, but they can be misunderstood. Therefore, understanding nonverbal communication can and should be a key to effective communication. The rules of nonverbal communication are acquired through socialization and vary significantly between cultures, and even within the same culture. Verbal code, used in the appropriate syntax, has a denotative meaning. If during verbal communication, we hear a word we do not understand, we can look it up in the dictionary. For interpreting nonverbal communication, vocabulary does not exist. If someone approaches, touches us, is being quiet, or is staring at us, we can only guess the reasons and significance of these moves. Nonverbal communication, no matter how short it lasts, is inevitably accompanied by verbal communication. Nonverbal language can be intertwined with verbal language and may complement it, accent, substitute, repeat or even contradict it. Understanding of nonverbal communication codes is, therefore, a key factor in the process of communication, both among members of the same culture, and between members of different cultures, and as a result it is expected to achieve intentional didactic, economic or political goals. Bearing in mind that codes of nonverbal communication overlap and can confuse the communicators, the aim of this paper is to provide a systematic division of the existing non-verbal codes.

*Key words:* nonverbal communication, nonverbal codes, nonverbal behaviour



## Socijalne mreže i Arapsko proleće

Bojana Milošević<sup>1</sup>

Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Beogradu

doi:10.5937/comman1327085M

*Rezime:* Proteklu je godinu u međunarodnim okvirima obeležilo Arapsko proleće. Talas revolucija pod kojim su pali mnogi režimi arapskog sveta, iznedrio je i nov način poimanja odnosa socijalnih mreža i političkih tokova. Mreže koje su svoju ulogu do tada nalazile prevashodno u sferi zabave i ličnih kontakata, predstavljene su širom sveta kao oruđe koje je revoluciju učinilo mogućom. Da li je, ipak, opravdano uzdizati društvene mreže na taj nivo, pitanje je koje se postavlja i u akademskim krugovima širom sveta.

Ono što se o mrežama poput Twitter-a ili Facebook-a može sa sigurnošću reći je, da su one izmenile način na koji se o pobunama i ratovima govori i izveštava. Slike, video zapisi, kao i komentari učesnika sukoba, obilazili su svet na način koji se može smatrati pobunom protiv diktature koja je postojala u tradicionalnim medijima. Ove su mreže, dakle, bile sredstvo koje je doprinelo, olakšalo i izmenilo tok revolucije, međutim ne mogu biti predstavljene kao *conditio sine qua non* celokupnog Arapskog proleća.

*Ključne reči:* socijalne mreže, internet, revolucija, protesti, Arapsko proleće, Bliski istok, Severna Afrika

Svedoci smo ubrzavanja i veće dinamičnosti međuljudske komunikacije, koja se, čini se, suštinski izmenila tokom poslednjih nekoliko decenija. Nije brže samo povezivanje, već je porastao i broj veza koje nas danas povezuju u kolopletu savremene komunikacije, kao i dubina do koje veze sežu. Možda najvažniji aspekt je, ipak, uticaj koji nam savremeno komuniciranje omogućava.

Od pojave interneta, postalo je jasno da će retko koji kutak planete Zemlje ikada više biti zanemaren. Globalizacija je time dobila adekvatan medij. Naš

---

<sup>1</sup> Kontakt sa autorom: milosevic.bojana@gmail.com.

„stvarni život“ je sve više počeo da uključuje i taj „virtuelni“ svet. Internet je zatim, pojavom „socijalnih mreža“ postao mesto gde korisnici prenose svoje socijalne aktivnosti, zanimanja i stavove. Bilo je pitanje vremena kada će socijalne mreže poput Facebook-a ili Twitter-a postati zaista savremene agore, i kada će političari širom sveta zaista strepeti od komentara koji se ovim mrežama šire po virtuelnom prostoru. Da li je to vreme došlo?

Brojne revolucije koje su se dogodile, ili se još uvek događaju pod okriljem Arapskog proleća<sup>2</sup> u vidu nemira i demonstracija protiv vladajućih režima, u zapadnom svetu su prepoznate kao trijumf socijalnih mreža. Zbog jake kontrole glavnih medija od strane vlasti, u zemljama sukoba, socijalne mreže sve su češće korišćene kao kanal prenosa informacija, što ih zbog slobode u komuniciranju i nepostojanja cenzure, zaista predstavlja odgovarajućim mestom za širenje revolucionarnih poruka. Postavlja se, međutim, pitanje da li je ipak, Arapsko Twitter proleće, ipak samo još jedna projekcija slike koju zapadni svet ima o socijalnim mrežama ili je njihov uticaj zaista toliki.

Ovo pitanje je važno sa još najmanje dva aspekta. Prvi aspekt se odnosi na uticaj koje i van arapskog sveta imaju socijalne mreže. Različita su shvatanja o njihovom uticaju na društvene prilike, od onih po kojima su internet i socijalne mreže pogodno tle za jačanje autoritarizma, pa do onih koji su sigurni u veliku ulogu socijalnih mreža pri širenju liberalizma i liberalnih ideja. Drugi se aspekt odnosi na uslove u kojima su se revolucije odvijale. Veliki broj zemalja koje su obuhvaćene ovim revolucijama ne spada u zemlje u kojima je korišćenje interneta široko rasprostranjeno. Uslovi života, pre svega kultura i religija, ne govore u prilog održivosti ideje da su ovi revolucionarni pokreti u toliko značajnoj meri „rasli“ na Twitteru ili nekoj drugoj socijalnoj mreži. Stoga je veoma značajno i pitanje da li je, ipak, moguće da su liberalne ideje revolucionarnih pokreta do te mere uticale i na liberalizaciju nacionalnog shvatanja komunikacija. Gledajući kroz tu prizmu, da li su zaista internet i socijalne mreže revolucionarni odgovor na diktaturu vlasti ispoljenu kroz uređivačku politiku klasičnih medija?

## Pojam, istorijat i karakteristike socijalnih mreža

Danas u svetu retko gde možemo naići na nekoga ko se sa pojmom socijalnih mreža nije sretao. Širom sveta, milijarde korisnika svakodnevno koriste

<sup>2</sup> Godine 2005. termin je prvi put upotrebljen, a u smislu u kome se sada koristi širom sveta kod autora Marka Linča (Lynch, 2011)

socijalne mreže. Prema određenom broju stanovišta, socijalne mreže predstavljaju „veb servise koji omogućuju pojedincima da stvaraju javne ili polujavne profile u okviru datog sistema, da artikulišu listu drugih korisnika sa kojima su povezani, kao i da gledaju i prelaze na liste veza (konekcija), kako svojih, tako i onih sa kojima su povezani“ (boyd & Ellison, 2008: 211). Ovim je obuhvaćena i sekundarna upotreba ovih mreža, povezivanje sa drugim, umreženim pojedincima, koji, inače, u stvarnom životu nisu deo naših širih društvenih mreža koje stvaramo oko sebe.

Govoriti o istoriji socijalnih mreža teže je no definisanje ovog pojma, kako zbog činjenice da možemo identifikovati više „polaznih tačaka“, tako i zbog mnogih aspekata njihovog razvoja. Za potrebe ovog rada, o istorijatu socijalnih mreža biće reči toliko koliko je potrebno da bi se stekao bliži uvid u brzinu razvoja, kompleksnost i implementaciju njihovih uticaja u različite sfere društvenog života.

Od prvog kompjutera (ENIAC, 1945) do trenutka kada je poslat prvi e-mail prošlo je malo više od četvrt veka (1971), kompjuter primalac i pošiljalac nalazili su se na malom rastojanju jedan od drugog. Kompjutersko slanje poruka (*BBS – bulletin board systems*) putem telefonske linije, na veću udaljenost bilo moguće tek 1978. god. Ipak, prve socijalne mreže nastale su tek u poslednjoj deceniji prošlog veka, tačnije 1994. god. kada je konstruisan prvi sajt za društveno povezivanje – Geocities. Tada su korisnici pravili virtuelne gradove koji su se nakon toga povezivali. Ovi gradovi se mogu smatrati pretečom današnjih, korisničkih profila na Facebook-u ili Twitter-u. Iduće godine kreiran je *theglobe.com*, koji je omogućio personalizovanje profila, odnosno objavljivanje određenih ličnih sadržaja i interakciju sa drugim korisnicima sličnih interesovanja. Godine 1996. stvoren je AOL instant messenger, ali i mreža *sixdegrees.com* (prva mreža sa današnjim karakteristikama – mogućnosti kreiranja profila i listinga prijatelja). Nakon kratkog zastoja, 2002. počinje novi, intenzivniji talas razvoja socijalnih mreža, lansiranjem Friendster-a, prve socijalne mreže sa primarnom funkcijom virtuelnog povezivanja prijatelja iz realnog sveta. Mreže koje danas zauzimaju primat po broju korisnika, mahom su nastale posle 2003. kada je na principima Friendster-a, lansiran *myspace.com*. Godinu dana kasnije, trenutno najpopularnija socijalna mreža – Facebook, nastaje kao platforma za povezivanje studenata američkih univerziteta, a zatim je 2006. stvoren *twitter.com*. Samo četiri godine nakon osnivanja, Facebook postaje socijalna mreža sa

najvećim brojem korisnika u svetu, a procenjuje se da je broj njegovih korisnika u 2011. dostigao brojku od skoro 800 miliona korisnika (Internet World Stats, 2011). I Facebook i Twitter su, ipak, premašili razmere koje su dostigle neke od mreža prethodnica (Online schools, 2011).

Socijalne mreže su svojim sve većim uticajem navele mnoge istraživače da se posvete i pitanju razloga njihovog sve većeg značaja za naše društvo, mogućnostima koje pružaju, ili karakteristikama koje su ih dovele na mesto sve uticajnijih internet sajtova. Pre nekoliko godina, u Americi je objavljena zajednička studija nekoliko autora, koja se bavila merenjem i analizom onlajn socijalnih mreža (Mislove, 2007). Istraživači su tada kao glavne karakteristike socijalnih mreža, ali i razlika u odnosu na druge vrste veb sajtova izdvojili: zasnovanost na korisnicima, interaktivnost, akcenat na zajednici (ljudi se grupišu prema zajedničkim interesovanjima, vrednostima, itd.), povezivanje (usmerene ka pravljenju što više veza unutar njih, da bi informacije koje objavite brže došle do većeg broja korisnika) i preovlađujući značaj emocija u odnosu na emitovanje sadržaja (pored razmene informacija, u internet prostoru moguće je emotivno obojiti sadržaje, što doprinosi snazi poruka). Svaka od karakteristika doprinela je uticaju koje socijalne mreže imaju danas. Utisak je da će one i dalje doprinositi razvoju ovih servisa, iako se može očekivati da će zbog razvoja novih tehnologija i karakteristike socijalnih mreža biti promenljiva kategorija.

## **Shvatanja odnosa socijalnih mreža i demokratije**

Internet revolucija je svojim nastankom otvorila i temu odnosa interneta i demokratije. Izražavanje misli i stavova, bez mnogo straha od posledica za izgovorenu reč, godinama je bila privilegija korisnika. Razvoj interneta je uticao na pokretanje razvoja misli o mogućnostima socijalnih uticaja, posebno sa razvojem i sve većim korišćenjem socijalnih mreža i blogova, ali i zbog rasta uticaja koji ostvaruju na druge korisnike. U akademskim krugovima je analizom trendova upotrebe informaciono-komunikacionih tehnologija u svrhe razvoja demokratije, uspostavljen i pojam e-demokratije: „upotreba informacionih i komunikacionih tehnologija u svrhe angažovanja građana, podršku procesu demokratskog donošenja odluka i jačanju predstavničke demokratije“ (Macintosh, 2004: 2), što delimično opisuje ono što se dešavalo u slučaju Arapskog proleća.

Kada se govori o odnosu interneta, njegovih servisa i demokratije, izuzetno su raširena stanovišta da je internet medij dorastao poretku kao što je demokratija, jer pažnju usmerava na međusobnu komunikaciju mnogih. Zbog decentralizovanosti i prepreka za uspostavljanje političke cenzure, smatra se odličnim načinom da ideje, koje zbog društveno-političkih uslova ne mogu doći do masa, ovako nađu svoj put.

Jedna od značajnijih funkcija interneta i socijalnih mreža, u uslovi- ma demokratskih društava, je i povećana transparentnost, gde sve veći broj društvenih aktera koji su shvatili značaj ovog medija, podatke o svom radu i aktivnostima dele sa građanima (korisnicima) u internet prostoru<sup>3</sup>. Omogućeno je i da se ovim putem, građani obrate određenim institucijama ili njihovim predstavnicima, ali i da se korisnici, edukuju o demokratiji i svojim pravima. Internet je postao oruđe za efikasnije sprovođenje demokratije, primarno zbog malih mogućnosti kontrole informacija, pa se često koristi i u svrhe ispoljavanja političkih stavova, društvenog nezadovoljstva, ali i debata akademskih stručnjaka o važnim društvenim pitanjima. Ipak, internet i socijalne mreže nisu baš svuda prihvaćene kao „novi glas demokratije“.

Upotrebu socijalnih mreža kao oblika društvenog aktivizma i njegovu moć danas osporavaju neki u akademskoj zajednici<sup>4</sup>. Realna moć upotrebe „klika“ za potrebe društvenih promena, ali i pitanje stabilnosti demokratije neka su od spornih pitanja. Zamerke se mogu čuti na to da se preko socijalnih mreža ili blogova može čuti bilo čiji glas, prostor za „krađu identiteta“ ili „polu-istine“. U situaciji u kojoj su informacije ovim putem dostupne velikom broju ljudi, mesta za manipulaciju masama ima na svakom koraku, pa se može dovesti u pitanje i moć demokratskih izabраниh institucija da određene procese (koji bi trebalo da budu pod demokratskom kontrolom) stave pod svoju kontrolu. Tako da, koliko god je oduzimanje najjačeg glasa od centara moći i davanje istog građanima, za demokratiju nekada ključna stvar, tako u određenim situacijama demokratski uspostavljene strukture i procese, ako se zloupotrebi, može i uzdrmati. Pitanje je onda, gde je linija do koje socijalne mreže zaista potpomažu demokratije?

Uzevši u obzir procese koji su se u svetu odvijali tokom prethodne godine, bez obzira na to koliki značaj smatramo da su ove mreže imale u revolucijama

<sup>3</sup> Tako, primera radi, u Srbiji nekoliko ministarstava ili NVO imaju zvanične profile na Facebook-u na kojima je omogućeno da građani steknu uvid u aktivnosti ovih organizacija

<sup>4</sup> Kao možda najveći kritičari ovog tzv. „digitalnog jevandelizma“, danas se javljaju Evgeny Morozov i Malcolm Gladwell

protiv autoritarnih režima, određene zasluge, makar u mobilizaciji aktivista im se moraju pripisati. Njihov potencijal se iz ove perspektive, u celosti, ipak ne može sagledati. Činjenica je da smo tek na početku ere u kojoj je ovakva redistribucija moći (određeni deo mehanizama društvene kontrole, iz ruku državnih centara moći, došao u ruke (internet) mase) upotrebom socijalnih mreža, postala moguća. U narednim godinama će tek biti vidljivo, o kojoj se zapravo količini moći radi i da li će državni centri naći način da i ove medije upotrebe u svoju korist. Ovo ne znači da socijalne mreže ili internet treba okarakterisati kao dobre ili loše, već samo kao sredstvo za sprovođenje određenih ciljeva (Grossman, 1995). Samo se njihova delotvornost u ostvarivanju istih može dovoditi u pitanje.

### **Socijalne mreže u arapskom svetu**

Širenje interneta po celom svetu dovelo je i do porasta korisnika socijalnih mreža u arapskom svetu. Kao i mnoge druge tekovine modernog doba, i internet i socijalne mreže pokrenuli su određena pitanja u arapskom, pretežno muslimanskom svetu. Danas postoji veliki broj sajtova, blogova i nekoliko socijalnih mreža gde muslimani mogu, pored verskih tema, razmenjivati mišljenja i o kujanju, putovanjima, politici i sl., pa i onih koji su specijalizovani za vrlo određene teme. Tako je ugovaranje brakova u arapskom svetu omogućeno i putem jednog od sajtova (naseeb.com).

I pre nego što su pomenute revolucije mogle biti naslućene, pojavila su se mnoga pitanja o tome kako će internet i njegovi servisi uticati na poredak u arapskom svetu. Slika koja je bila dostupna ostatku sveta, je ona u kojoj internet donosi slobodu govora i mogućnost da se čuje glas, žena, mladih, i mnogih obespavljenih grupa. Ka tome su težili i razni aktivisti koji su poput protestanata Arapskog proleća pozivali građane da se oglase, bez straha da se njihov glas čuje u borbi za pojedina prava.



*Tabela 1: Procenti korisnika interneta i Facebook-a u zemljama Arapskog proleća i zemljama njihovog neposrednog okruženja za 2010. i 2011. godinu*

Država	Procenat korisnika interneta u ukupnoj populaciji stanovništva	Procenat korisnika Facebook-a u ukupnoj populaciji stanovništva
Alžir	13,4	8,1
Bahrein	53,5	26
Egipat	24,5	11,4
Iran	46,9	NA
Irak	2,8	4,3
Izrael	70,4	45
Jemen	9,7	1,3
Jordan	26,8	30,5
Kuvajt	42,4	30,5
Liban	29	33
Libija	5,4	5,9
Maroko	41,3	12,7
Palestina*	53,7	27,7
Saudijska Arabija	43,6	17,4
Sirija	19,8	NA
Tunis	33,9	26,3
Ujedinjeni Arapski Emirati	63	53,8
*Podaci dostupni za Palestinu se odnose na oblasti Zapadne obale i Gaze		
**Eventualna neslaganja podataka proizilaze iz činjenice da su procenti internet korisnika iz perioda jun 2010. iz izvora ITU, CIA i Facebook, dok su statistike Facebook korisnika novijeg datuma (decembar 2011) i izvor su statistike Facebook-a. Izvor: <a href="http://www.internetworldstats.com/africa.htm">http://www.internetworldstats.com/africa.htm</a>		

Dva su elementa priče o socijalnim mrežama u arapskom svetu, koja se po svojoj relevantnosti za događaje u protekloj godini, izdvajaju od drugih. Jedan od aspekata je dostupnost interneta i socijalnih mreža širom područja ovih zemalja, odnosno udeo korisnika interneta ili socijalnih mreža u ukupnoj populaciji države. Drugi aspekt je mogućnost slobodnog izražavanja, pre svega političkih i verskih, ali i svih drugih, stavova, putem socijalnih medija u arapskom svetu.

U Tabeli 1, koja pokazuje dostupnost interneta i socijalnih mreža (u ovom slučaju Facebook), možemo videti kako se u određenim zemljama u vrlo maloj meri može govoriti o uticaju socijalnih mreža na revolucije. Usled male dostupnosti internet sadržaja, stanovništvu Libije na primer, ne možemo identifikovati uticaj interneta, pogotovo socijalnih mreža na procese koji su se odvijali u Libiji. U odnosu na Libiju na primer, Tunis, Egipat, a pogotovo Bahrein, mogu se pohvaliti zavidnim brojem građana koji se služe internetom i njegovim platformama za socijalno povezivanje. Ono što je međutim zanimljivo, kod ovih podataka, jeste da se prema statistikama Facebook-a, u 2011. godini ionako mali broj korisnika ove socijalne mreže u Egiptu više nego udvostručio<sup>5</sup>. Tako određene tvrdnje o velikom broju protestanata mobilisanih putem socijalnih mreža, od zemlje do zemlje, treba uzimati sa rezervom, ako znamo da je situacija različita u svakoj od njih. Usled „digitalne euforije“ koja je pratila ove nemire, javnost je, u zemljama gde je internet dostupan u većoj meri, bila sklona idealizaciji uslova na ulicama Egipta i Tunisa (Huang, 2011), pripisujući ovim zemljama više nego većinski procenat internet korisnika. Iako se rast broja korisnika u ovim zemljama pokazao kao značajan, on i dalje nije dovoljan da bi premašio trećinu stanovnika.

Drugi, za ovaj rad, značajan faktor jeste internet cenzura. U raznim oblicima, prethodnih godina, sprovedena je u svakoj od zemalja Arapskog proleća. Tako se u zemljama poput Saudijske Arabije, Jemena, Tunisa ili Sirije, na moralnim i političkim osnovama sprovodila (u nekima i dalje sprovodi) stroga cenzura svih sajtova koji mogu ugroziti ove vrednosti, dok se cenzura u Bahreinu, Jordanu ili Ujedinjenim Arapskim Emiratima pretežno svodi na blokadu opozicionih sajtova. U zemlje arapskog sveta koje nisu toliko sklone cenzuri ubrajaju se najčešće Katar, Egipat, Maroko, Alžir, Sudan i sl. iako su u nekima od ovih zemalja cene ili mogućnosti pristupa internetu takve, da je on do skoro

---

<sup>5</sup> Podaci o broju Facebook korisnika u zemljama nastali su nakon revolucija u mnogima od njih, što je dovelo do uvećanja broja korisnika i do nekoliko puta, pa tabele ilustruju trenutni udeo u populaciji.

bio privilegija samo najimućnijih slojeva stanovništva. Ipak, i u ovim zemljama, u kojima se cenzura po političkim ili moralnim osnovima ne sprovodi, postoji kontrola internet sadržaja od strane policije ili drugih bezbednosnih organa (Hofheinz, 2006). Internet cenzura se, ipak, ni u zemljama u kojima je ona izuzetno izražena, ne može smatrati totalnom, pre svega zbog činjenica koje pokazuju da je u zemljama poput Saudijske Arabije ili Tunisa i Sirije, upravo internet medij preko koga se mladi informišu o svetskim dešavanjima, ali i medij preko koga se najčešće i vodi borba za slobodu glasa.

### Slučaj Arapsko proleće

Događaj koji je u svetu često simbol početka Arapskog proleća i bunta protestanata u mnogim arapskim zemljama, odigrao se 17. decembra 2010. na ulicama grada Sidi Bouzid u Tunisu. Mohamed Boazizi je bio piljar koji se nakon policijske zabrane da prodaje voće i povrće, i oduzimanja istog, u znak protesta zapalio i ubrzo zatim preminuo. Na ulicama se posle toga okupilo nekoliko stotina protestanata, pa je tako jedna od prvih prenetih slika, koje će biti argument u korist velike uloge socijalnih mreža, upravo slika protestanata i policije ispred sedišta Vlade, koja je osvanula na Facebooku (*Reuters Africa*, 2011). Dakle, ono što se smatra vesnikom talasa protesta bila je i prva vest koja je širom sveta bila dostupna preko socijalnih mreža. Sve do 14. januara 2011. kada je dugogodišnji vladar Tunisa, Zine al-Abidine Ben Ali bio primoran da ode sa vlasti, na ulicama Tunisa dešavali su se protesti koji su bili sve samo ne mirni. Svakodnevno se u svetskim medijima, koji su izvore informacija nalazili i na socijalnim mrežama, mogao čuti i videti veliki broj potresnih priča o sukobima demonstiranata sa policijskim snagama (*The Guardian*, 2012). Skoro godinu dana je prošlo od tada, do prvih „tvitova“ koji su 13. decembra 2011. počeli da javljaju o izboru prvog demokratski izabranog predsednika Tunisa Moncefa Marzoukija (*Global Voices*, 2011). Slučaj Tunisa deluje jedinstveno u Arapskom svetu, makar po tome da je vladajući režim svrgnut relativno brzo, a postignute promene i političke prilike za godinu dana Tunis obojili drugim bojama. Ono po čemu je Tunis specifičan jeste i to, da su slike, izjave, tekstovi i snimci sa ulica Tunisa obišli ceo svet, zahvaljujući ne samo klasičnim medijima, već i socijalnim mrežama i njihovim korisnicima.

Egipatska saga je po mnogo čemu bila drugačija. Ono što je bilo slično jeste nedemokratski režim Hosnija Mubarak, kao i talas protesta započet

na isti način, po ugledu na Tunis, kada se u Kairu zapalio jedan Egipćanin, protestujući protiv loših socijalnih i ekonomskih uslova u zemlji. Nekoliko dana kasnije, ulice su vrvele od protestanata. Od 25. januara, trajali su osam-naestodnevni protesti na ulicama Kaira i svih većih egipatskih gradova, dok su potestanti putem nekoliko socijalnih mreža, sa drugim korisnicima delili slike, video-zapise, poruke o onome što se odgađalo na ulicama i tako pozivali na proteste. Nekoliko dana kasnije, 28. januara, egipatski državni vrh naredio je ukidanje interneta i mobilnih veza u određenim delovima Egipta (*The New York Times*, 2011). Ono što je, međutim, važno naglasiti je, da je gašenje modernih sredstava komuniciranja doprinelo još većem buntu, jer su se građani okrenuli tradicionalnim „od vrata do vrata“ aktivnostima prikupljanja što veće podrške za proteste.

Ako se osvrnemo na ulogu Twittera ili Facebooka u egipatskoj revoluciji, od mnogih protestanata, često su se čule priče poput one koju je zastupao i marketing direktor Googlea, Wael Ghonim<sup>6</sup>. On je naime tvrdio, da je mesecima govorio da će internet promeniti političku scenu u Egiptu, ali je i izjavom da je za oslobađanje od takve neliberalne vlast, potrebno uvesti internet pridobio podršku mnogih egipatskih protestanata, koji su socijalne mreže tada videli kao svoj megafon uperen ka Zapadu. Internet jeste pomogao, pa je nakon nešto više od mesec dana krvavih uličnih sukoba, međunarodne podrške protestantima, ali i internet aktivizma, 10. februara 2011. dotadašnji predsednik Egipta podneo ostavku. Međutim, do trenutka pisanja ovog rada, u Egiptu nije uspostavljen mir, a vesti o pobunama i ubistvima se iz dana u dan mogu pronaći i na stranama socijalnih mreža i blogovima.

Pored Tunisa i Egipta, još je nekoliko zemalja osetilo udar Arapskog proleća na stabilnost državnih sistema. Libija i Jemen (zbog slabog prodora interneta među stanovništvo i kontrolisanja interneta, manja je i uloga socijalnih mreža u protestima), Bahrein, Alžir i Maroko bili su pod uticajem snažnog talasa nezadovoljstva protestanata. Međutim, zemlja iz koje, do trenutka pisanja ovog rada, vesti o sukobima na ulicama nisu prestale da stižu mesecima je Sirija. Protesti su u Siriji počeli sredinom marta 2011. godine, a neke od prvih vesti koje su objavljivane na socijalnim mrežama bila su izveštavanja o sukobima policija i protestanata na ulicama Damaska. Za vladajući režim predsednika Bashara al-Assada se od početka protesta u Siriji vezuju isključivo priče o pre-

---

<sup>6</sup> Jedan od osnivača popularne Facebook grupe "Svi smo mi Khaled Said", čiji je cilj bio okupljanje revolucionara, ali i uspomena na mladića koga su usmrtili pripadnici egipatske policije (*The Globe and Mail*, 2011).

komernoj upotrebi sile, odnosno „pucaj da ubiješ“ naredbama koje je policija dobila od vrha vlasti, ali i o stradanjima dece, i drugih nezaštićenih kategorija stanovništva. Sukobi ne jenjavaju, a poruke koje stižu iz Sirije govore o razaranjima i stradanjima u ovoj zemlji.

Ipak, ako se osvrnemo na tok revolucija u svakoj od zemalja obuhvaćenom protestima u protekloj godini, i u slučaju Sirije, moguće je da je samo pitanje vremena kada će vladajući režim pasti pod pritiscima kako protestanata, tako i međunarodne zajednice. Situacija u Siriji je, kada govorimo o uticaju socijalnih mreža, vrlo ograničena, uzimajući u obzir da je režim u toj zemlji, poučen iskustvima iz Tunisa i Egipta, uveo strogu kontrolu internetom pa koristi i internet antipropagandu na socijalnim mrežama. Protestanti u toj zemlji više strahuju od posledica „deljenja sadržaja“ sa ulica na socijalnim mrežama, od njihovih saboraca u drugim zemljama, usled kontrole vlasti koja proverava svaku od antirežimskih vesti koje poteknu sa ulica Sirije (Reuters, 2011). Ipak, kao što je nakon gašenja interneta u Egiptu, broj protestanata na ulicama porastao, tako i u Siriji, zabrane i kontrole samo nagone protivnike režima da traže bolje, efikasnije puteve da informišu javnost o događajima u ovoj bliskistočnoj zemlji<sup>7</sup>.

Ono što treba imati na umu u predstojećem periodu jeste da režimi u zemljama čija je vlast oborena uz pomoć socijalnih mreža nisu bili spremni na takva dešavanja. Zemlje u kojima internet nije bio jedan od glavnih izvora informisanja, skoro preko noći je postao korisno „oružje“. Ako pogledamo kako se režim u Siriji bori protiv ove pojave, vidimo da je važno pratiti na koji će način vlasti u autokratskim zemljama sagledati nove trendove i uspeti da odgovore na njih.

## **„Tvitovi“ o Arapskom proleću**

Brojni članci, izjave u javnosti i, naravno, internet glasila, preneli su ovu *vesternizovanu* sliku talasa protesta. Kao što je i sama kovanica Arapsko proleće vrlo brzo zarazila svet, tako je i jedna od ključnih uloga socijalnih mreža, u organizovanju i koordinisanju protesta u zemljama Bliskog istoka, postala izuzetno važno pitanje u zapadnom svetu. Brojne publikacije, većinom autora sa Zapada, govore o ovom „fenomenu“. Jedna od tih je i knjiga, „Tvitovi sa Tahrira“, knjiga nastala sa idejom da se dočara entuzijazam, tokovi i aktivnosti

---

<sup>7</sup> Poput registrovanja „Free Syrian Army“, glavnih opozicionih vojnih snaga na Facebooku, radi jačanja podrške njihovim dejstvima.

koje su činile Egipatsku borbu, prevashodno na trgu Tahrir (Nunns et al., 2011). Takođe, jedna od verovatno najpoznatijih izjava jedne od aktivistkinja ovih egipatskih protesta je da su koristili: „Facebook da zakažu proteste, Twitter za koordinaciju, a YouTube da slike prenesu svetu“. Međutim, pitanje je da li se ovim aktivnostima protestanata, previše daju zapadne karakteristike.

Vrlo je verovatno da se pitanje verodostojnosti ovih tvrdnji, o pokretačkoj moći Twitter-a i drugih socijalnih mreža, ne bi pominjalo da su u pitanju bile aktivnosti građanske neposlušnosti u nekoj od zemalja zapadnog sveta. Međutim, treba imati u vidu činjenicu da su pomenute zemlje decenijama ako ne i duže bile pod uticajem autoritarnih režima. Postavlja se pitanje, ne nose li one ipak malo više tereta prošlosti, ili je moguće da su za samo nekoliko nedelja u zemljama poput Egipta ili Tunisa, uspele da niknu klice internet aktivizma, po receptu zapadnih demokratija, a koje su umnogome nadmašile rezultate postignute u kolevkama iste? Nije li onda Twitter aktivizam, samo preuveličana, zapadna slika Arapskog proleća?

Najveći problem je možda u odricanju snage koje su reformski pokreti u ovim zemljama imali, u negiranju snage i moći ulice, mase i pobune građana u realnom svetu, a u korist internet glasa. U nekim od tvrdnji se ide i toliko daleko da se sumnja u efekte ili čak prepoznavanje značaja revolucije kod građana bez digitalnih medija. Tako u predgovoru pomenute knjige, jedan od urednika (Ahdaf Soueif) ističe da se: „Bez novih medija, Egipatska revolucija ne bi dogodila na način na koji jeste“. Ali, i da je „momentalnost i priroda rasprostranjenosti novih medija učinila mogućom prepoznavanje momenta i gurnula ga u takvu efektivnu manifestaciju“.

Iako su digitalni mediji skoro sigurno igrali neku (makar i minimalnu) ulogu u zemljama u kojima su drugi kanali informisanja često pod čvrstim stegama vlasti, ipak ovaj „sajber utopizam“ (Morozov, 2011) ide predaleko. Pored već navođenih činjenica o rasprostranjenosti interneta u zemljama zahvaćenih talasom revolucija, mora se uzeti u obzir i činjenica da, su digitalni mediji samo jedno od sredstava, kao što su i masovni protesti, plakati i sl., pa je stoga pripisivanje revolucionarnog, pokretačkog i sličnih epiteta duhu socijalnih mreža, u najmanju ruku, skretanje sa puta. Ovaj put ide i do tačke gde je predlagano da se Twitter nađe među kandidatima za Nobelovu nagradu za mir (Morozov, 2011).

Međutim, postoje i umerena stanovišta koja smatraju da značajna uloga ovih medija postoji, ali je, ipak, u preuveličana u određenoj meri, ali i ona potpuno oprečna stanovišta, koja u veličanju socijalnih mreža kao elementa revolucija vide i problem, gde „su nekada aktivisti definisani njihovim ciljevima, oni su sada definisani njihovim sredstvima“ (Morozov, 2011).

Ova slika koja se u protekloj godini našla svuda u svetskim medijima, autor-ski je rad zapadnih glasova. Nije teško krenuti i putem kojim se kreću tvrdnje Morozova i Gladvela, gde se u ulogama revolucionara sa Twittera i sličnih mreža nalaze uglavnom ljudi sa zapada, koji nekada nisu ni prisustvovali protestima (poređenja sa protestima u Moldaviji i Iranu), a bazirajući tvrdnje pre svega na činjenici da ako su želeli da pokrenu ili koordiniraju revoluciju, protestanti bi se najmanje služili engleskim, već pre svega maternjim jezicima.

Još jedan od problema ovih tvrdnji o zaslugama internet aktivizma jeste i činjenica da je broj ljudi na ulicama i na trgu Tahrir u Egiptu, nakon naredbe, sada već bivšeg predsednika Egipta, Hosnija Mubaraka, da se ugase telekomunikacione mreže, samo rastao. Dakle, ni potpuna nemogućnost građana, protestanata da pristupe socijalnim mrežama i blogovima nije negativno uticala na realnu demonstraciju moći protestanata, već je obrnuto, rast broja ljudi na ulicama, bio očekivan, srazmeran rastu nezadovoljstva u narodu.

Sigurno je da su, dok je to bilo moguće činiti, postojali oni koji su „tvi-tovali“ najnovije informacije sa lica mesta. Ipak objavljivanje informacija je mnogo značajnije uticalo na svest o onome što se na ulicama dešava, i to prevashodno van države. Znajući koliko su internet i socijalne mreže dostupni u ovim zemljama, organizovanje okupljanja ovim putem je mogla biti privilegija samo određenog, manjeg procenta ukupne populacije protestanata. Tako je najvažnija uloga ovih internet platformi, uloga širenja glasa o revolucijama i borbi za podršku u svetu, a tek sporedan faktor predstavljaju koordinacija, organizovanje i slične aktivnosti protestanata putem socijalnih mreža.

## Zaključak

Osvrnemo li se na nekoliko proteklih godina i političke režime i društvene prilike u zemljama obuhvaćenim Arapskim prolećem, videćemo da je vlast, pa skoro uvek i potpuna kontrola medija bila u rukama autoritativnih režima. U ovim zemljama vodeće televizijske i radio-stanice, ali i štampani mediji mahom

su predstavljali samo jedan od načina kontrole masa i glasila režima. Retko se u kojoj zemlji moglo doći do vesti koje nisu prethodno cenzurisane. Tunis je samo jedna od zemalja koja je godinama trpela veliku cenzuru interneta (Ide, 2011), pa je, ipak, ovaj način prenosa podataka tokom revolucije uspeo da pomogne protestantima da rašire vesti po celom svetu<sup>8</sup>.

U zemljama u kojima je pak Internet bio dostupan građanima, socijalne mreže su doprinele tome da slike sa Zapada dođu i do stanovnika ovih Arapskih zemalja. Ovo je bio jedan od načina da se kod stranih vlada, lobista ili drugih, potencijalno uticajnih činilaca, izgradi svest o nastojanjima protestanata. Pored podrške, sigurno je i to da su protivnici autoritativnih režima u ovim zemljama, putem socijalnih mreža razmenjivali iskustva sa onima van granica, koji su mogli da podele sa njima, vredna iskustva revolucionarnih pokreta.

Internet i socijalne mreže su mnogo doprineli rušenju vlasti u ovim Arapskim zemljama. Ova tvrdnja se ne bazira na tome da su socijalne mreže bile glavni medij za organizovanje protesta, jer je zbog društvenih okolnosti, sigurno da one to nisu bile. Najveću ulogu su socijalne mreže imale u nastojanjima protestanata, da vesti sa trga Tahrir i ulica drugih gradova koji su stvarali Arapsko proleće, dođu do ljudi van ovih zemalja. Dobijanje podrške svetske javnosti, i obaveštavanje iste o onome što se dešavalo na ulicama, bilo kroz Twitter ili Facebook poruke, ili preko potresnih snimaka na YouTube-u, osnažilo je ne samo podršku koju su protestanti imali, već i motive za njihove aktivnosti

Socijalne mreže su prvi put poslužile i za dokumentovanje apsolutno svakog bitnog koraka koji su pravili protestanti, ali i vlast i međunarodna zajednica. Socijalne mreže tako ovim probojem, i novom funkcijom koju su ostvarile tokom proteklih godinu dana, ostavljaju dva velika traga. Jedan je trag kojim je moguće poći da bi raširili svest o socijalnim, ekonomskim, političkim i drugim problemima, širom sveta, dok bi drugi put mogao da liči na vrstu arhiviranja. Njime je zabeleženo, i sačuvano nemerljivo mnogo materijala, o skoro svakom važnom događaju, svakoga dana, ovog godinu dana dugog Arapskog proleća. Tako su socijalne mreže uspele da učestvuju u bici na dva fronta, trenutnom, uličnom i onom većih razmera, istorijskom.

---

<sup>8</sup> U Tunisu je upravo zbog cenzure bila specifična situacija, da su protesti organizovani na terenu, dok su internet i socijalne mreže poslužile za informisanje svetske javnosti, van granica Tunisa.



## Literatura

- boyd, D. M. & Ellison, N. B. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230.
- Facebook statistics by geographic regions and world countries. *Internet World Stats*. Posećeno 28. 12. 2011. URL: <http://www.internetworldstats.com/facebook.htm>.
- Gladwell, M. (2010). Small Change: Why the Revolution will not be Tweeted. *The New Yorker*. Posećeno 4. 1. 2012. URL: [http://www.newyorker.com/reporting/2010/10/04/101004fa\\_fact\\_gladwell](http://www.newyorker.com/reporting/2010/10/04/101004fa_fact_gladwell).
- Grossman, L. K. (1995). *The Electronic Republic: Reshaping Democracy in the Information Age*. New York: Viking Penguin.
- Hofheinz, A. (2006). The Internet in the Arab World: Playground for Political Liberalization. *Zeitschrift: Internationale Politik und Gesellschaft*, 3, 78–95.
- Huang, C. (2011). Facebook and Twitter Key to Arab Spring Uprisings: Report. *The National*. Posećeno 27. 12. 2011. URL: <http://www.thenational.ae/news/uae-news/facebook-and-twitter-key-to-arab-spring-uprisings-report>.
- Ide, W. (2011). Social Media Playing a Role in Arab World Protests. *Voice of America*. Posećeno 21. 1. 2012. URL: <http://www.voanews.com/english/news/middle-east/Social-Media-Playing-a-Role-in-Arab-World-Protests-114672924.html>.
- Lynch, M. (2011). Obama's 'Arab Spring'. *Foreign Policy*. Posećeno 6. 1. 2012. URL: [http://lynch.foreignpolicy.com/posts/2011/01/06/obamas\\_arab\\_spring](http://lynch.foreignpolicy.com/posts/2011/01/06/obamas_arab_spring).
- Nunns, A., Idle, N. & Soueif, A. (2011). *Tweets from Tahrir: Egypt's revolution as it unfolded, in the words of the people who made it*. New York: OR Books.
- Macintosh, A. (2004). *Characterizing E-Participation in Policy-Making*. (rad predstavljen na 37. Havaji Međunarodnoj konferenciji o naukama o sistemima, Vašington, DC, SAD, 2004) str.2

- Mislove, A. (2007). *Measurement and analysis of online social networks*. (rad predstavljen na 7. ACM SIGCOMM konferenciji Internet merenja, San Dijego, Kalifornija, oktobar 24–26, 2007).
- Morozov, E. (2011). Facebook and Twitter are just places revolutionaries go. *The Guardian*. Posećeno 25. 12. 2011. URL: <http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2011/mar/07/facebook-twitter-revolutionaries-cyber-utopians>.
- Morozov, E. (2011). *The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom*. New-York: Public Affairs.
- Mubarak Orders Crackdown, With Revolt Sweeping Egypt. *The New York Times*. Posećeno 25. 12. 2011. URL: [http://www.nytimes.com/2011/01/29/world/middleeast/29unrest.html?\\_r=2&hp](http://www.nytimes.com/2011/01/29/world/middleeast/29unrest.html?_r=2&hp).
- Singh, A. (2011). Ways With Words: Role of Twitter and Facebook in Arab Spring uprising 'overstated', says Hisham Matar. *The Telegraph*. Posećeno 28. 12. 2011. URL: <http://www.telegraph.co.uk/culture/books/ways-with-words/8629294/Ways-With-Words-role-of-Twitter-and-Facebook-in-Arab-Spring-uprising-overstated-says-Hisham-Matar.html>.
- Social Media: A double-edged sword in Syria. *Reuters*. Posećeno 29. 12. 2011. URL: <http://www.reuters.com/article/2011/07/13/us-syria-social-media-idUSTRE76C3DB20110713>.
- The history of social networking. *Online schools*. Posećeno 10. 1. 2012. URL: <http://www.onlineschools.org/blog/history-of-social-networking/>.
- Tunisia: 11 die in new clashes after weeks of unrest. *The Guardian*. Posećeno 5. 1. 2012. URL: <http://www.guardian.co.uk/world/2011/jan/09/tunisia-clashes-weeks-unrest>.
- Tunisia: Moncef Marzouki the New President of the Republic. *Global Voices*. Posećeno 26. 12. 2011. URL: <http://globalvoicesonline.org/2011/12/13/tunisia-moncef-marzouki-the-new-president-of-the-republic/>.
- Witnesses report rioting in Tunisian town. *Reuters Africa*. Posećeno 26. 12. 2011. URL: <http://af.reuters.com/article/topNews/idAFJJOE6BI06U20101219>.
- Year in hashtags: Tweets from the Arab Spring. *The Globe and Mail*. Posećeno 3. 1. 2012. URL: <http://www.theglobeandmail.com/news/world/year-in-hashtags-tweets-from-the-arab-spring/article2271333/>.

## SOCIAL NETWORKS AND ARAB SPRING

*Summary: Previous year has been everything but peaceful considering the Arab world. Some of the Middle Eastern and North African countries had a year full of political and military problems followed usually with people's demonstrations and regime fallings in the end. The thing that in a way had a very tight connection with these instabilities were social networks. This paper is mostly focused on the idea of social networks as a leading engine for making these revolutions possible.*

*If we look at the social network characteristics and all of the things that make them suitable for this kind of tool for a society democratization, it is obvious why the story about Facebook and Twitter in the Arab spring had that kind of a world impact. Even though these stories made these social platforms inevitable when talking about last year's revolutions, it is necessary to make a distance in analysing them. It is important to underline their impact in making revolution as big as it was specially its impact on the western public. On the other hand bigger part of western media made these networks something much bigger than they could be – the revolution itself, or the mean for regime fighting without which Arab spring wouldn't even be this important.*

*The biggest and most important role of Facebook, Twitter and all the others was to change minds and power perception, to inform people about the things that were happening on the streets in countries of Arab world and to make possible massive mobilization of people and their attention. This is why social networks are just starting to open their way towards some new roles and functions that we probably could not even dreamt about.*

*Key words: social networks, Internet, revolution, protests, Arab spring, Middle East, North Africa*



# Kolumne Svetislava Basare u dnevnom listu *Danas*

Slobodan Penezić<sup>1</sup>

Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Beogradu

doi:10.5937/comman1327101P

*Rezime:* Autor analizira tekstove Svetislava Basare objavljene u dnevnom listu *Danas*. Tekstovi su specifični sadržinski, ali i žanrovski: da li se mogu nazvati kolumnom ili predstavljaju primer svojevrstnog graničnog slučaja. Kolumna je danas jedan od retkih novinarskih žanrova koji, u susretu tradicionalnih medija sa medijskom digitalizacijom, uspevaju na održe visok nivo popularnosti i konkurentnosti u štampi. Autor ukazuje na obeležja kolumne kao žanra, a pojedinačnom analizom narativa ustanovljava da li i u kojoj meri ti tekstovi zadovoljavaju žanrovske zahteve. Istraživačka ambicija stoga je i izvan primarnog fokusa analize (pojedinačnih Basarinih tekstova) i orijentisana je ka tome da se na ovom uzorku pokaže sva složenost žanra, kao i teorijske i profesionalne dileme u pogledu definisanja, kvalitativno-stilskog određenja i zahteva kolumne.

Osnovnu prepreku u tumačenju Basarinih tekstova i njihovog žanrovskog određenja predstavlja stil, koji se, kao i jezik, posmatraju metalingvistički. Stoga se u žanrovskim okvirima ovi tekstovi mogu tumačiti najpre kao vrsta „nadograđene“ kolumne, novinarski-literarno „uvezanog konstrukta“ o kojima govore brojni eksperti koji navode odlike kolumne kao novinarskog žanra, ali i literarnog žurnalizma generalno, imenujući različite poteškoće pri pokušajima da se pojedini tekstovi ukalupe normama i obeležjima, koji su, uglavnom, navedeni i u ovom radu.

*Ključne reči:* kolumna, literarni žurnalizam, štampani mediji, hibridne novinarske forme, stil, narativ, diskurs

---

<sup>1</sup> Kontakt sa autorom: penecizslobodan@gmail.com.

## Uvodne napomene

Kolumna je jedan od novinarskih oblika izražavanja čiji autori i pored brojnih globalnih izazova sa kojima se susreću tradicionalni mediji (pre svih dnevne novine) i dalje uspevaju da održe visok nivo popularnosti u štampanim izdanjima. Razlog za to verovatno leži u proceni da jedini način da štampani mediji opstanu, u susretu sa izazovima novih medija, jeste da se baziraju na dubljim, ličnim i kompetentnijim analizama u kojima bi informacije, u podesnoj matrici, bile objašnjene na lokalnom nivou (pogledati Self u Stacs & Salwen, 1996: 421–441). Tu se nalazi i potencijal kolumne, jer jedino što štampani mediji mogu da ponude u kompeticiji sa efikasnijim novim medijima jeste dublja analiza i veći angažman obrazovanih čitalaca. To je, uz razvoj hibridnih novinarskih formi, otvorilo prostor za mnoštvo autora koji se nazivaju kolumnistima. Takav trend je uočljiv i kada je reč o srpskim medijima. To je i povod razmatranja pitanja koji se tekstovi mogu nazvati kolumnom, ali i problema da se odrede pojedini tekstovi koji teže tome. Primarni zadatak ovog rada je analiza tekstova Svetislava Basare u dnevnom listu *Danas* u sedmodnevnom periodu (od 23. do 30. decembra 2011), u formi *publikovanoj na veb sajtu tog lista*.<sup>2</sup> Lik, delo i stil autora dobro su poznati većem delu javnosti. Ovi tekstovi su tema čistih polemika, ali ne samo zbog njihove sadržine i stavova autora, nego i zbog pitanja da li se oni mogu nazvati kolumnom. To ih, smatram, čini dovoljno pogodnim za analizu, s obzirom na to da predstavljaju primer svojevrsnog graničnog slučaja, koji se u istraživačkoj teoriji smatra poželjnim kako bi se postigla reprezentativnost nalaza (pogledati Rogowski u Brady i Collier, 2004). Ambicija rada usmerena je ka postizanju nekoliko ciljeva. Inicijalno je motivisan željom da se pokuša ukazati na stilska obeležja i formalne odlike kolumne kao žanra, a potom se, pojedinačnom narativnom analizom tekstova nastoji pokazati da li i u kojoj meri oni zadovoljavaju te zahteve. Istraživačka ambicija stoga je i izvan primarnog fokusa analize (Basarinih tekstova) i orijentisana je i ka tome da se na ovom uzorku pokaže sva složenost žanra, da se ukaže na zahteve koje bi autori kolumni trebalo da zadovolje i da se, istovremeno, ponudi odgovor na pojedine teorijske i profesionalne dileme u pogledu definisanja, kvalitativno-stilskog određenja i zahteva kolumne kao oblika izražavanja. Stoga se, nakon pregleda istorijskog razvoja kolumne, ukazuje na pojam i karak-

---

<sup>2</sup> Kolumne Svetislava Basare preuzete su i analizirane su u verziji publikovanoj na internet sajtu dnevnog lista *Danas*.

teristike literarnog žurnalizma, sa namerom da se pokažu literarna obeležja kolumne, kao i univerzalni zahtevi koje bi autori trebalo da zadovolje. Naime, među oblicima izražavanja autori literarnog žurnalizma, kako napominje prof. dr Neda Todorović, najčešće pišu „portrete ličnosti, reportaže, putopise, eseje i *kolumne*, odnosno biraju one oblike u kojima je moguća beletrizacija, ali je najtačnije konstatovati da su u pitanju hibridizacije, mešavine više oblika izražavanja, zbog čega ih je teško svrstavati u postojeće kategorijalne okvire“ (Todorović, 2011: 35).

U uvodnom delu rada najpre je navedeno nekoliko važnih momenata u razvoju kolumne kao oblika izražavanja, zatim su analizirana njena žanrovska obeležja i karakteristike, a potom i obeležja literarnog ili novog žurnalizma. Središnji deo rada zauzimaju pojedinačne analize tekstova, dok se u zaključnim razmatranjima ukazuje na ocene stila autora i odgovore na pitanja postavljena pri određenju cilja rada, što je ujedno i njegov mogući teorijski doprinos. Pozicija sa koje se pokušavaju analizirati tekstovi uokvirena je *uže-publicističkim diskursom*, koji je okvir kompatibilan sa stilsko-žanrovskim karakteristikama kolumne kao oblika izražavanja (pogledati Tošović, 2002: 62). Stoga se tekstovi nastoje analizirati i iz ugla *stila i jezika autora i aspekta ispunjenja normativnih zahteva žanra*.

1. *Analiza stila* obuhvata zapažanja u pogledu stilskih specifičnosti u narativima, kompozicija narativnih diskursa i osobenosti pojedinačnih segmenata tekstova u okviru sveta priče, poput paratekstualnosti, hijerarhije smislova, narativnih procepa i drugih jezičko-stilskih posebnosti koji su u funkciji kreiranja određene forme. Ovaj aspekt je izdvojen s obzirom na to da stil, tačnije originalnost stila, predstavlja jedno od osnovnih obeležja kolumne, kao i autora čiji se tekstovi mogu svrstati u domen literarnog žurnalizma generalno, a upravo se na toj koti često i postavlja pitanje da li se određeni tekst može nazvati kolumnom.

2. *Analiza zadovoljenja normi žanra* obuhvata ukazivanje na intenciju autora, podjednako na eksplicitnoj i implicitnoj ravni, interpretacijom kreiranih narativa. Zatim se analiziraju događaji koje autor koristi kao povod teksta, kao i njihova dalja kontekstualizacija. O tome će biti reči određivanjem pojedinačnih značenjskih celina, glavnih i sporednih događaja u priči i autorove distance u cilju postizanja objektivnosti (pogledati Abot, 2009: 52–54). U takvoj analizi prati se tematska usmerenost teksta u pogledu događaja i ličnosti koji se u njemu obrađuju, a u odnosu na zahteve poznatih načela novinarske profesionalnosti.

Suma pojedinačnih zapažanja može ponuditi odgovor na pitanje da li se analizirani tekstovi mogu nazvati kolumnom i u kojim slučajevima se može govoriti o ispunjenju pojedinačnih normativnih obeležja žanra; ali i dalje od toga – koji se tekstovi, generalno gledajući, mogu nazvati kolumnom.

## **Teorijska razmatranja i okvir analize**

### *1. Novinarstvo i literarno novinarstvo*

Literarni ili novi žurnalizam neka su od imena koji ukazuju na pojavu upotrebe različitih književnih kreacija u funkciji realizacije osnovnog zadatka novinarstva – izveštavanja o mestima, ljudima i događajima. Te stilsko-jezičke oznake nastale su upravo iz razloga da bi se preciznije odredili tekstovi koje pišu autori poput Basare, ali i da bi se ukazalo na forme koje bi ti autori trebalo da zadovolje. U ovom radu korišćen je termin *literarni žurnalizam* (LŽ), a u kontekstu koji prof. dr Neda Todorović koristi kada, konstatujući ljubav između literature i novinarstva, ocenjuje da je uglavnom reč o „braku iz računa“ (Todorović, 2011: 28). Kada je reč o LŽ, utemeljivačem se smatra pisac Danijel Defo (1660–1731), pa se može konstatovati da on postoji gotovo tri stoleća i da je u pitanju vrsta kreacije u novinarstvu u kojoj su „kombinovana fakta prikupljena dugotrajnim, dubinskim istraživanjem sa načinom naracije karakterističnim za literaturu“ (prema Todorović, 2011: 27–28). Na pitanje po čemu se LŽ razlikuje od klasičnog novinarstva, moglo bi se istaći da osnovnu razliku *predstavlja složenost stila i jezika autora kojim on opisuje stvarnost*, a koji i samu formu čini atipičnom. Takav autor, naime, zadire i u aspekte ljudskih misli i osećanja pokušavajući da i čitaoca učini svojevrsnim učesnikom. LŽ je zato korak dalje, jer nastoji da „usisa“ čitaoca u opisane događaje i navede ga na još veći intelektualni i emotivni angažman. Prais ističe da se žanr često poistovećuje sa vrstama, te da se on jednako doživljava i kao „sistem očekivanja“ (Prais, 2011: 401–403). Mnogi se stoga pitaju da li LŽ ispunjava etičke i profesionalne standarde novinarstva? Odgovor na to pitanje zavisi od slučaja do slučaja, tačnije od autora do autora. Oni, dostojni toga, drže se izvornih načela novinarstva – neposrednosti, tačnosti, objektivnosti i važnosti teme. Cilj je da se primenom složenijih tehnika proširi percepcija čitalaca o određenoj temi. Autor je tu, takoreći, podređen sopstvenom cilju jer njegove opservacije idu dalje od faktografije i mora biti spreman da „stvarnost posmatra iz ugla prikupljača



činjenica svesnog percepcije čitalaca, jer se njegov tekst obraća publici s namerom da proširi kontekst u koji se smeštaju informacije“ (Čečen, 2005). Odgovor na pitanje o mogućoj objektivnosti LŽ stoga bi trebalo posmatrati iz istog ugla kao i mogućnost objektivnog izveštavanja u čitavom savremenom novinarstvu. Naime, ugao posmatranja autora koji primenjuje LŽ manje je subjektivan nego što to možda izgleda, dok objektivnost predstavlja ideal kojem treba težiti, pa je pitanje samo koliko će autor uspeti da se približi tom idealu. „U tom smislu, novinar koji se bavi narativnim formama neretko ima slobodu da objektivnim predstavi subjektivni doživljaj učesnika, a često je to i on sam, pa sve dok takva opservacija ima legitimnu funkciju u okvirima profesionalnih pravila i njegove priče, i može biti proverena i potvrđena, tu nema ničega što odstupa od novinarskih zakonitosti jer i stil postaje deo prenesenog značenja“ (Čečen, 2005). Autor tako, za razliku od pukog izveštavanja „čitaocu kreira kompleksno iskustvo pa zavirivanje u ljudskost jeste istaknuta osobina žanra“ (Connery, 1992, prema Čečen, 2005).

Prema pojedinim mišljenjima, prvi koji je pokušao da prepozna LŽ bio je Tom Volfe (prema Čečen, 2005). Kao ono što se koristi u okvirima LŽ, a što ga razlikuje od tradicionalnog novinarstva, izdvojio je: *Pisanje scenu po scenu; Dijalog; Ugao trećeg lica i Beleženje statusnih simbola* (Čečen, 2005). Čečen ističe da je „s obzirom na to da je život maštovitiji nego nečiji um, sve što novinar treba da postigne je napeti angažman svih čula i uma, a rezultati se potom vide u upečatljivim novinarskim pričama“ i konstatuje da to podrazumeva zavidne sposobnosti jer je „plesati između činjenica i toga što će čitalac potom vizuelizovati, pitanje finesa u kojima je lako prekoračiti granice novinarskih standarda“ (Čečen, 2005). Pet novinarskih pitanja važe i za LŽ, a u složenijoj formi ona dobijaju nova značenja:

„Ko“ postaje lik u priči, „Šta“ postaje radnja, „Gde“ postaje scenografija, „Kad“ postaje hronologija, „Zašto/kako“ postaje proces; temu za narativnu priču, autor neprekidno traži, a nalazi je često u ličnim iskustvima, ali i u reakciji čitalaca, čak i onih anonimnih (Čečen, 2005).

Treba istaći da su danas te reakcije čitalaca najčešće zapravo komentari na internet sajtovima.

## 2. Kolumna: pojam i istorijski razvoj žanra

Etimološki, naziv *kolumna* ima poreklo u latinskom jeziku i znači *stubac* u rukopisnim knjigama u periodu kada se pisalo rukom na velikim marginama.

Naime, već u antici, redovi pisani jedan ispod drugog (sa marginom ispred i iza redova), ličili su na stubove, pa se taj izraz zadržao i do novinskih stubaca, a tako je i žanr nazvan kolumna. U engleskom jeziku, kolumna označava kolonu, dok u kontekstu novinarstva izvorno označava novinski stubac ili rubriku (Đurić, 2003: 183). Dakle, kolumna je u novinarstvu stubačni tekst, dok, gledajući iz opšte-informativnog ugla, uputstvo sa „Wikipedije“ navodi da takav tekst obično prati fotografija autora i da je pisan uglavnom u prvom licu s neskrivenom ironijom i da je u ozbiljnim medijima rezervisana za najistaknutije autore, stalne ili gostujuće; obično na stalnom mestu, stalnog formata, sa stalnim nadnaslovom, a fotografiju nekad zamenjuje karikatura autora.

Prema pojedinim izvorima, prvi novinski komentator bio je Džon Hil, koji je 1751. svakodnevno pisao kolumnu u oglasivačkim novinama *London Adviser* i *Književnom glasniku* pod pseudonimom Inspektor (Prema uredništvu sajta *Lokoportal*). Milan Vlajčić, međutim, ističe da kolumna i nije neki novinarski žanr, jer je „duhovni otac današnje kolumne prvi i dosad najbolji engleski leksikograf Samjuel Džonson koji je ogorčen (ne)kvalitetom novina svog doba sam pokrenuo list *The Rambler* u kojem je od 1750. do 1752. dva puta nedeljno ispunjavao gotovo celokupan prostor (208 brojeva), pišući utiske o kulturnom životu i svakodnevicu Londona“ (Vlajčić, 2011). Politička kolumna, vrsta kolumne koja verovatno privlači i najveći broj čitalaca, nastala je u SAD u ranim godinama minulog veka. Jedan od pionira bio je čuveni Volter Lipman, kolumnista *Herald Tribjuna*, koji se svakodnevno bavio tekućom politikom i čiji su tekstovi preštampani u velikom broju drugih listova. Jedan drugi kolumnista, Markiz Čajl, dobio je 1970. prvu „Nobelovu nagradu“ u kategoriji novinskih tekstova. Najznačajnija politička kolumna te godine bila je štampana pod nadnaslovom „Unutrašnji izveštaj“, a njeni autori bili su Roland Ivns i Robert Novak, novinari iz Vašingtona. Među konzervativnim piscima istaknut je bio Vilijam Sefajr čiju je kolumnu objavljivalo više od 500 listova. Rasel Bejker i Art Bačvald koristili su satiru za izražavanje političkih stavova, a obojica su dobitnici „Pulicerove nagrade“ za kolumnu (Todorović, 2002: 99). Prvi domaći kolumnista, prema pojedinim mišljenjima, bio je Jug Grizelj (*Večernje novosti*, kolumna „Iz mog ugla“), a žanr je postao popularan tokom sedamdesetih i posebno osamdesetih godina XX veka kada su svojom originalnošću i autor-skim individualizmom doprinos dali Bogdan Tirnanić, Tanja Torbarina, Jelena Lovrić, Ivan Starčević, Petar Luković, Aleksandar Tijanić, Mirjana Bobić... Njihove kolumne donosile su listovima u kojima su ih objavljivali veću popu-

larnost, što je i danas slučaj sa tekstovima Ljubomira Živkova, Teofila Pančića ili Svetislava Basare (prema Todorović, 2002: 100).

Među vrstama kolumni, shodno mogućnostima da se tematski uokvire, danas se izdvajaju: *urednička, politička, sportska, savetodavna, humoristična, kolumna o hrani, trač kolumna, biznis kolumna i tzv. metro kolumna*. Pisanje kolumni cilj je kojem danas teže gotovo svi novinari, jer to znači dobiti priliku da se punim imenom i prezimenom (najčešće i fotografijom) demonstrira lični stav i pokaže talenat za analizu i pisanje. Ukoliko je reč o dnevnim novinama, kolumna je najčešće publikovana jednom sedmično, ali nije retkost da se kolumnisti oglašavaju svakodnevno (što je, uglavnom, slučaj i sa Basarom). To ukazuje i na svest medijskog menadžmenta o njihovom značaju za popularnost medija.

### **Profesionalne norme, stilska obeležja i zahtevi žanra**

Kolumna je, kako upućuje većina definicija, novinarski ili novinarsko-literarni oblik izražavanja koji se bavi opservacijom svakodnevice. Najveći deo stručne javnosti ipak ističe da je u pitanju noviji oblik „nastao razvojem komentara, informativno-interpretatorskih svojstava, u kojem autor komentariše događaj značajan za javnost“ (Đurić, 2003: 183). Tucaković je naziva „vrstom komentatorskog teksta rezervisanog za istaknute autore čija razmišljanja posebno interesuju čitaoce“ (Tucaković, 2004: 151).

Kolumnista govori u svoje ime i, uglavnom, potencira drugačiji ugao posmatranja pojava. Komentariše određene fenomene, a svaki aspekt pojave je potencijalna priča. Interpretira pojave ili piše o ličnim iskustvima, najčešće i jedno i drugo, kontekstualizujući teme od šireg društvenog značaja. Teme kolumni često su provokativne i uključuju sve aspekte života u savremenom društvu – od pijace do međunarodne politike. Pisanje kolumni je, stoga, zahtevan posao i podrazumeva svestranost i kompetentnost. Kolumna je obično tematski specijalizovana u određenoj oblasti, ali su brojni i autori koji pišu o najrazličitijim temama. Zalog za njenu vrednost i popularnost stoga je pre svega ličnost autora, njegov stil i pogled na svet – glas koji se daleko čuje i koji će svi prepoznati. Autor razmatra aktuelna pitanja, imajući u vidu da li čitaoce to zanima. Kolumnisti igraju važnu ulogu u društvu, jer nas poput hroničara informišu o aktuelnim pojavama i ponašanju aktera sa javne scene. Pisanje kolumne zahteva jasnoću misli – sposobnost da se poruka komunicira jasno i stilski uobličiti. Tema

mora da bude podesna, a nekad može zaslužiti i satiričnu obradu. Može biti inspirisana nekim citatom, veću ili reportažom o neobičnom događaju; biti analiza nekog apsurdna ili kontroverze. U dobroj kolumni, ne sme biti previše ideja (dve ili tri su dovoljne), ali i mnoštvo mišljenja, jer ako kolumna svojom strukturom i sadržajem odluta, i čitaočeva pažnja će. U njoj, međutim, ima mesta za sve (sporazum, neslaganje, zabavu i prosvetljenje) i ona „mora da održi svoju temu i dovede je do vrhunca (tzv. *pai-off nivoa*) kada sve prethodno navedeno dobija smisao“ (Cole & White, 2008).

Dobra kolumna uglavnom naljuti makar nekoga. Teofil Pančić, jedan od poznatijih komentatora u nas, ističe da je kolumna smisljena „jedino kao duhovno-tekstualna vežba iz mišljenja koja tera na opredeljivanje i samim tim podstiče debatu, taj lek za cirkulaciju u društvu“. Pančić dodaje da nas baš zato naše „omiljene/omražene *kolumnjare* toliko oduševljavaju ili razdražuju i smatramo ih dragocenim sagovornicima ili ih, pak, držimo za mrske dušmane koji su nam lično nešto skrivili, iako vas uopšte ne poznaju“ (Pančić, 2002). Značajno je da kolumnisti razumeju različite kulture i mentalitete jer je krajnji cilj da tekst bude predstavljen logički, pitko i ponekad duhovito, tako da ljudi mogu da ga razumeju i uživaju. Naime, uspeh kolumniste često je meren privrženosti čitalaca koji se tad najpre rukovode principom izbora autora, bez obzira na temu, želeći prvo da čuju njegov stav o pojavama. Dobri kolumnisti imaju jedinstven stil koji ih izdvaja. Ukoliko su uspešni, oni uspevaju da imaju strogo definisanu publiku. Dobra kolumna ima jasan identitet, pa čitaoci osećaju da poznaju autora, njegov/njen stav i sve što ga prati, pa i predrasude, a najbolje oblikuju mišljenja i postaju teme koje se preporučavaju.

Za razliku od nepristrasnog izveštavanja, kolumna bi trebalo da ponudi originalno, kontroveržno mišljenje. Kolumnisti zato često prezentuju tvrdoglav i satiričan stav, ali su i dalje u ulozi medijskih profesionalaca i moraju dati tačne informacije. Kolumne su, naime, nesporno vlasništvo autora koji mora imati odgovornost za sve napisano. Važno je stoga da su svesni toga da služe javnosti i da moraju slediti principe novinarske etike. Pa ipak, pisanje kolumne za mnoge novinare je olako shvaćen zadatak. U tom smislu, korisno bi bilo navesti konstataciju Milene Stojanović koja ocenjuje da način na koji su događaji predstavljeni poseduje narativnu moć u pogledu konstrukcije stvarnosti, te da tako „građa koja svoj izvor ima u društvu biva transformisana, izmenjena i

prilagođena potrebama teksta“ (Stojanović, 2009: 69). Biti kolumnista, naime, nosi sobom odgovornost da se veruje izvorima i da se činjenice iznesu jasno.

Zbog svega navedenog, reč je o žanru čija je popularnost u porastu. Pančić ocenjuje da je izgleda Branko Miljković „kanda malko omašio“ kada je govorio da će svi pisati pesme, jer danas svi pišu kolumne što, međutim, vodi „profanaciji i diletantizaciji jednog, inače, gotovo pa ozbiljnog posla“ (Pančić, 2002). Vlajčić takođe ocenjuje da poslednjih godina kolumne pišu svi osim novinara, te on smatra da je reč o „pokazatelju profesionalnog i moralnog osipanja novinarstva i da mu kolumne stoga dođu kao nadoknada za pouzdane i ozbiljne izveštaje“ (Vlajčić, 2011). Kolumnom se zaista danas nazivaju i neki, na prvi pogled isti tekstovi, koji ipak predstavljaju neke druge forme ili, pak, tekstove koji svojim prečesto rdavim stilom i sadržajem nikako ne zadovoljavaju zahteve koji stoje pred potencijalnim autorima ovog žanra.

Stoga se, uzimajući u obzir navedena obeležja, kao i karakteristike LŽ, može zaključiti da kolumna predstavlja oblik izražavanja koji egzistira na granici između književnosti i novinarstva. Otuda i to da se među kolumnistima nalaze i brojni književnici. „U biografijama velikog broja savremenih pisaca, poput onih najvećih kao što su Markes i Eko, stoji i odrednica novinar, jer su pisali kolumne za renomirane listove krajem XX veka“ (Todorović, 2011: 25). Stanojević konstatuje da „kolumnistička metaforičnost, na momente veoma nadahnuta i ne potiče iz autentične novinarske vokacije nego je plod ličnih stvaralačkih stremljenja već dokazanih autora“ (Stanojević, 2011: 165). Oni su svojom harizmom doprineli i važnosti samog žanra, koji svoju popularnost crpi upravo iz ličnosti autora. Na taj način se i ocena o tome da li se pojedini tekstovi mogu nazvati kolumnom smešta u širi okvir diskusije o graničnim žanrovima, hibridnim formama i generalnoj opravdanosti definisanja pojedinih tekstova u okvirima LŽ. Naime, iz prethodno konstatovanih obeležja, može se zaključiti da je kolumna uvek na granici ka publicistici. Zadatak je, međutim, jednak u pogledu poštovanja principa profesionalnosti. Autori moraju zadovoljiti norme profesije u koju se svojim kolumnističkim angažmanom, bili toga svesni ili ne, svrstavaju. Basarini tekstovi, prema mom sudu, upravo predstavljaju idealan primer tog plesa na granici.

Većina uputstava za pisanje kolumni saglasna je sa nekoliko preporuka: *1. razmislite šta bi bilo interesantno čitaocima – vaša kolumna usmerena je ka njima, a ne ka vama samima; 2. fokusirajte se ka određenoj temi, jer ćete samo*

*tako sigurno postići očekivanu reakciju i biti jasni čitaocima; 3. osvojite pažnju publike – uvedite čitaoca u priču tako što ćete početi konstatujući nekakav paradoks, koristiti neki koristan citat ili navesti neku anegdotu; 4. pokažite istraživačku kompetentnost i jasno istaknite svoj stav; 5. srž priče mora biti argument koji pokušavate da demonstrirate, a on mora biti očigledan i logičan, ali ne morate po svaku cenu i previše detaljno braniti svoj stav – dovoljno je kratko objašnjenje; 6. ne morate strogo slediti uobičajene standarde novinarstva, ali morate biti precizni i verno preneti činjenice, a struktura mora biti jasna i grupisana oko argumentacije koju želite da akcentujete; 7. vodite računa o gramatičkoj ispravnosti i pismenosti; 8. budite, iznad svega, kreativni i gradite prepoznatljiv stil pisanja.*

## **Basara i *Danas***

Dnevni list *Danas* spada među retke listove koji su koliko-toliko istrajni u želji da poštuju načela profesionalnog obavljanja novinarskog posla. Cena koju, delom i zbog toga, plaća je manji tiraž. Naime, *Danas* se davno profilisao kao novine koje čitaju uglavnom intelektualci i stručna javnost (zluradi kažu „publika kruga dvojke“), a najveća zahvalnost za to ide upravo kolumnistima koji godinama unazad predstavljaju zaštitni znak novina. Sredinom 2009. godine, suočen sa imenovanjem novog glavnog i odgovornog urednika, menadžment lista rešio je da pokuša da tu situaciju iskoristi u pozitivnom smislu i načini stilsko-koncepcijski zaokret u cilju poboljšanja pozicije na tržištu. Novi urednik postao je dugogodišnji novinar lista i poznati komentator Zoran Panović, a strategija je obuhvatila i kreiranje novog veb sajta. Nova strategija je, shodno procenama popularnosti sadržaja lista, u središtu ponovo imala kolumniste zbog kojih mnogi i dalje čitaju novine, dok je novi „glodur“ okoristivši se zemljačko-prijateljskim emocijama uspeo u onome što je do tad izgledalo nemoguće – uspeo je da privoli Svetislava Basaru da se disciplinovano, gotovo svakodnevno, oglašava pišući kolumnu koja danas predstavlja zaštitni znak tog, novog lista *Danas*.

Stoga bi u funkciji potvrde značaja Basarine kolumne po popularnost lista korisno bilo navesti da je, prema podacima uredništva lista ona danas ubedljivo najčitaniji sadržaj na veb sajtu lista (oko 15 odsto od celokupne cifre pročitanih strana). Prema zvaničnim podacima, ukupan broj ulazaka na Basarinu kolumnu u nedelji u kojoj su objavljeni tekstovi koji su predmet analize je 16.864 (2.410 po danu prosečno), dok je u tom periodu ukupan broj ulazaka na sajt iznosio

165.426, što ukazuje na to da je 9,8 odsto posetilaca sajta čitalo kolumnu, u odnosu na sve ostale publikovane sadržaje.<sup>3</sup> Prema ocenama menadžmenta, danas su čitaoci najčešće koncentrisani na veb izdanje novina, a ukoliko u obzir uzmemo posetu pojedinačnih stranica i uporedimo ih, sajt najveći broj njih posećuje zbog Basare (to potvrđuje i najveći broj komentara). To je ujedno i još jedna potvrda važnosti koju kolumna kao oblik izražavanja danas ima.

## Analiza tekstova<sup>4</sup>

### 1. *Zakonopravilo, 23. decembar 2011.*

Naslov teksta ogledalo je autorovog stila (*Zakonopravilo*). Svojim složenicama, on pokazuje intenciju i otkriva prepoznatljiv ironijski pristup („poetiku apsurda“ kako on sam naziva svoj pristup). Tako revnosnim čitaocima dešifruje pojavu koju uzima za *lajtmotiv* i metu analize (pogledati Prins, 2011: 95).

Prva značenjska celina odvija se na „domaćem terenu“ (pogledati Bart, 2000: 72 i 122; Abot, 2009: 66). Naime, Basarin primarni zadatak uvek je ogoljavanje domaćih apsurdna i zabluda. Kao ozbiljan autor, on je, ipak, svestan da mora kontekstualizovati stilsku poentu teksta (pogledati Todorov, 2010: 45–53; Lešić, 2011: 145–213). Istovremeno je svestan medijuma koji koristi i odgovornosti koju to sobom nosi pa ultimativnim ciljem smatra dešifrovanje stvarnosti (pre svega one domaće) i pružanje drugačijeg pogleda. On podseća i opominje, a često se i ponavlja što mu mnogi zameraju, ali to je, čini se, uvek svesno vođeno željom da se iznova upozori na pojave koje imaju posledice po javnost kojoj se obraća (pogledati Abot, 2009: 159, 165). Ironično konstatuje da ga *skudoumnost* (arhaizam stilski prepakovan u autorovom poznatom kodu još jedna je odlika njegovog stila) domaćih *politikanata* (jasno stavlja do znanja kako ih doživljava) ne iznenađuje, ali i da je uplašen jer je to danas globalna pojava – *svet sve više liči na nas (ili smo i mi deo tog sveta upitaće se kasnije)*. Celinu zaključuje upitnom rečenicom, nagoveštavajući izmeštanje u širi kontekst koji će mu poslužiti pri kreiranju poente kroz određeni paralelizam.

<sup>3</sup> Zvanični podaci o posećenosti sajta dobijeni su za potrebe ovog rada od veb uredništva lista *Danas*, a rezultat su analiza nastalih na osnovu instrumenata internet sajta „Google analytics“

<sup>4</sup> Tekstovi su preuzeti u verziji publikovanoj na veb sajtu lista *Danas*, a usled ograničenja u pogledu broja strana nisu prezentovani u celini, kao u originalnoj verziji rada, ali je njihova izvorna verzija u potpunosti analizirana i prezentovana kroz njihove pojedinačne segmente.

Basara se u narednoj celini, koja je vrsta umetnutog narativa, nalazi u klasičnoj novinarskoj ulozi (pogledati Abot, 2009: 59, 92). Reporterski opisuju aktuelnost (odlazak vojske SAD iz Iraka), ironično komentariše (otuda i navodnici kod „*demokratski*“) i izražava skepsu navodeći čitaoca da sam tumači vest. Očigledno je sumnjičav po pitanju toga da se dosadašnjim prisustvom međunarodnih snaga u Iraku nešto istinski promenilo i da će to sada razvijati se u željenom pravcu. Ovaj deo teksta predstavlja u određenom smislu analepsu, odnosno kontekst koji je prethodio samom svetu priče u kojem autor gradi svoj narativ (pogledati Abot, 2009: 302). U novoj celini on razrađuje temu koju analizira. Kao informisan autor, navodeći slične primere diktatora i njihovih poteza, pokazuje i svojevrsan paradoks. Tako želi ukazati na specifičnost pojedinih sredina i kulturnog konteksta i neophodnost da se oni uvek uzmu u obzir. Istovremeno se jasno ograđuje od mogućnosti da ga svrstaju u one koji se kritikujući imperijalizam Zapada naslađuju veličajući otpor diktatora – otuda možda i veliko slovo kod *Iračkog ceha* kao odraz autorove distance (pogledati Uspenski, 1979; Prins, 2011: 179). Stilsku poentu on brani i banalno, ne libeći se da opsuje (*jeben igrač*) i kroz ironiju razotkrije prirodu pojedinih režima, ali i šire od toga. Likovi (diktatori) koje pominje u ovoj celini zapravo su u drugom planu i metafora su kojom nastoji ukazati na zablude koje proizvode različite političke matrice. Naime, u novom pasusu on pokazuje svoju stvarnu nameru. Uzimajući novinarski ugao i aktuelnost kao povod, on vest koju komentariše kontekstualizuje do kraja, konstatujući, čini se razočarano, da *postoje mesta koja zahtevaju represiju i čvrstu ruku*. Ambicija ka sveobuhvatnoj kontekstualizaciji je i jedna od osnovnih odlika stila autora koji se svrstavaju u red kolumnista. Još jednom se upuštajući u poređenje iračkih prilika sa domaćom istorijom, on želi da poruči da i mi, ma koliko se to nama sviđalo ili ne, patimo od istih boljki. On podseća na našu kontroverznu istoriju i *Narodnog heroja* (veliko slovo kao još jedan pokušaj ironijske distance) *Spiridona Mekasa*<sup>5</sup>, koji je u funkciji paratekstualnog aditiva<sup>6</sup>. Basara kroz ovaj umetnuti narativ zapravo želi pokazati prirodu okruženja u kojem živimo. On se s punim pravom pita šta bi bilo da smo i mi u pravoslavljju, poput muslimana, podeljeni. Tako dodatno akcentuje svoju bojazan i opravdanost odabira teme koju analizira (celinu stoga završava znakom uzvika kao upozorenjem).

<sup>5</sup> Jedno od imena koje je J. B. Tito, navodno, koristio pre poznatije, predsedničke istorije.

<sup>6</sup> Termin paratekstualnost uveo je Žerar Žanet kako bi označio sadržaje koji su van narativa



Naredna celina je ona u kojoj se odigrava zaplet (pogledati Abot, 2009: 46, 309). Basara očigledno nije optimista po pitanju toga da je svuda moguća demokratizacija po istom ključu. Otuda ponovo i navodnici na reči *demokratizacija*. On se zato pita otkud onda želja da se iznova pokušava postići nešto što je teško spojivo sa prirodom pojedinih sredina. Tim se on, zapravo, u potpunosti okrenuo jezgru priče nastavljajući postepeno da gradi stilsku poentu. Stoga je disciplinovan analitičan, demonstrirajući kompetentnost i poznavanje prilika koje analizira (to je još jedan od zahteva koji stoje pred kolumnistima). Otuda izostanak žargonskih akrobacija, specifičnosti Basarinog stila, jer sad ozbiljnošću pokušava da naglasi važnost teme. Na kraju teksta, otvoreno izražava razočaranje time ko danas vodi glavnu reč – kod nas, ali i šire, kritikujući politiku koju vode takvi političari. Tako se ironično vraća svojoj prioritetnom cilju razobličavanja domaće stvarnosti, konstatujući razočarano da smo bar u nekom pogledu *uhvatili korak sa svetskoistorijskim tokovima*.

## 2. *Fordovke, 25. decembar 2011.*

Naslov ovog teksta (*Fordovke*), a to će definitivno pokazati i ostatak teksta, zapravo je nagoveštaj priče o našem kontinuiranom i svakolikom siromaštvu.<sup>7</sup> Autor piše satirično, izbegavajući ekavicu, jer je verovatno pod utiskom nekih ranijih dešavanja, možda nečeg što ima veze sa dešavanjima u regionu, na šta implicitno želi da ukaže. Tekst počinje aktuelnošću koja nije primarno političke orijentacije. On podseća na priču koju su preneli mnogi mediji, a koja se odnosi na, navodno, pravoslavlje muzičara Boba Marlija. To je samo povod za pokušaj da se uhvati u koštac sa omiljenom temom demitologizacije domaće istorije i društveno-političke zbilje, što potvrđuje i smeštanje priče u atmosferu *prezidentskog konaka*. Istovremeno, odabir teme dokaz je njegove svestranost s obzirom na to da on spada u autore koji jednako razmatraju najrazličitije aspekte stvarnosti.<sup>8</sup>

Nova celina ima svojevrstu hipertekstualnu funkciju i oslanja se na uvodnu zaključenu pitanjem otkud priča o Marliju pravoslavcu (pogledati Abot, 2009: 65). Basara je, očigledno, revoltiran novim pokušajem da se sve uokviri teorijom o svakolikom srpstvu i ne šteti autora (*Kolina Granta*), čiju priču naziva *palamuđenjem i proseravanjem*. Svima koji su pročitali bar neku od Basarinih

<sup>7</sup> Fordovke ili narodski gumenjarke su vrsta obuće koja je pravljen tako što je prišivan don sačinjen od gume kako bi obuća bila udobnija.

<sup>8</sup> Pogledati napomenu o kolumnistima koji pišu o različitim temama u delu rada o kolumni kao novinarskom žanru.

knjiga ili tekstova dobro je poznat njegov metod kada želi da se obračuna s onim što nikako ne podržava – tad se ne ustručava da bude i vulgaran, želeći otvoreno da poruči šta misli o tim pojavama i onima koji ih izazivaju.

U narednoj celini, on u potpunosti razlaže svoj stav. Nikako mu se ne dopadaju takvi pokušaji, niti oni koji učestvuju u njima (poput *novindžike* koju verovatno zato tako i oslovlja). On priču o Marliju koristi da progovori o domaćoj potrebi da se praznim mitovima maskira duhovno siromaštvo (pogledati Abot, 2009: 41 i 197). Citira rečenicu autora priče o Marliju, ali je ona zapravo u službi apsurdna koji želi prikazati kroz karakteristični višesmisleni diskurs (pogledati Todorov, 2010: 45–53). On ukazuje na domaći nihilistički pristup svemu koji je upravo rezultat toga što se sve pokuša obaviti nacionalno-mitomanskom opnom, a što je rezultat toga što smo mi *majstori drugačije alhemije, one koja nešto obavezno pretvara u ništa, a zlato transmutira u bronzu, koju posle proda na otpadu*.

U sledećoj metatekstualnoj nadgradnji, on se i dalje novinarski intrerpretativno drži priče o Marliju i njegovim sunarodnicama, ali su oni u funkciji ogoljavanja domaće stvarnosti (pogledati Prins, 2011: 102). U ovom delu, simbolički smisao naslova kulminira u pokušaju da se u potpunosti, kroz banalan primer iz domaće stvarnosti, pokaže naša filozofija pretvaranja iz ničega u ništa. Priznaje da je tužan jer mora konstatovati da smo blizu modela besmislenog krpljenja i improvizacije, a taj simbolizam se dalje razrađuje u nastavku teksta.

Dalje, Basara pokušava pokazati da se stvari mogu raditi i na taj način – *isečeš, zašiješ, zalepiš*, ali da to ima svoju cenu i da ne može biti večno. Poručuje da ipak dođe vreme kada posledice tog nehajnog pristupa i te kako osećaju oni koji učestvuju u tim aktivnostima. Poentu donosi poslednja celina u kojoj poredeći domaću i naizgled udaljenu jamajčansku stvarnost dijagnostifikuje jednako bolne posledice improvizacije. Poredeći negativne sličnosti dve zemlje, razočarano konstatuje posledice (poput lopovluka i ubijanja), ali i dublje dimenzije duhovnog siromaštva u nas, jer *Jamajka je bar imala Marlija...*

### 3. *Serijsko gaženje, 26. decembar 2011.*

Naslov (*Serijsko gaženje*), kao i prvi pasus teksta, malo toga direktno govore, ali ipak dovoljno nagoveštavaju o kontekstu onog o čemu autor ovaj put piše. U uvodnom delu, autor se opredelio za uopštenije „otvaranje“. On ne navodi odmah aktuelnost koju analizira i dešifruje, već postavlja okvir koji će kasnije služiti u razvijanju narativa. Na neki način, on sam sebi daje šlagvort, ali ujedno

ne ostavlja sumnju oko toga da će u središtu biti srpska svakodnevica i njeni paradoksi. Lukavo se koristi poznatom metaforom koja govori o prvom susretu sa nekom novom sredinom i kulturom, a koja u Basarinom diskursu u svoju simboličku celinu uzima *zatvore i bolnice*.<sup>9</sup> On tako implicitno stavlja do znanja da će pisati o negativnim stranama naše svakodnevice.

Nastavak ne ostavlja dilemu, jer će on još jednom o domaćim anomalijama, ali sad ističe da bi se sledeći prethodno navedeno uputstvo moglo doći u zabludu. Zato uzima u fokus drugačiji primer (*saobraćajne nesreće*), postepeno dolazeći do aktuelnosti koja mu je poslužila kao povod za tekst.<sup>10</sup>

Sada je u ulozi novinara koji interpretira događaj iz Smedereva (vest o pešaku kojeg je pregazilo više automobila). Tek sada jasan je i naslov i namera koju on daje u njemu. Zgrožen veću, želi da pokaže svu bezobzirnost naše svakodnevice. Isitini za volju, narativni diskurs kojim se služi daleko je od propisane novinarske uzdržanosti. On čak i preteruje (*od pregaženog je malo šta ostalo*), pa tako pominje i poznatog holivudskog režisera *Vesa Krejvena*. On očigledno smatra da jedino tako može izraziti revolt ovakvim slučajem. On zato i psuje (*Crven Ban*) želeći što eksplicitnije da stavi do znanja šta je po sredi i kroz narativni procep otvara prostor za analizu dubljih uzroka i odgovornosti za ovakve pojave.

Nadovezujući se na prethodnu celinu on sad konstatuje paradoks kojim ironično konstatuje besmislenost koja odlikuje našu svakodnevicu, jer smo mi, sledeći procedure, često skloni tome da preuzimamo samo kulise dok nam suština neprestano izmiče. Tako eto i taj jedini vozač koji se zaustavio zbog pregaženog pešaka postaje krivac, dok oni stvarni ostaju nekažnjeni. Možda bi se zajedljivo moglo primetiti da je Basara ovde, kao neskriveni ljubitelj alkoholnih napitaka, doživeo i izrazito lično ovu situaciju. Naime, na ovoj ravni, on možda želi lično da se pobuni i zbog toga što se zbog ovog poroka njemu često prebacuje, pa to koristi kao jedini argument onima koji se ne slažu sa njegovim stavovima.

Autor dalje konstatuje da postoji dovoljno dokaza da se pronađu istinski krivci, još jednom pozivajući nadležne da reaguju. On, međutim, očigledno sumnja da će se to desiti, jer dobro zna kako se ponašaju ti za koje veruje da već pokušavaju da zamaskiraju tragove svog zločina (pogledati Lešić, 2011:

---

<sup>9</sup> Neki drugi kada govore u istom kontekstu navode svadbe i sahrane, neki kafane ili nešto treće.

<sup>10</sup> Jedna od odlika kolumnističkog stila, o čemu je opširnije pisano na uvodnim stranama rada.

145, 213). On stoga postavlja suštinsko pitanje *u kakvoj to mi zemlji živimo* konstatujući svojevrni moralni sunovrat koji smo doživeli. Nakon toga je na sasvim drugom nivou. Uspešno je konceptualizovao slučaj i smestio ga u globalnu matricu priče o nama svojstvenom *serijskom gaženju*. Iznova izražava razočaranost time što *su neodgovornost i snalazljivost ovde na veoma visokoj ceni*. Istinske krivce on nalazi među najodgovornijima, koji su deo sistema i koji bi trebalo da čine da takvih stvari ne bude, ali oni, naprotiv, tome *značajno doprinose*.

Na kraju podseća i na dobro poznat, raniji slučaj *gaženja*. Ne navodi konkretna imena (verovatno jer taj slučaj u njemu budi osećanje gnušanja, pa tako izražava svoju distancu) i u izvesnom smislu doprinosi dramaturgiji (pogledati Uspenski, 1979: 44 ; Abot, 2009: 120, 127). Tako stilski poetira i ponovo se, uz razočaranje, prebacuje u jednako značajnu, simbolički uvezanu dimenziju – on se na neki način miri sa onima koji smatraju da Srbiji nije mesto u Evropi. To, naravno, čini u simboličkom smislu, jer Evropa i pripadnost istoj za njega predstavlja iskorak u vrednosno-kvalitativnom aspektu (pogledati Todorov, 2010: 45–53). On, međutim, nakon svega navedenog razočarano konstatuje da mi očigledno nismo spremni za takav korak.

#### 4. *Zločin i kazna, 27. decembar 2011.*

Naslov (*Zločin i kazna*) daje nagoveštaj konteksta u kojem autor, uz očekivanu ironiju, gradi svet priče u kojoj mu pripada uloga protagoniste (pogledati Abot, 2009: 99 i 271). Iz uvoda se može zaključiti da će ovaj put za glavni događaj uzeti nešto iz ličnog iskustva. On je, dakle, glavni lik u ovom tekstu.<sup>11</sup> Ovo je jedan od tipičnih Basarinih uvoda gde on obraćajući se *cenjenom publikumu* želi svoju poruku učiniti „glasnijom“. Uvodne rečenice potvrđuju još nekoliko odlika kolumnističkog žanra. Najpre, jasno je da je on i te kako svestan svojih čitalaca, ali i da ga neki od njih očigledno nerviraju. Prins to naziva „naraterem“, pojavom pretpostavljane publike naratora (pogledati Prins, 2011: 114). Basara se koristi i lajtmotivima iz nekih ranijih tekstova što potvrđuje njegovu svest o čitalačkom jezgru, odnosno to da se njegovi tekstovi moraju redovno čitati da biste ih valjano razumeli.

---

<sup>11</sup> To je, inače, odlika autora kolumni koji neretko lično iskustvo koriste kako bi na najbolji način komunicirali poruku koju žele da pošalju, ali i jedna od karakteristika literarnog žurnalizma generalno.

Naredni pasus u funkciji je izražavanja autorovog razočaranja. Još jednom implicitno konstatuje svakoliki kaos u nas, ali se uz pomoć takve sveznajuće naracije nadovezuje na uvod o nevoljama koje su ga zadesile, a koje mu koriste za građenje fabule (pogledati Abot, 2009: 125). Očigledna je svojevrsna retardacija, koja je verovatno u funkciji dramtizacije, a koja je umetnuta u završni deo ove značenjske celine (pogledati Abot, 2009: 190). Najpre konstatuje štetu (*osuđen na tri dana zatvora*) i iako priznaje krivicu, ne kazuje ništa o samom povodu. To će očigledno glavni događaj u priči i okvir za kontekstualizaciju poruke, pa zato podseća na detalje iz ranijih tekstova.

Nastavak teksta zapravo daje razjašnjenje čitavog slučaja i predstavlja faktografsku srž u kojoj autor reporterski izveštava o situaciji u kojoj se pre dve godine našao. On slobodnije i uz mnoštvo digresija, opisuje sam događaj, ali je to sve u funkciji vernog opisivanja slučaja koji se dogodio relativno davno, pa je jasna želja da ga što slikovitije opiše. Sa svrhom produbljavanja smisla, on daje opis ličnih osećanja i razmišljanja.<sup>12</sup> Autor vrši svojevrsnu montažu kadrova koji skupa treba da oslikaju taj događaj (pogledati Abot, 2009: 99). Jasno je da taj događaj predstavlja samo zbivanje, dok je okvir radnje u onome što je usledilo dve godine kasnije kada je autor pozvan da snosi posledice. Taj događaj zapravo predstavlja svet priče koji je u funkciji poruke teksta (pogledati Abot, 2009: 48, 255). On predstavlja novost koja je povod čitave analize i stoga je svrsishodan deo teksta.

Zaplet se dešava u narednoj celini, jer autor sad objašnava šta je dovelo do toga da bude okrivljen. To predstavlja stvarnu radnju (pogledati Todorov, 2010: 100). Ona je, međutim, isto tako u funkciji pružanja šireg horizonta, jer uz pomoć nje on konstatuje apsurd koji mu se nimalo ne dopada (*moronska uredba*), a koji se odnosi na sistem kojem svi pripadamo (konstatuje očiglednu ograničenost i zaostalost sistema). Jezik autora u funkciji je izražavanja stava, te česti dijalektizmi i žargonske akrobacije imaju ulogu u građenju stilske poente.

Na samom kraju stiže i poenta, jer autor kroz odloženo dejstvo dolazi do poruke koju želi poslati. Izražava nezadovoljstvo (otuda i reč *pročaja* koja je česta u njegovim tekstovima, a koja bi trebalo da konstatuje svakoliku indiferentnost prema brojnim apsurdima svakodnevice), ali i otvoreno koristi svoju poziciju i medij da prozove odgovorne imenom i prezimenom, a kroz njih i sam sistem. Sa druge strane, njegova razočaranost je tolika da on očigledno ne veruje u to

---

<sup>12</sup> Još jedna odlika literarnog žurnalizma koja je razmatrana u uvodim delovima rada.

da sve to ima smisla. Tek sada i ono uvodno obraćanje *profesoru* (komentatoru sa sajta koji se tako potpisao) dobija smisao, jer autor njega i njegov stav koristi da konstatuje apsurd koji najavljuje u uvodnim delovima teksta. Za razliku od uvoda gde pri obraćanju dotičnom *profesoru* (koji je očigledno za njega personifikacija celokupne javnosti) skriva svoju ironiju, sad mu se obraća sa *dragi profesore* želeći njega, ali i čitavu javnost da opomene i podučí.<sup>13</sup>

##### 5. *Uplatnice, 28. decembar 2011.*

Naslov (*Uplatnice*) i uvodni deo potvrđuju da se pri čitanju Basarinih tekstova mora biti redovan. On izveštava *cenjeni publikum* da nema više razloga za zabrinutost koju je izrazio u prethodnom tekstu, a po pitanju njegovog potencijalnog odlaska u zatvor. Govori i o svom karakteru, priznajući nemarnosti i tako ponovo postaje protagonist svog teksta. Sada, u situaciji kada više nema straha od posledica, on i likuje, ironično konstatujući žaljenje zbog toga, jer su *mnoge poznate avanture* ispisane u zatvoru. Zajedljivo podseća i na političke zatvorenike koji su robijajući prevodili Marksov *Kapital* koji je *danas završio u tajkunskim rukama* i tako ukazuje na ozbiljan, sistemski problem našeg društva. Dalje, on u istom ironičnom tonu konstatuje kako sad neće moći da se žali kako je *na pravdi Boga robijao*, implicitno podsećajući na one koji to neretko čine, gradeći tako kontekst u koji smešta priču narativa (pogledati Prins, 2011: 131).

Nezadovoljan birokratskim ujdurmama on potom postavlja pitanje opravdanosti i svrsishodnosti samog sistema oličenog u nedavno reformisanom pravosudnom aparatu. Terminološke konstante Basarinih tekstova poput „kodiranih psovki“ (*Crven Ban* kao određeni Basarin kontinuirani karikaturalno-simbolički osvrt na lik i delo Vuka Karadžića kojeg inače ne doživljava naročito pozitivno) i povlačenja paraleli u odnosu na prošlost oličenu u orijentalnoj tradiciji (*haračlije*) u funkciji su slikanja ironije koju želi naglasiti pitajući za smisao funkcionisanja srpskog pravosuđa. Ona je to „događanje ispred“ (analepsa). Imenom i prezimenom (namerno obrnutim redosledom) obraća se ministarki pravde tražeći odgovor na to pitanje i pozivajući na odgovornost. Otvoreno se sprdajući sa poznatim administrativnim diskursom, on implicitno konstatuje da i sam sistem koji ga oličava zaslužuje takav posprdni

---

<sup>13</sup> Basara često polemše sa onima koji komentarišu teksove na sajtu, a to je i inače često slučaj sa kolumnistima koji to koriste i kao povod za pisanje pojedinih teksova (opširnije o tome u delu rada o kolumni kao žanru).

odnos (pogledati Tošović, 2002). Sad je sasvim konkretan, ali to svoje nezadovoljstvo aktuelnim smešta u širi okvir analize našeg sistema.

Paratekstualni elementi poput priča o javnim preduzećima (*EPS i MTS*) koji slede su samo u funkciji naglašavanja poruke. Oni predstavljaju satelite u tekstu i on kod njih konstatuje apsurdne, ali ih i pored toga koristi isključivo kako bi naglasio, a potom i kontekstualizovao vrhunski apsurd koji je tema teksta (pogledati Abot, 2009: 52–54). Čini se da on dobrano nadilazi i slučaj sa uplatnicama. Naime, očigledno je da je autorova intencija da osvetli dublji, sistemski problem koji je istorijski ukorenjen na ovim prostorima. U završnoj celini on se zato vraća pitanju o smislu promena koje on očigledno vidi kao kozmetičke i koje, u primeru koji navodi, bivaju sasvim obesmišljene. Istovremeno se dokazuje njegova prava namera da poruku teksta prevede u širi istorijsko-društveni kontekst (pominjući *vunena vremena* o kojima je pisao Gojko Đogo) i tako istovremeno opomene da bi se ta vremena mogla vratiti.<sup>14</sup> To je ujedno i lajtmotiv teksta koji predstavlja kontekst u koji smešta ostale pojedinačne narativne diskurse.

#### 6. *Nacionalna žalost, 29. decembar 2011.*

Na početku, autor se istovremeno ograđuje (sam naslov *Nacionalna žalost* ukazuje da je reč o ozbiljnom događaju), ali i priznaje da *ne može da odoli* i da događaj koji ga je zainteresovao zaslužuje ironijski pristup, nagoveštavajući svoju intenciju. U kontekstu Četmanovog ili Bartovog uputstva o nukleusu i katalizatorima priče, uvodna priča o sprovodu pokojnog severnokorejskog vladara jasno predstavlja glavni događaj koji priču vodi unapred, dok kasniji sateliti i te kako opravdavaju svoju ulogu. Sama konstrukcija rečenice (*Koreja je vaistinu pokazala svetu kako se sahranjuju diktatori*) ostavlja otvorenom mogućnost tumačenja autorove ironije. Jasnom kvalifikacijom ne ostavlja sumnju u to da li je za njega pokojnik bio diktator, ali otvara pitanje zašto je njegov spровod izgledao onako kako smo o tome obavešteni i da li su onda ovaj diktator, ali i mnogi drugi pre njega, ispraćeni kako zaslužuju? Ovakav diskurs je višesmislen, jer rečenica upućuje na više različitih struktura koje će biti dovedene u istu ravan (pogledati Todorov, 2010: 47).

<sup>14</sup> Pisac Gojko Đogo je 1981. godine osuđen na dve godine zatvora zbog zbirke pesama „Vunena vremena“ koja je, prema presudi, „vređala lik i delo Josipa Broza Tita“.

U drugom pasusu gradi se zaplet (pogledati Abot, 2009: 45, 86). Likovi, odnosno vladari o kojima piše, imenovani su velikim slovom (*Doživotni*) što predstavlja svojevrsnu ironiju koja će kasnije prerasti u autorovo ogoljavanje ponašanja same javnosti. Poredeći dva pokojnika, on je i namerno zloban kako bi ojačao osnovu za zaplet koji nastupa. Dominantna priča o smrti i sahrani severnokorejskog lidera polako ustupa mesto poređenju sa primerom iz naše istorije. Tako *severnokorejski diktator* postaje *dragi vožd* (sada je malo slovo što pokazuje stvarni doživljaj te ličnosti) i tako se uspostavlja veza „između stanja ili događanja i situacije u kojoj se to stanje ili događanje jezički evocira“ (Todorov, 2010: 114). Autor istovremeno, što nije lako, uspeva da postigne adekvatnu emotivnu distancu, ali i da ostane uključen i tako (s obzirom na to da je i sam bio svedok oplakivanja J. B. Tita) daje verodostojnost kontekstu u kojem gradi svoju analizu (pogledati Bahtin, 2000: 50–85; Abot, 2009: 152). Na kraju, svoju ocenu svodi na dilemu *ili je tuga iskrena, ili su Severnokorejci maestralni glumci*, što predstavlja određeni autorov narativni procep koji čitalac treba da ispuni svojom imaginacijom i iskustvom (pogledati Abot, 2009: 152). Tako se otvara mogućnost za nagoveštaj šireg konteksta u kojem autor daje smisao svojem tekstu – on zapravo želi da pokaže kakva je javnost, kakvi smo mi, šta i koga slavimo i zašto je to tako?

Naredni pasus je samo u funkciji razjašnjenja prethodne konstatacije i na neki način predstavlja hipertekstualni dodatak (pogledati Abot, 2009: 65). On koristi žargon (*lik mu ga daje*) i sebi svojstvene metafore (*pročaja*) i tako pojačava utisak o onome što se zbilo u Severnoj Koreji, ali tako gradi i okvir za razmatranje prirode javnog mnjenja uopšte – *narod se samoorganizovao u žalosti i uveliko nadmašio partijska očekivanja*. Autor do ovog trenutka aktere ne naziva punim imenom i prezimenom. To ukazuje na želju da javnosti potvrdi da je i on deo svega toga što kritikuje i tako još osnaži svoju analizu i kritiku. Istovremeno, dajući spoljašnji opis svojih junaka pokušava da stavi svima do znanja da mu njihovo ponašanje nije razumljivo i da ga ne podržava. U onoliko prostora koliko ima na raspolaganju, on daje dovoljno kompletan opis događaja o kojima. Obzirom na to da su za sad u fokusu događaji koji su se već zbili, retrospektiva mu omogućuje da konstatuje i ocenjuje, ali i da se polako izmešta u kontekst u kojem će kroz ostatak teksta postaviti pitanje. Iz ideološke tačke, stvar je jasna – on prezire diktatore bilo gde da su. Brojni epiteti u prethodna



dva pasusa, iako nisu eksplicitno orijentisani ka tome, to takođe dokazuju (pogledati Uspenski, 1979).

*Jeres* o kojoj govori novi je pokušaj da se ukaže na hermetičnost pojedinih diskursa u kojem se događaji žele predstaviti javnosti. Kao i na to kako se inače utiče na formiranje mišljenja javnosti. Rečenice koje izražavaju sumnju u to što se pokušava predstaviti kada je reč o životu u S. Koreji iznova daju šlagvort za ono što će uslediti, a što se odvija na drugom terenu. To se i definitivno ističe rečenicom – *konačno, zar i kod nas svojevremeno nije bilo možda i gore nego u Severnoj Koreji*. U narednim se dešava i neka vrsta metalepse, jer novi akteri stupaju na scenu, ali kontekst ostaje isti (pogledati Abot, 2009: 268, 273). Glavni akter sada je potpisan imenom i prezimenom (*Slobodan Milošević*), što pokazuje želju da se distancira od njega (pogledati Uspenski, 1979). Daje veran opis dešavanja *devedesetih* što pojačava frazama i „narodskim“ jezikom (*prestavio, potegao pa zamakao*), a i dalje je istovremeno iskren, ali i ironičan i ideološki distanciran od onog što opisuje – *narod je ipak iskreno voleo Slobodana Miloševića – i on je, doduše, voleo njih*. Novim frazama (*zamakao na vrhuncu moći, eto sudbina je tako htela*) on se i naslađuje i do kraja izražava gnušanje zbog toga što se tad dešavalo, na kraju konstatujući puls domaće javnosti – *u Srbiji te vole samo dok si vlast*, a potom se ponovo premešta u novi okvir.

Nova celina u funkciji je povratka na aktuelno, a to je čest Basarin manevar (pogledati Bart, 2009: 55; Todorov, 2010: 45–53). On se vraća na poznatu priču o podeljenosti unutar Srbije (*prva i druga Srbija*), ali do kraja ogoljava besmisao svega konstatujući da su i jedna i druga jednako gole i bose. Čini se da pritom ne misli samo na materijalno, već i na duhovno siromaštvo. Nadovezujući se na ocenu o svakolikom siromaštvu, on konstatuje paradoks koji mu se nikako ne dopada, a to je da je ta prva Srbija *dostojno ožalila Dragog Vođu*, želeći tako da pokaže karakter takve Srbije, koja je *pritom sve bacajući drvlje i kamenje na Vaclava Havela* pokazala do kraja svoju vrednosnu orijentaciju. U toj, završnoj celini, na scenu stupa još jedan akter, moglo bi se reći *paratekstualni element* u ovom tekstu – Vuk Jeremić (pogledati Abot, 2009: 62, 64 i 235). U Basarinim kolumnama, on je jedan od učestalijih aktera koji ima poseban nadimak. On je *Wu Kjer Em*. Ime koje koristi ukazuje na to da ga doživljava kao nekakvog spoljašnjeg aktera i ličnost koja je sklop nekakvog kiborg-tehnokratskog profila, možda čak i diktatorske prirode (otuda možda i tročlana slogovna deoba njegovog imena i prezimena koja sad u Basarinom kodnom sistemu počinje sa *Wu*).

Njegovo ime je kodirano, jer verovatno smatra da on sam nije deo sveta kojem taj akter pripada. On ga ne razume, niti želi da ga razume. Za njega se on (bar svojim profesionalnim nastupima) takođe svrstao u onu prvu Srbiju. U priči u kojoj se autor ne obraća direktno publici kako bi joj predočio nove činjenice, uloga takvih aktera jasna je ako sledimo Prajsova zapažanja koji ističe da se „tada dešava da se komunikacija vrši pomoću aktera u priči, koji se mogu doživeti i kao virtuelni karakter koji je u službi transmisije autorove poruke u odnosu prema očekivanjima publike“. (Prajs, 2011: 395).

Basara se zato ironično pita kako to da se Jeremić nije pojavio u Pjongjangu. Tako i čitava priča o prirodi ponašanja masa, domaćem mnenju i zabludama, doživljava vrhunac i postiže sveukupnu aktuelnost. Tako se obezbeđuje i jedinstvo smisla o kojem piše Todorov (Todorov, 2010: 46, 71).

### *7. Srećna nova godina, 30. decembar 2012.*

Tekst koji je Basara napisao za poslednji broj u 2011, shodno naslovu (*Srećna nova godina*), jeste svojevrsni pokušaj da se iz komentatorske pozicije da presek godine na izmaku i u duhu predstojećih praznika pošalje prigodna čestitka. Basarina čestitka, ipak, nije naivno odevena u iluzije prazničnih veselja.

Autorovo „otvaranje“ u ovom tekstu je očekivano. Razočaran je, pa i ne iznenađuje to što priču o kraju 2011. kao završetku jednog ciklusa, uokviruje poznatom Špenglerovom teorijom o cikličnosti i smenjivosti civilizacija.<sup>15</sup> On, istina ironično, ističe da veruje u nekakav apokaliptični scenarij, te da jedino nije siguran u tačan datum takvog epiloga do kojeg dolazimo *teturajući se*. Njegova apokaliptična prognoza (*živi bili, pa videli*) koju otkriva nastavak, usmerena je ka domaćoj javnosti. Apstraktnim naglašavanjem za koje koristi velika slova (TO što dolazi posle OVOGA) on pojačava zabrinutost i podstiče sveobuhvatnost analize koju kasnije segmentira kroz pojedinačne primere (pogledati Uspenski, 1979). Sada je u ulozi nekakvog magijsko-proročkog subjekta koji sebi daje slobodu da zabrinutost izrazi i hiperbolično. Na tom mestu, čini se uputnim postaviti pitanje da li se takav pristup može podvesti pod zahteve kolumne kao žanra? Apstraktnost stila čini to teško izvodljivim, iako primarna orijentacija teksta i te kako ima veze sa problematikom koja je obeležila minulu

---

<sup>15</sup> Reč je o delu „Propast Zapada“ Osvalda Špenglera.

godinu. Ujedno se nazire i granica na kojoj se mora istrajati da bi tekst imao funkciju, s obzirom na prirodu medija u kojem je publikovan.

Njegovu zabrinutost i autorsku usmerenost ka domaćoj zbilji, potvrđuje i nova celina. I dalje apstraktno podseća na mnoštvo domaćih zabluda i grešaka, a svoju rezigniranost pojačava svojstvenim jezikom (pogledati Lešić, 2011: 196–208). On, i pored poetike apsurdna (za koju priznaje da mu je omiljena), ipak ne ostavlja sumnju u to da li je kod nas *sporedno, trivijalno i tupoumno steklo tako ubedljivu prevagu nad bitnim, značajnim i racionalnim*. Zato, bar na kratko, podseća na praksu da se na kraju godine rezultati sumiraju kroz rang liste. On takvoj praksi suprotstavlja sopstvenu dijagnozu siromaštva i apsurdna koju ilustruje aktuelnostima oličenim u priči o poredama sportista (preciznije tenisera *Dokovića*) i stresnoj političkoj situaciji koju reflektuje primerom dešavanja na severu Kosova. Te događaje on tumači iz ugla virtuelnog, jer za njega, čini se, predstavljaju ultimativne apsurdne koji mu služe da napipa puls društva u kojem živimo. Stoga je i ironičan kada govori da se takvi događaji medijski kontekstualizuju, u čemu on vidi i vrhunac ovog apsurdna, jer je svestan medijskog uticaja na javnost i njegovih posledica. Otuda i njegova želja da ih posmatra na nivou virtuelnog, koji za njega, čini se, predstavlja okvir u kojem egzistira ovaj apsurd. Nova celina je vrhunac koji demonstrira apsolutnu ironiju autora. Iz ugla pesimiste ironično poručuje da je *propasti podložno samo ono što treba da propadne*, a tako i njegov pesimizam dostiže kulminaciju.

U istom tonu autor i zaključuje tekst, jer poput hrišćanskog filozofa konstatuje da smo se *okrenuvši se raju ovog sveta priklonili carstvu prolaznog*. U takvom „pakovanju“ šalje i svoju čestitku, verovatno svestan toga da se po pitanju te etičko-filozofske dimenzije neće ništa promeniti. Njegova čestitka stoga predstavlja finalno upozorenje na zalasku jednog ciklusa, a što simbolički znači i nagoveštaj mogućnost za razlaz sa pređašnjim zabludama.

## Zaključna razmatranja

Svetislav Basara, shodno svom talentu, svakodnevno uspeva da bude originalan i za mnoge iznenađujuće aktuelan. On istovremeno „plete“ sveobuhvatan, samo njemu svojstven stilsko-jezički kod koji se svakodnevno nadograđuje i širi. U to „pletivo“ uspeva da udene brojne arhaizme i tuđice, nove kovanice i nove simbole – bilo pojedinačnih aktera, bilo složenih društvenih pojava i problema. Nekad je prizeman, kako bi onima istinski takvim stavio do znanja

koliko je njihovo neznanja, ali i naučno-filozofski disciplinovan, što i najvećim kritičarima dokazuje njegovu kompetentnost. Na taj način, čitaoci bivaju usisani u naraciju i primorani da ga redovno čitaju, jer kampanjski pristup znači i kasnije nerazumevanje, a samo jedan dan kašnjenja može značiti i nemogućnost tumačenja galerije pojava i likova koji u Basarinom „pletivu“ dobijaju i nova imena koja su po pravilu oznake njihovog karaktera, uz obavezan sastojak autorove ironije kojom upućuje na njihove postupke i mesto kojem im realno pripada. To su ujedno i odlike kolumne kao žanra, ali i LŽ, koje potvrđuju i Basarinu svest o čitalačkom jezgru.

Gledajući fokalizacijski, moglo bi se primetiti sledeće: na *frazološkom planu*, on kontinuirano svoj jezik i stil stavlja u službu želje da javnosti potvrdi da je i on deo svega što kritikuje, a kako bi još više osnažio svoju analizu. Istovremeno, na *psihološkom planu*, dajući spoljašnji opis svojih glavnih junaka, pokušava da pokaže njihove postupke u pravom svetlu i ukaže na lični stav. Na *prostorno-vremenskom planu* daje dovoljno kompletan opis događaja o kojima govori i ujedno nagoveštava svoja gledišta, ali i pozicije svojih likova. Ipak *prostorno-vremenska dimenzija* njegovih tekstova nikada nije linearna, čak ni kontinuirana, već tačkasta, često i trodimenzionalna. Iz *ideološke tačke*, koja predstavlja opšti sistem vrednosti autora i njegov pogled na svet, stvar je sasvim jasna kada su u pitanju Basarini tekstovi, čak i po pitanju pojedinačnih simpatija i antipatija (pogledati Uspenski, 1979: 44; Abot, 2009: 120, 200). Pristojno prikazuje tuđe ideje i koristi polifoniju. Bahtin pišući o Dostojevskom to objašnjava tako što je Dostojevski posedovao unutrašnju rasepljenost svesti koja je pratila protivrečnosti ruskog kapitalizma, pa otuda i njegova lucidnost. Kontekst i okolnosti u kojima Basara stvara mogli bi zaličiti na takav opis, pa možda otuda i slična lucidnost Basare (pogledati Bahtin, 2000). Njegov stil, međutim, uvek kontekstualno nadilazi binarne opozicije, pomažući mu tako da gradi konkretnu fabulu i stilsku poentu svojih tekstova. Basara jeste tendenciozan, ali bez obzira na stalnu ironiju ipak svim akterima daje dovoljno prostora, suprotstavlja njihovim pozicije i ne podređuje ih svojoj svesti, postičući tako zadovoljavajuću objektivnost. Iako je često i protagonist tekstova, on, prema mom sudu, uspeva da zadrži neophodnu distancu koja mu omogućuje da teži objektivnosti u procesu zaključivanja.

Basara je brutalan kritičar i ne libi se da jasno stavi do znanja da mu neko nije ni najmanje simpatičan, ali i da ga nije briga za to šta se o tome misli. Njegov stil potpuno je oslobođen od bilo kakvih stega; ironija i sarkazam bezobalni,

a humor i najvećim kritičarima neodoljiv. Rukovodeći se, verovatno onom Bifonovom – *Stil, to sam ja čovek!* ili onim što Flober konstatuje kada kaže da je *stil apsolutni način gledanja na stvari*, autor namerno ne dozvoljava čitaocu da ga lako tumači (pogledati Lešić, 2011: 196). Oni koji dovode u pitanju da li se njegovi tekstovi mogu nazvati kolumnom često kao primedbu navode baš to što je često nejasan prosečnom čitaocu. Istini za volju, on je teško razumljiv onima koji se ranije nisu sretali sa njegovim tekstovima. Naime, njegov katkad kafanski, prostonarodni diskurs čini da se tekstovi lako čitaju, ali je za dekodiranje ipak potrebno bolje poznavanje njegovog stila. To se, međutim, može tumačiti kao svojevrsni odgovor na pojave koje pokušava da tumači ili kao još jedna potvrda njegove svesti o publici kojoj se obraća i prirodi medija u kojem se tekstovi publikuju, što je svakako odlika dobrog kolumniste.

Svega onoga čega ima u Basarinim knjigama, ima i u njegovim kolumnama. Apsurdi i obrti, fantastika i paradoksi, crno-beli i dugom bojeni tonovi. Njegovi poznati motivi demitologizacije nametnutog i dekonstrukcije prošlosti kao okvira kojima diriguju oni „kojima se može“ su u službi sveobuhvatne ironizacije pojedinih događaja i njihovog tumačenja kao mogućih uzroka nekih novih zabluda i grešaka. Sлагali se ili ne sa njim, to ostaje u drugom planu usled njegovog stila, originalnih likova i razlaganja njihovih karaktera. To obuhvata sve i svakoga, a ironijski pristup svemu i ogoljavanje likova čak i one koji autora ne simpatišu naročito navode da na kraju ipak spoznaju samu srž svakolike stvarnosti. „Spoj snova i jave, realnog i izmaštanog, fantastično recikliran od svih delova koji mu prethode i kojima se (otvoreno) koristi – Basarini pseudomitološki mitovi tako predstavljaju izraz konfrontacije s legitimnom istorijom, čije aspekte nastoji da problematizuje“ (Rogač, 2010: 124), a napisane reči tako pružaju osećanje „rađanja zvuka koji nešto znači“ (Bahtin, 2010: 92).

Stoga je izuzetno teško Basaru stilski omeđiti poznatim aršinima. Čini se da on svesno vrda želeći svojom stilskom složenošću da ukaže na, ipak, banalnu jednostavnost naše samo naizgled kompleksne svakodnevice. Diskurs njegovog teksta je po potrebi i profani i sveti, sve zavisno od teme i njene razrade, a zasigurno i od autorovog raspoloženja, dok je nekad strogo književni, bilo prozni, dramski ili tragikomični, fantazmagorički ili romaneskni. Naime, i ovi njegovi „novinarski“ tekstovi obavljaju dvostruku funkciju koju Lotman pripisuje književnosti (i saznavnu i komunikacionu), pa se svakako može govoriti i o vrsti umetničkog modelovanja (pogledati Lotman, 1976: 41). Basarin stil je višesmislen i sveobuhvatan, ali se čini da bi ga najpreciznije bilo, ako ništa dru-

go onda zbog načina publikovanja ovih sadžaja i njihove dominantne orijentisanosti ka onom aktuelnom i medijski novom, ukalupiti u onaj *uže-publicistički diskurs* (pogledati Tošović, 2002: 62). Basara je revnosan u praćenju svega i svačega, ali njegove kolumne uvek za lajtmotiv imaju ono što je tih dana u epicentru interesovanja javnosti, a to samo predstavlja polaznu tačku koja se dalje razrađuje, kontekstualizuje i šifrira u odgovorajućoj matrici. Basara je, prema sopstvenom priznanju, inadžija, pa eto i još jednog objašnjenja za njegovu želju da polemíše sa „kreatorima erističkih protivurečnosti u medijskom i političkom životu savremene Srbije“ (Stanojević, 2009: 1–2). Sa onima za koje sumnja, ali i onima za koje je siguran da misle drugačije i kojima nekad eksplicitno, a nekad prikriveno stavlja do znanja da mu se ne sviđaju njihova razmišljanja i postupci. Načelo pertinencije, po kojem „uvek mora postojati razlog za postojanje nekog diskursa“ uvek je zadovoljeno (pogledati Todorov, 2010: 24). Tekst je stilski zaokružen, ali nikad zatvoren – nijedan smisao se ne gubi, ali nije moguć ni kao jedan jedini (pogledati Todorov, 2010: 45–53). Prepreku u tumačenju teksta i žanrovsko određenje stoga predstavlja stil, koji se, kao i njegov jezik, uvek moraju posmatrati metalingvistički (pogledati Bahtin, 1989: 28). Često piše jezikom kafana i pijaca, ali je to, kao i česte fraze u funkciji originalnosti. Zadatak mu, čini se, nije da donese jednu istinu, već da izrodi smisao, a tumačenje je uvek prepušteno čitaocima jer samo tako „reč živi van sebe u orijentisanosti na predmet koji je tema“ (Bahtin, 1989: 48).

Basara je, istina, u pogledu ispunjenja navedenih zahteva nekad više, a nekad manje uspešan – najviše u zavisnosti od ličnog raspoloženja, ali je, čini se, uvek u okvirima razmatranih obeležja analiziranog oblika izražavanja. Stoga se u žanrovskim okvirima ovi njegovi tekstovi mogu posmatrati najpre kao vrsta, ocenio bih, „nadograđene kolumne“, novinarski-literarno uvezanog konstrukta o kojima govore eksperti koji navodeći odlike kolumne kao oblika izražavanja, ali i LŽ generalno, naglašavaju poteškoće da se pojedini tekstovi ukalupe normama o kojima je i u ovom radu bilo reči. Čini se da je kvalitet jednog takvog teksta uslovljen i politikom kuće u kojoj se oni publikuju. Ovi tekstovi objavljuju se u listu koji teži da zadovolji načela novinarske profesionalnosti i koji ne prati po svaku cenu imperativ ostvarivanja profita, pa je Basara, čini se, sasvim slobodan u odabiru tema i kreiranju tekstova. Ipak, jasno je, a to i autor povremeno navodi u tekstovima, da se i on, ipak, mora pridržavati profesionalnih načela i zahteva lista za koji piše.

## Literatura

- Abot, H. P. (2009). *Uvod u teoriju proze*. Beograd: Službeni glasnik.
- Bahtin, M. M. (1980). *Markizam i filozofija jezika*. Beograd: Nolit.
- Bahtin, M. M. (2000). *Problemi poetike Dostojevskog*. Beograd: Zepter Book World
- Bahtin, M. M. (2010). *Rani spisi*. Beograd: Službeni glasnik.
- Bart, R. (2000). *Zadovoljstvo u tekstu & Varijacije o pismu*. Beograd: Službeni glasnik.
- Brady, H. & Collier, D. (eds.) (2004). *Rethinking Social Inquiry: Diverse Tools, Shared Standards*. Lanham, Md.: Rowman and Littlefield.
- Cole, P. & White, M. (25.9. 2008). Columns. *The Guardian*. Posećeno 5.11.2011. URL: <http://www.guardian.co.uk/books/2008/sep/25/writing-journalism.columns>.
- Čečen, B. (2005). *Šta je narativno novinarstvo i kako ga pisati?*. Sarajevo: BiH Mediacentar. Posećeno 2. 2. 2012. URL: [www.media.ba/mcsonline/bs/tekst/sta-je-narativno-novinarstvo-i-kako-ga-pisati](http://www.media.ba/mcsonline/bs/tekst/sta-je-narativno-novinarstvo-i-kako-ga-pisati).
- Đurić, D. (2003). *Novinarski leksikon*. Beograd: Večernje Novosti i Yu marketing press.
- Kolumna: Šta to mi pišemo?*. Portal *Lokoportal*. Posećeno 5.11.2011. URL: [http://www.lokoportal.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1580:kolumna-ta-to-mi-piemo&catid=62:kolumna&Itemid=99](http://www.lokoportal.com/index.php?option=com_content&view=article&id=1580:kolumna-ta-to-mi-piemo&catid=62:kolumna&Itemid=99).
- Lešić, Z. (2011). *Jezik i književno djelo*, Beograd: Službeni glasnik.
- Lotman, J. (1976). *Semiotika filma i problemi filmske estetike*. Beograd: Institut za film.
- Pančić, T. (29. 8. 2002). Kolumna. *Vreme*, br. 608. Posećeno 5. 11. 2011. URL: <http://www.vreme.com/cms/view.php?id=320928>.
- Prajs, S. (2011). *Izučavanje medija*. Beograd: Clio.

- Prins, D. (2011). *Naratoški rečnik*. Beograd: Službeni glasnik.
- Rogač, M. (2010). *Istorija, pseudologija, fama – studija o prozi S. Basare*. Beograd: Službeni glasnik.
- Salmon, K. (2010). *Storiteling ili pričam ti priču*. Beograd: Clio.
- Self, C. (1996), *Credibility*. In Salwen M. B. & Stacks D. W. (ed.), *An Integrated Approach to Communication Theory and Research*, Mahwah, Ill: Lawrence Erlbaum, pp. 421–441
- Stanojević, D. (2011). Javni diskurs i savremeno novinarstvo. *Kultura*, 132, 157–167.
- Stanojević, D. (2009). *Medijska eristika i javni diskurs*. Beograd: Serbika.
- Stojanović, M. (2009). *Uvod u teoriju žanrova*. Pančevo: Mali Nemo.
- Todorović, N. (2011). Literarni žurnalizam. *Kultura*, 132, 24–38.
- Todorović, N. (2002). *Interpretativno i istraživačko novinarstvo*. Beograd: Čigoja štampa.
- Todorov, C. (2010). *Simbolizam i tumačenje*. Beograd: Službeni glasnik.
- Tošović, B. (2002). *Funkcionalni stilovi*. Beograd: Beogradska knjiga.
- Tucaković, Š. (2004). *Leksikon mas-medija: informisanje, javnost, komuniciranje, novinarstvo, mediji, propaganda, povijest*. Sarajevo: Prosperitet.
- Uspenski, B. (1979). *Poetika kompozicije, semiotika ikone*. Beograd: Nolit.
- Vlajčić, M. (10.1. 2011). Varljiva lakoća kolumnizma. *Blic*. Posećeno 5.11.2011. URL: <http://www.blic.rs/Komentar/Cigla-u-zidu/228332/Varljiva-lakoca-kolumnizma>.
- Wagner, K. *Types of Columns in Journalism*. Portal „E-how“. Posećeno 8.11.2011. URL: [http://www.ehow.com/list\\_6048715\\_types-columns-journalism.html](http://www.ehow.com/list_6048715_types-columns-journalism.html).



## SVETSLAV BASARA COLUMNS IN THE DAILY DANAS

*Summary:* The task of this research paper is primarily the analysis of Svetislav Basara's texts, published in the Serbian daily newspaper *Danas*, in the seven-day period. These texts are subject to frequent discussion in terms of their content, and also they are discussed by experts as they are subject of the constant dilemma whether we can call them columns at all, because of the style and language of this author. Today, considering the everyday struggle that we can recognize among traditional media facing the global challenges, column is one of the few journalistic genres which is still successful in maintaining a high level of popularity even in the print editions. This, however, makes room for a multitude of different kinds of authors who would like to be called a columnist today. This caused many considerations related to the problem of numerous efforts to identify and define some standards for texts which are to be regarded as columns.

The ambition of this paper is aimed at achieving several objectives. Initially it is motivated by a desire to indicate normative and the stylistic traits of the column as journalistic genre, and then to present the individual analysis of narrative discourse within the text in order to make an assessment whether and to what extent they meet these requirements. This task is the wider framework of the analysis of individual analysis of Basara's texts, because it is oriented towards showing the demands that the good columnist must satisfy; at the same time providing the answer to some of the theoretical and professional issues and dilemmas, by using this sample as one where we can see all the complexities of a column as a journalistic genre. The conclusion notes the complexity of the style of the author, whose texts are sometimes indeed hard to classify under the requirements of a column. On the other hand, the author takes the position that they are almost always in the prescribed normative requirements of the genre. The conclusion is, in fact, that the main obstacle in the process of interpretation of Basara's texts and their genre specification is just his specific style and language. Therefore considering the genre requirements, Basara's texts can be seen and defined as a sort of „upgraded“ column, journalism and literary „bridged-construct“ and a textbook example of a kind of a text often used by the relevant experts in order to determine all the characteristics of a column as a journalistic genre.

**Key words:** column, literary journalism, print media, hybrid forms of journalism, style, narrative, discourse



# Šumadija u Večernjim novostima u prvoj deceniji XXI veka

Ranko Milosavljević<sup>1</sup>

Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Beogradu

doi:10.5937/comman1327129M

**Rezime:** *Večernje novosti, prvi večernji list na prostorima bivše Jugoslavije, nastao posle Tršćanske krize, oktobra 1953. godine, poziciju najtiražnijih dnevnih novina stekao je modernom formom izražavanja, ali i obiljem priloga koje je objavljivao iz svih oblasti društvenog života, kao i ravnomernom zastupljenošću informacija iz različitih regiona. Početkom devedestih ovaj dnevnik imao je više od deset izdanja, sa po nekoliko stranica koje su imale priloge iz različitih republika zajedničke zemlje, ali i najvažnijih regiona u Srbiji. Sve do 1993. godine, poznate po najvećoj hiperinflaciji, u ovom dnevniku postojala je regionalna, „kragujevačka“, strana, koja je, uz ostale stranice, davala obilje informacija iz šumadijskog regiona, a naročito iz Kragujevca kao centra subregije. Tiraž, ali i uticaj, Večernjih novosti u Šumadiji, bili su daleko ispred onih ostalih dnevnika. U ovom radu detaljno je analiziran period od 2000. do 2010. godine, odnosno 3.580 objavljenih brojeva, sa 13.070 objavljenih priloga svih žanrova, koji su se ticali šest šumadijskih opština i Kragujevca kao centra regiona. Utvrđeno je odsustvo analitičkih tekstova, svodenje misije lista na puko prenošenje stavova političkih, privrednih, sportskih i drugih učesnika u javnom životu, čime je novinsko izdanje postalo transmisija emitera poruka, gubeći trku sa elektronskim medijima, koji, u najvećem broju slučajeva, informacije objavljuju makar dan ranije.*

*Na osnovu analize sadržaja, data je projekcija razvoja i stagnacije ovog dnevnika koji posluje u sasvim različitim uslovima u odnosu na vreme kada je čitalačkoj publici, daleke 1953. ponudio efektanu formu izveštavanja sadržanu u sloganu „brzo, kratko, jasno“. Današnji poslovni ambijent odlikuje se žestokom konkurencijom za pridobijanje oglašivača, ali i za zadržavanje čitalaca/gledalaca/slušalaca. Štampani mediji izgubili su trku sa elektronskim, ali i sa internetom. Takvi uslovi ponovo aktuelizuju potrebu specijalizacije i profesionalizacije novinara. Od njih se zahteva da budu tumači društvene stvarnosti, a ne samo puki prenosioci informacija, koje sve češće produkuju sve brojnije PR službe.*

**Ključne reči:** *Večernje novosti, Šumadija, štampa, novinari, profesionalizacija medija, odnosi sa javnošću, regionalizacija*

<sup>1</sup> Kontakt sa autorom: ranko.milosavljevic@gmail.com.

Uprkos ideološkim stegama jednopartijskog sistema, srpska štampa je u drugoj polovini 20. veka doživela značajne promene, koje su se ogledale, između ostalog, u pojavi večernje štampe. Prvi pokušaj, odmah posle oslobođenja (1945) sa pokretanjem *Glasa*, popodnevnog dnevnika, nije uspeo. Takođe, ni pretvaranje beogradskog nedeljnika *20. oktobar* u večernje izdanje. Pojava *Večernjih novosti* u Beogradu 1953. godine važan je događaj u našem novinarstvu jer je to prvi večernji list u zemlji (Kisić, Bulatović, 1996). Drugi je bio *Večernji list* u Zagrebu, koji se pojavio četiri godine kasnije. Večernja štampa unela je u jugoslovensko novinarstvo nove manire, novi stil, sasvim nove oblike izveštavanja. Iako često izložena kritici, stalno je povećavala tiraž i osvajala čitalačku publiku. Orijehtacija večernje štampe bila je ka kratkoj informaciji, ilustraciji teksta, fotografiji. Prva je počela da razbija dotadašnje konvencionalne okvire domaće štampe, a koristila je iskustva strane večernje štampe (Bjelica, 1983: 205).

Od pokretanja *Večernjih novosti* u vreme tršćanske krize, 1953. godine, ovo izdanje *Borbe* neprekidno će rasti, brzo postajući najtiražniji list u zemlji. *Novosti* su dobile konkurenciju 1963. u večernjem izdanju kuće *Politika*, koje je nazvano *Politika ekspres*. *Večernje novosti* dostizale su tiraž i do 500.000 primeraka, a u vreme smrti Josipa Broza Tita, štampane su u preko 800.000 primeraka.<sup>2</sup>

U ovom radu bavili smo se istraživanjem koliko su *Večernje novosti* bile prisutne u Šumadiji, a koliko Šumadija u najtiražnijem listu. Odnos je obostran, prolazio je kroz različite faze, prateći rast i razvoj najtiražnijeg lista, ali i beležeći njegove teškoće i padove. Predmet ovog rada je period od kraja decembra 2000. do kraja decembra 2010, kvantifikovanje objavljenih sadržaja, kvalitativna analiza priloga, kao i merenje uticaja koji su najtiražnije novine imale na ukupna kretanja u Šumadijskom okrugu.

Detaljna analiza tekstova koji su objavljavani u naznačenom periodu podrazumevala je istraživački uvid u 3.580 brojeva. Adekvatnoj istraživačkoj metodi podvrgnuta su 13.072 štampana priloga, iz šest šumadijskih opština i Kragujevca, kao centra šumadijske regije. U toku izrade rada korišćene su različite metode i metodološke tehnike. Podaci su obrađivani metodom posmatranja, ali i analizom prikupljenog materijala. Korišćen je empirijsko-induktivni metod, metod poređenja (komparativni metod), kao i metod projekcije.

---

<sup>2</sup> „Umro Tito“, *Večernje novosti*, vanredno izdanje, naslovna strana, 4. maj 1980.

Ovaj rad se bavi izveštavanjem *Večernjih novosti* o životu i radu u opštinama šumadijskog okruga: Aranđelovcu, Topoli, Rači, Kniću, Batočini, Lapovu i gradu Kragujevcu, kao centru ovog regiona. Šumadijski okrug ima 2.387 kvadratnih kilometara, a u njemu, prema popisu od 2002, živi 298.778 stanovnika. Broj žitelja po opštinama u Šumadijskom okrugu je sledeći: Aranđelovac – 48.129; Topola – 25.292; Rača – 12.959; Knić – 16.148; Lapovo – 8.228; Batočina – 12.220. Grad Kragujevac, prema popisu od 2002. godine, imao je 175.802 stanovnika, što je za 941 stanovnika manje nego 1991. godine. Na gradskom području u Kragujevcu živi 147.305 stanovnika, a na seoskom 32.779.

Godine 2002. u srednje škole u okrugu išlo je 14.029 učenika, a na Univerzitetu u Kragujevcu i na Višoj školi za nemetale u Aranđelovcu studiralo je 10.645 studenata. Ukupan broj zaposlenih u 2001. u Šumadijskom okrugu bio je 80.994. Broj telefonskih pretplatnika na dan 1. 1. 2002. iznosio je 81.404. U strukturi žensko stanovništvo čini 51%, a muško 49%, dok radno sposobno stanovništvo u ukupnom stanovništvu učestvuje sa 65,2%, što je povoljnije od učešća radno sposobnog stanovništva u Republici Srbiji (60,6%). Starosna struktura stanovništva povoljnija je od iste strukture na nivou Republike Srbije. U obrazovnoj strukturi najveće učešće ima stanovništvo sa završenom srednjom stručnom spremom (38,2%) i stanovništvo koje ima završeno osnovno obrazovanje (26,8%), dok stanovništvo sa završenim višim obrazovanjem učestvuje sa 4,1%, a sa visokim obrazovanjem 5,3%. U ukupnom broju stanovnika nepismeno stanovništvo učestvuje sa 3,5% (6.261) (Statistički godišnjak Srbije, 2009)

## Kolevka srpske štampe

Posle donošenja Hatišerifa 1830. godine, kojim je Srbima dozvoljeno da nabave štampariju, ona je kupljena 1831. godine i isprva je bila smeštena u Beogradu, ali se ubrzo seli u Kragujevac. Bilo je problema zbog nedostatka potrebnih majstora. Kao razlog seljenja, navodi se što je knez Miloš želeo da sve drži pod kontrolom, ali i zato što nije hteo da se liši svog sekretara Dimitrija Davidovića, prvog urednika novopokrenutih *Novina Srbskih*, čiji je probni broj izašao u Beogradu 1832. (Mišović, u Kisić, Bulatović, 1996: 15). Od 1834. do polovine 1835. *Novine Srbske* se štampaju u Kragujevcu. Posle selidbe *Novina Srbskih* iz Kragujevca u Beograd, nastaje zastoj u štampanju, ali puni zamah

štampa u Kragujevcu dobija sedamdesetih godina 19. veka, posle osnivanja Društva za nabavku štamparije i pokretanja lista, 1873. Te godine, pod uredništvom Svetozara Markovića, izlazi list *Javnost*, koji je veoma kritičan prema vladajućem režimu. Vlasti su ga ubrzo zabranile, a Svetozar Marković je osuđen na kaznu zatvora. Marković sa sledbenicima 1874. godine pokreće list iste programske orijentacije pod imenom *Glas javnosti*. Godine 1875. pokrenuto je *Oslobođenje*, a iste godine i *Staro oslobođenje*. Ovaj period karakterišu apsolutizam Obrenovića, zabrane listova, pritisci, cenzura, gušenje slobodne reči (Spasić, 1998). Zbog kritika vlasti u listu *Glas javnosti*, 1875. osuđen je na šest meseci Steva Milićević, odgovorni urednik. Iste godine na dve godine je osuđen bivši urednik *Oslobođenja*, Sreta Anđelković, kao i urednik Ilija Todorović i štampar Pera Todorović. Kragujevačka *Društvena štamparija* je 1875. postala vlasništvo Pere Todorovića, a posle smrti Svetozara Markovića i zabrane poslednjeg socijalističkog lista (1876) prestala je sa radom.

Zakon o štampi iz 1881. godine, donet kao posledica promena u političkom životu Srbije, dovodi do osnivanja većeg broja listova. Listovi sve više dobijaju partijska obeležja. Pojavljuju se i nezavisni i informativni listovi sa novim žanrovima – reportažama, književnim prilogima, feljtonima.

Devedesetih godina 19. veka počinju u Kragujevcu da rade štamparije Petra Tanaskovića, St. H. Popovića, Alekse Matića, braće Jovanović. U njima se štampa petnaestak listova različitog sadržaja. Navodimo nekoliko takvih listova: *Vesnik kragujevačke opštine* (1886), *Glas Šumadije* (1890), *Kragujevački glasnik* (1892), *Šumadijski list* (1893), *Novi šumadijski list* (1893), *Potpورا* (1894), *Šumadijski vesnik* (1894), *Šumadija* (1897-1898), *Prosveta* (1900), *Duhovna zrnca* (1900), *Nova zadruga* (1901).

Početak 20. veka bio je u znaku ubrzanog razvoja kapitalizma. Dolazi do napretka štamparske tehnologije, izdavačka delatnost se osavremenjuje, pronađene su nove štamparske mašine, usavršena prerada hartije, a štampanje je lakše, jeftinije i kvalitetnije. Pokreće se i nova, finansijski isplativa, takozvana informativna štampa. Promena režima 1903. daje novi podsticaj razvoju štampe u Srbiji, zato što nove vlasti dozvoljavju daleko veće slobode na planu politike, kulture, nacionalnog rada, sindikalne agitacije (Nedeljković, 2003: 28).

Razvoj visokotiražnih listova (*Vreme*, *Politika*, *Pravda*) između dva svetska rata, smanjio je interes za lokalne dnevne listove. U Kragujevcu, ipak, od 1927. do 1928. izlazi osam listova, koji uspevaju da opstanu i pronađu svoju čitalačku

publiku. Do Drugog svetskog rata u Kragujevcu izlaze listovi komunističke orijentacije, koje nalaze publiku među sve brojnijom radničkom klasom koja se upošljava u Vojno-tehničkom zavodu, ali i u drugim firmama, kao i u privatnim radnjama, radionicama i trgovinama (Čomić, 1968). Zaoštrena politička borba i pojačane društvene suprotnosti, utiču da se u Kragujevcu štampaju i opozicioni listovi: *Javno mnjenje* (1933), *Svetlost* (1935), *Narodna samouprava* (1938), *Nova Šumadija* (1938). Izlazi i list humorističko-satiričnog sadržaja *Zavrzlama* (1935). Od 5. januara 1934. kada su se pojavile *Novine Srbske*, do 1. decembra 1939. kada je izašao *Narodni pokret*, nezavisan organ Šumadijske demokratije (izlazio do 1941) u Kragujevcu je, prema do sada dostupnim bibliografskim podacima, izlazilo 118 listova različite orijentacije (Milanović, 1997:15–58).

Period 1941–1945 karakterišu rat i strahovitih razaranja u uslovima okupirane zemlje. U Kragujevcu, u oktobru 1941. godine, nemačke okupatorske snage čine nesvakidašnje zločine prema civilnom stanovništvu. Uzimani su taoci, a u znak odmazde zbog četničko-partizanskog napada na jednu nemačku jedinicu kod sela Ljuljaci, na putu Kragujevac – Gornji Milanovac, nemački okupatori su u oktobru 1941. streljali nekoliko hiljada civila u Šumaricama, ali i u Mečkovcu, Bagremaru, Grošnici, i samom Kragujevcu. Uslova za izlazak listova tokom okupacije nije bilo. U Gledičkim planinama štampana je *Šumadija*, kao organ grupe šumadijskih četničkih korpusa Jugoslovenske vojske u otadžbini (JVuO). Izašlo je nekoliko brojeva. Ima podataka da je tokom 1942. godine štampan *Glas ustaničke Šumadije*, kao organ Narodnooslobodilačkog odbora (18. novembar 1942). U nekim bibliografijama pominju se i *Partizanske radio novine*, koje je 1942. godine izdavao Okružni komitet KPJ. Godine 1944, izlaze *Vesti*, organ Kulturno-prosvetne sekcije Okružnog Narodnooslobodilačkog odbora, *Crkveni zvon*, koji izdaje Katolički župni ured (od 13. broja, 1945. izlazi pod imenom *Crkveno zvono*). Iste godine, u novembru, treći bataljon Druge srpske udarne brigade izdaje novine *Šumadinac*. *Svetlost*, počinje da izlazi 1945. godine, čime nastavlja izlaženje posle prestanka 1935. kada su te novine zabranjene nakon 13 brojeva.

Posleratni period izlaženja štampe u Kragujevcu karakteriše se obnovom zemlje, novim društvenim odnosima i monopolom jedne političke partije u svim društvenim i političkim sferama. Kao izdavači novina više se ne pojavljuju privatnici, već država, ili radne i društvene organizacije. Karakteristično je i to da su novine koje su izdavane, osim u nekoliko slučajeva, veoma loše čuvane,

tako da ih nema ni u arhivama izdavača. Postojeća bibliografska obrada urađena je na osnovu privatnih zbirki urednika, ili lica koja su sačuvala kompletne novine iz toga doba.

Odlika listova je da nemaju kontinuitet, osim u nekoliko slučajeva. Skoro svaka radna organizacija izdavala je novine ili bilten, ali je opstalo malo listova – pre svega *Crvena zastava*. Nedeljnik *Svetlost* redovno izlazi od 1945. a značajan uticaj ostvaruju *Koraci*, koji izlaze više od tri decenije i šire svoj uticaj i van Kragujevca. List *Dečje iskre*, osnovan sa ciljem da razvija dečje stvaralaštvo, imao je kraće ili duže prekide, ali je uspeo da opstane do današnjih dana. Pojavom višestranačja javljaju se i partijski listovi, koji su organi lokalnih partijskih odbora: *Šumadijska demokratija* (DS), *Šumadijski dani* (SPS), *Lid* (dnevni list, organ Gradskog odbora SPS-a), *Glas nade* (Okružni odbor DSS-a), *Obnova* (SPO). Od *Šumadije* i *Glasa ustaničke Šumadije* (1942) do mesečnika *Stav* (2010) u Kragujevcu je stalno ili povremeno izlazilo 166 dnevnih, nedeljnih, dvonedeljnih, mesečnih i povremenih glasila (Milanović, Stanković, 1999).

U Aranđelovcu je 2. novembra 1944. godine izašao na šapirografu list omladinske delegacije *Put za Prvi kongres*. Bilten je izašao uoči Prvog kongresa omladine Srbije, i imao je sasvim određenu ideološku orijentaciju u duhu porotka koji se stvarao na platformi KPJ kao vodeće idejne snage u društvu. Od poznatih glasila vredni istaći *Glas Lepenice*, koji je izlazio u Rači. Bile su to nedeljne nezavisne novine za područje opština Batočina, Lapovo i Rača. Prvi broj je izašao 1991. godine, a odgovorni urednik bio je Živojin Andrejić. *Oplenački vidici*, počeli su da izlaze 25. februara 1992. godine u Topoli, kao dvonedeljnik, a glavni i odgovorni urednik bio je Nedeljko Stanišić. Novine su pokrivale Topolu i Mladenovac i imale su više prekida u izlaženju usled materijalnih problema. Nema podataka da je u ovom periodu bilo izdavanja novina u Batočini i Lapovu. Opštinska organizacija Crvenog krsta u Lapovu izdavala je do 1997. godine *Informator* (urednik i autor svih priloga u broju bio je Jovica Nikolić), koji je umnožavan na šapirografu, a bavio se aktivnostima te organizacije, posebno akcijama dobrovoljnih davalaca krvi, kojih je u ovoj maloj opštini bilo čak preko hiljadu!

U Topoli je 1993. godine izašao prvi broj *Glasa Topole*, čiji je izdavač bila Skupština opštine Topola, a glavni i odgovorni urednik Negoslav Jovančević. Godine 2003. opština Knić izdala je dva broja *Gružanina* (Milosavljević, 2005b).



Listovi radnih organizacija izlazili su posle 1945. godine mahom kao bilteni za internu upotrebu, nisu naznačavani glavni urednici, a u arhivama preduzeća skoro da nisu sačuvani kompleti. Novine koje su zadržale kontinuitet su *Crvena zastava* i *FKK novine* (novine Industrije galovih lanaca „Filip Kljajić“). Pomenutih dvoje novina bile su ne samo glasila koja su informisala članove svojih mnogoljudnih kolektiva, već i lokalnu i širu javnost o poslovanju preduzeća, planovima, teškoćama. Bile su i rasadnik kadra u novinarstvu. Iz tih listova ponikli su mnogi novinari, tehnički urednici i ilustratori koji su nastavili karijeru u dnevnoj i nedeljnoj štampi u Beogradu i Kragujevcu, ali i drugim mestima. Teškoće koje su zahvatile srpsku privredu, nisu zaobišle ni glasila koja su uslovno svrstana u fabričke novine. Teškoćama su najduže odolevale *FKK novine*<sup>3</sup> i *Zastava*<sup>4</sup>, da bi pre četiri godine FKK novine prestale da izlaze. List *Zastava* od 2000. do 2011. godine izlazi tromesečno.

### **Večernje novosti u Šumadiji 1953-2010.**

Nastale kao novine koje su imale za cilj da zadovolji najšire narodne mase, *Večernje novosti* su u naznačenom periodu bile hroničar dešavanja u Šumadiji, a naročito u Kragujevcu kao administrativnom sedištu sreza, a potom i okruga. Ideološke odrednice svakako su uticale na uređivačku orijentaciju novina, ali uprkos tome sa stranica novina mogu se jasno identifikovati zadaci i problemi koji stoje pred šumadijskim regionom: ubrzani industrijski razvoj i obnova zemlje koja je samo osam godina pre početka izlaženja *Večernjih novosti* izašla iz rata i okupacije; početak proizvodnje automobila u Kragujevcu, 1953. godine; osavremenjivanje poljoprivredne proizvodnje; stambena izgradnja; razvoj školstva; razvoj zdravstvene zaštite; posete Josipa Broza Tita Kragujevcu; prelomne sednice najviših partijskih organa i primene partijske politike na terenu; uvođenje radničkog samoupravljanja; primena Zakona o udruženom radu; teškoće

<sup>3</sup> Prvi broj lista Radnog kolektiva Fabrike galovih lanaca „Filip Kljajić“ izašao je 15. oktobra 1963. godine. Novine je uređivao redakcioni odbor, a glavni urednik bio je Brana Đokić, dok je kao odgovorni urednik potpisan Miodrag Milić. List je izlazio jednom mesečno, a od 1977. nedeljno. Od broja 518/1994. menja format u 33 sm. Novine danas ne izlaze, preduzeće je u velikim teškoćama, zbog zaustavljene proizvodnje galovih lanaca i konvejera, koje je do raspada SFRJ izvozila na jugoslovensko, tržište Sovjetskog saveza, ali i tržište Zapadne Evrope.

<sup>4</sup> Ovaj list je počeo da izlazi 1948. godine kao organ sindikalne podružnice Zavoda Crvena zastava. Prvi glavni i odgovorni urednik bio je Milorad Milanović (1948–1950), potom su urednici bili Milica Marković (od 1950), B. Tušek (1956), Milan Đoković (1958), Milorad Atanacković (od broja 8/1959), Dragan Obradović (od 29/1961), Milan Zdravković (od 133/1966), Lazar Čabarkapa (od 204/1969), Bosiljka Dinić (od 342/1974), Zoran Prokić (od 528/1978), Snežana Anđelković (posle 5. oktobra 2000). Od broja 1145/1990 menja ime u ZASTAVA.

u privređivanju; ideološka neslaganja u vladajućoj partiji; raspad zemlje; ratni sukobi na teritoriji zajedničke države; prekid privredne saradnje i teškoće u poslovanju automobilske industrije i metalskog kompleksa; posledice raspada zemlje i izolacije; zaustavljanje proizvodnje u fabrici automobila; višestranačje i politički sukobi usled naraslih društvenih suprotnosti; promena lokalnih vlasti posle izbora 1996. u Kragujevcu, Lapovu, Topoli i Rači.

*Večernje novosti* su pažljivo propratile sve četiri posete Josipa Broza Tita Kragujevcu.<sup>5</sup> Poslednje dve bile su u duhu potvrde ispravnosti socijalističkog samoupravljanja, naročito poseta 1979. godine, kada je Titu u Kragujevcu priređen doček sa ikonografijom kakva je u mnogome podsećala na Titove posete Severnoj Koreji i Kini. Tito je 1979. godine posetio i fabriku automobila, posle čega je razgovarao sa poslovođstvom fabrike na čelu sa dr Radoljubom Micićem. Založio se da radnici imaju bolje radne uslove, čak je primetio da su mašine postavljene „veoma gusto“ i radnicima nedostaje „svježeg zraka“ (Poseta druga Tita Kragujevcu, dokumentarni film, 1979).

Zbog povećanja proizvodnje automobila bilo je neophodno podići novu fabriku. Gradnja je počela 4. aprila 1960. a *Večernje novosti* su to pedantno beležile. Šestog jula 1962. u novopodignutoj hali počela je proizvodnja automobila. Kako su *Večernje novosti* javile povodom tog svečanog događaja, hala je predviđena za godišnju proizvodnju od 80.000 vozila, a do kraja 1962. trebalo je, prema planu, da bude proizvedeno 13.719 automobila.

Simbol Kragujevca, spomenik streljanim đacima, čuveno „Peto tri“, otkriven je 21. oktobra 1963. godine. Na otkrivanju govorila je Spasenija - Cana Babović, narodni heroj i visoka državna i partijska funkcionerka.

Povodom 150. godišnjice Prve kragujevačke gimnazije, najstarije škole u Srbiji, dat je veliki publicitet u *Večernjim novostima*.<sup>6</sup> Gimnaziji je te godine, povodom značajnog jubileja, dodeljeno nekoliko priznanja: Nagrada AVNOJ-a, Orden bratstva i jedinstva, Plaketa SUBNOR-a i Vukova nagrada (Ljušić i dr., 1989: 123).

---

<sup>5</sup> Tita je 1961. dočekaao Prvoslav Raković, direktor fabrike automobila, a 1962. u posetu Kragujevcu i „Zastavi“ došao sa Leonidom Brežnjevom, generalnim sekretarom Komunističke partije Sovjetskog saveza. Centar Šumadije posetio je 1970. i 1979. godine.

<sup>6</sup> Od 21. septembra do 2. oktobra 1983. objavljen je feljton „Kragujevac drugi zavičaj“ Jovana Popovskog, a 9. oktobra 1983. objavljen je izveštaj dopisnika Milije Pajdića o centralnoj proslavi „Ispit pred narodom“, na 1. i 4. strani, ilustrovan fotografijom.

*Večernje novosti*, od samog početka su se oslanjale na dopisnike iz svih krajeva zemlje. Neprekidno je jačana dopisnička mreža. Mnoštvo informacija iz različitih delova zemlje, učinilo je da je ovaj dnevni list prihvaćen u mnogim sredinama, pošto je, uz kratku formu, što je u vreme pedesetih godina bio revolucionarni iskorak u novinarskoj formi, pravilo geografske blizine, značajno uticalo da se *Novosti* prihvate u različitim krajevima zemlje.

Dopisnička mreža, u početku, oslanjala se na mrežu *Borbe*, u okviru koje su i nastale *Večernje novosti*. Ubrzo se uvidelo da ova dva lista, iako pripadaju istoj kući, imaju toliko različitu formu, ali i koncepciju, da se nametnulo kao preka potreba da *Novosti* razvijaju posebnu dopisničku mrežu. Od saradnika se tražilo da pišu „brzo, kratko, jasno“, da poštuju pravilo „obrnute piramide“, da svaka vest ima lid, a da tekstovi budu maksimalne dužine 40 redova.

Prvi dopisnik *Večernjih novosti* iz Kragujevca bio je Dragan Biorac, koji je bio zaposlen kao dopisnik *Borbe* iz ovog grada. Posle njega izveštavao je Radvan Janković, takođe stalni dopisnik *Borbe*. Potom je pisao Žika Marinković, penzionisani policijski islednik, čija je specijalnost bila kriminalistička rubrika. Za *Novosti* su pisali i Predrag Stojadinović, dopisnik Radio Beograda, Živan Đurković, sportski novinar, Slobodan Pavićević, književnik, i Slobodan Janković, dopisnik *Borbe*. Početkom sedamdesetih godina prošlog veka, pokrenuta je regionalna strana *Novosti*, nazvana *Kragujevačka strana*, koja je konačnu formu dobila posle 1974. kada je za stalnog dopisnika u Kragujevac došao Milija Pajdić iz Smedereva. Kragujevačko dopisništvo je pokrivalo i dešavanja u šumadijskim opštinama. Od 1994. godine, u dopisništvu *Novosti* su stalno zaposlena dva novinara i sekretarica, a od 1997. tri novinara. Broj honorarnih saradnika varirao je od nekoliko do dvadesetak, da bi drugu polovinu prve decenije XXI veka, šumadijsko dopisništvo dočekalo bez ijednog honorarca, sa dva zaposlena novinara. Polovinom devedesetih dopisničkom mrežom bile su pokrivenne sve šumadijske opštine. Dopisnici su se regrutovali mahom od entuzijasta zaljubljenih u novinarstvo. Bili su zaposleni u svojim sredinama na različitim poslovima (od učitelja, sekretara Crvenog krsta, fabričkih radnika...). Kroz dopisništvo *Novosti* do 2000. godine prošlo je na desetine honorarnih saradnika. Mnogi nisu uspeali u novinarstvu, ali jedan deo je primljen u *Novosti*, dok su neki dobili zaposlenje u lokalnoj *Svetlosti*, *Radio Kragujevcu*, *RTS-u*, ali i u drugim medijima u zemlji.

Dopisništvo *Večernjih novosti* u ovom periodu bilo je organizovano tako da je pokrivalo sva događanja u Kragujevcu, a po potrebi novinari su išli da pišu i iz ostalih šumadijskih opština u kojima su postojali honorarni dopisnici. Dopisnici iz šumadijskih opština bili su na stalnoj vezi sa dopisništvom, komunikacija je bila dnevna. Tekstovi su slati direktno u redakciju ili u dopisništvo, odakle su teleprinterom ili telefaksom prosleđivani u dopisničko odeljenje *Novosti*. Do 1990. godine jedino sredstvo komunikacije u dopisništvu bili su telefon i teleprinter. Od 1990. dopisništvo je imalo i telefaks vezu, ali je teleprinter korišćen sve do kraja devedesetih godina prošlog veka.

Pored tradicionalne konkurencije u vidu beogradskih dnevnika i lokalnih listova, *Večernje novosti*, od 1993. godine izveštavaju iz grada u kojem su osnovane četiri lokalne televizije i desetak lokalnih radio-stanica u regionu (Milosavljević, 2010: 129–154).

## Šumadija u *Večernjim novostima*

Buran **politički život** obeležio je posmatrani period. Duboke promene, ali i prave turbulencije zahvatile su i medijsku scenu Srbije (Miletić, 2001: 149–278). Posle raspada jedinstvene i složene organizacije Borba, *Večernje novosti* kreću sopstvenim putem. Bilo je pokušaja da se stvori lanac novinskih preduzeća, kao najstariji oblik povezivanja firmi iz srodne delatnosti (Miletić, 2003: 188). Došlo je do promene stranke na vlasti i to upravo one koja je protekle decenije svojim uplivom značajno uticala na mnoge sfere društvenog života, pa i na informisanje. Kragujevac i Šumadija od početka višestranačja imali su intenzivan politički život. Mnoštvo stranaka, politički sukobi, kritike postojećeg stanja, traženje izlaza iz krize, sve prisutnija demagogija na javnoj sceni koja je obećavala olaka rešenja, uz uslov da joj birači daju mandat, samo su neke od karakteristika, koje su našle mesta i u tekstovima koje su *Večernje novosti* objavljivale iz Šumadije. Kraj prošlog veka i prva decenija ovog promovisali su novu snagu koja utiče na medije oglašivače (Radojković, Stojković, 2004: 123). U posmatranom periodu desio se prelom 5. oktobra 2000. godine, tako da možemo, koristeći metodu komparacije, da vidimo kako groteskno izgleda nekritičko veličanje tuđih stavova, kao i uključivanje u političku kampanju određenih političkih snaga. U toku samo pola godine Milan Beko, predsednik Upravnog odbora Grupe „Zastava“, sudeći prema tekstovima u analiziranom periodu, prešao je put od „spasioca giganta, koji će zaposliti na desetine hiljada novih rad-

nika“, do „kriminalca“ koji je „upropastio preduzeće sumnjivim poslovima“. <sup>7</sup> I to u tekstovima čiji je potpisnik isti autor. Oni koji su do 5. oktobra 2000. hvaljeni, kasnije su blaćeni, i obrnuto. Akcija koju su vlasti organizovale oko, navodnog, obezbeđivanja stanova za mlade bračne parove, nekritički je promovisana, da bi posle 5. oktobra 2000. nove vlasti saopštile da od obećanih stanova nema ništa. Do petoktobarskih promena, najaktivniju ulogu u promovisanju obećanja vladajuće političke grupacije obavljaju lokalne televizije, a naročito *TV Kragujevac* (Milosavljević, 2005a: 32)

**Političke stranke, pokreti i partije**, od početka devedesetih godina prošlog veka, predstavljaju centre koji kreiraju politički život u ovom regionu. Uloga pojedinaca, koji zbog svojih stručnih, moralnih, kulturnih, sportskih i drugih kvaliteta imaju šta da kažu, postaje sve perifernija. Političke organizacije daju sebi pravo i uvode monopol na svako mišljenje koje se tiče političkog života. Stranke niču kao pečurke posle kiše. One na vlasti, ali i dobar deo opozicionih, brojnim saopštenjima i konferencijama za štampu, osvajaju besplatan publicitet u medijima (Slavujević, 2005: 147). U novosnovanim strankama PR služba dobija ogroman značaj (Milivojević, 1999: 49). Iz situacije kada je postojao monopol jedne stranke, direktno se ide u drugu krajnost u kojoj se prostor daje svakoj organizaciji koja je registrovana za politički rad. O najsloženijim pitanjima raspravljaju ljudi koji nemaju elementarne kvalifikacije čak ni za jednostavnije poslove. Voluntarizam se vratio na političku scenu na velika vrata i uz glasne parole o „demokratskim promenama“. Publika je zburnjena, a jedan deo, zahvaljujući upravo medijima koji nekritički prenose stavove mnoštva političkih organizacija biva izmanipulisan, verujući da su rešenja na domaku. Tokom poslednje decenije prošlog veka broj stranaka je opadao, pošto na izborima nisu mogle da dobiju legitimitet, a mnoge nisu imale ni novca za funkcionisanje. U sredinama gde su opozicione stranke osvojile vlast, po prvi put imaju u rukama i medije na koje mogu da utiču. Dešavaju se paradoksalne situacije: slobodu medija guše upravo oni koji su se do juče, kao opozicionari, verbalno zalagali za potpunu slobodu štampe, radija i televizije. <sup>8</sup>

<sup>7</sup> Milan Beko planovima „Zastave“: Vozila devet puta više, 26. februar 2000. str.3; „Od avgusta manjim gasom“, 15. oktobar 2000. str.3; „Direktori hvataju maglu“, „Savićević vodi krizni štab“, 12. oktobar 2000. str. 7; „Sebi kuću, firmi račun“, 4. novembar 2000. str. 6

<sup>8</sup> Penzionisani general Milan Aksentijević, podneo je ostavku na mesto predsednika Upravnog odbora *Radio-televizije Kragujevac* jer nije hteo da potpiše imenovanje partijskog kadra na mesto urednika Informativnog programa. Ostavku je obrazložio time da se u *RTK* „nije ništa promenilo ni posle 5. oktobra i da i dalje vlada jednodumlje“, *Večernje novosti*, 14. jul 2001 – „Ostavka zbog jednodumlja“.

U posmatranom periodu javljaju se **novi politički lideri**. Suprotno ranijem periodu, posebno onom jednostranačkom, promena kadra na političkoj sceni je češća. Promene su vezane kako za izbore, tako i za stvaranje i raskidanje koalicija, ali i za unutarstranačke borbe frakcija ili delova rukovodstava. Na primer, do 2000. godine nerikosnoveni lider Demokratske stranke u Šumadiji je Borivoje Radić, koji je, istovremeno bio i predsednik Gradske vlade. Usled unutarstranačkih pregrupisanja, Radić je isključen iz DS, a novi čelnici te stranke postaju Aleksandar Radosavljević, dr Vlatko Rajković, Dragutin Radosavljević, Dragan Planić, Goran Ivanović. Umesto vladajućeg SPO-a, koji je izgubio izbore i otišao u opoziciju, poput SPS-a, na političkoj sceni se javljaju novi lideri iz Koalicije DOS: Branislav Kovačević, u ime Koalicije Šumadija, Gvozden Jovanović, u ime kragujevačkog ogranka DHSS-a, Nebojša Krstić, u ime GSS-a, Dragan Radović, u ime DSS-a. Tokom posmatranog perioda desio se raspad koalicije DOS u Kragujevcu pa je sa političke scene nestao Radović, članica Gradske vlade Slađana Radosavljević (DSS), uticajni član Gradske vlade za privredu Milenko Turanjanin (DSS), ali i rektor Univerziteta prof. dr Mirko Rosić, koji je smenjen sa mesta potpredsednika GSS. U organizaciji Otpor, tokom ovog perioda dolazi do više sukoba, više posvađanih ličnosti pretenduje da budu lideri, što ovu organizaciju potpuno marginalizuje. Posle 2004. neprikosnoveni lider u tekstovima koje objavljuju *Večernje novosti* je Veroljub Stevanović Verko, koji je od 1993. do 2010. promenio više partija (DEPOS, SPO, SDPO, Koalicija Zajedno za Kragujevac/Šumadiju, Ujedinjeni regioni Srbije).

**Javne ličnosti** su u senci političkih lidera, iako u ovoj kategoriji ima ljudi od rezultata i integriteta, koji imaju šta da kažu iz oblasti kojom se bave. Oni koji su politički aktivni promovišu se u medijima, ali kao političke ličnosti. Javne ličnosti koje se u posmatranom periodu oglašavaju mahom su stručnjaci i umetnici: lekari koji govore o različitim bolestima, glumci o novim predstavama, slikari o izložbama, a ima i izjava sportista. Neoubičajeno je malo izjava i javnog angažmana stručnjaka sa Univerziteta, koji nemaju pristupa medijima, čak ni u raspravama o privrednim pitanjima?

**Ekonomsko-privredni život** u ovom periodu suočen je sa teškoćama koje se ogledaju u otežanom poslovanju automobilske industrije; zaustavljanju proizvodnje u „Zastavi“; traženju inostranog partnera koji bi pomogao da se obnovi proizvodnja automobila i kamiona; ogromnoj nezaposlenosti u gradu i regionu. Samo u Kragujevcu je bez posla oko 30.000 radno sposobnih lica, a još oko 20.000 zaposlenih neredovno ili uopšte ne prima platu iako se formalno

vodi da radi; teškoća u zdravstvu – nedostatku lekova, aparata, opreme; opštem padu standarda i siromaštvu koje postaje opšta karakteristika grada i regiona. Najavljeni dolazak „Fijata“ promovisan je u stilu negovanja optimizma u novu budućnost koja će stići sa velikim italijanskim proizvođačem. Obilje informacija, olako sejanje optimizma, ukazuje na „spinovanje“ iz kabineta političkih stranaka u lokalnoj vlasti, kojima je „dolazak ‘Fijata’“ u javnosti, ali i kod birača, jačao rejting, promovišući ih u političku snagu koja je uspela da srpskoj automobilskoj industriji pronađe strateškog partnera.

Zbog kupovine akcija fabrike mineralne vode, Arandjelovac je bio u žiži interesovanja nekoliko meseci tokom 2004. godine. Na primeru „Knjaza Miloša“ pokazalo se sa koliko nespremnosti domaća štampa dočekuje nadolazeće promene u privredi i društvu uopšte. Privatizacija najveće domaće fabrike mineralne vode zatekla je mnoge medije, koji su delili čuđenje i nepoznanice sa mnogim sugrađanima. Umesto da objašnjavaju šta se dešava!

**Privrednom kriminalu** posvećena je velika pažnja posle 2000. godine i promena u lokalnoj vlasti, ali i u mnogim radnim organizacijama, gde su posle 5. oktobra formirani takozvani Krizni štabovi. Kao kriminalci na stranicama *Večernjih novosti* posle 5. oktobra 2000. označavani su čak i oni o kojima su ove novine do samo pre nekoliko meseci pisale kao o spasiteljima ovdašnje privrede, posebno „Zastave“ (primer sa Milanom Bekom, predsednikom Upravnog odbora Grupe „Zastava“ i nosiocem liste SPS-JUL na izborima 2000). Ogromna grupa označenih počinilaca krivičnih dela, u kasnijem sudskom postupku je oslobođena, ili su optužbe na njihov račun pretvorene u maratonska suđenja i poništavanja presuda, ali skoro da nema primera da su novine koje su veoma ažurno prenele saopštenja o njihovoj „kriminalnoj“ delatnosti napisale da su na kraju oslobođeni.<sup>9</sup>

**Ubistvima** se posvećuje pažnja jer pisanje o takvim događajima značajno utiče na tiraž. Posebno ako se nesretni događaj osenči sa svih strana, potkrepi izjavama očevidaca, ponudi ljudska priča o svemu što je prethodilo tragediji. U posmatranom periodu zapaža se oslanjanje na izjave istražnih sudija i štura saopštenja policijskih organa. Zbog nedostatka motivacije, ali i prevoznih sredstava, dopisnici izbegavaju da idu na teren, zato u mnogim tekstovima manjkaju izjave očevidaca, komšija, poznanika, članova porodica ubijenih ili

<sup>9</sup> „Kravata od dve plate“, 4. 11. 2000. str. 6; „Narodu bombe, Gorici stan“, 6. 2. 2001. str. 11; „Beguncu osam meseci“, 17. 9. 2001. str. 11; „Uhapšeni bivši funkcioneri“, 4. 3. 2001. str. 12; „Pritvor za begunca“, 27. 2. 2001. str. 11;

osumnjičenih za ubistvo. Nastavak priče o nekom ubistvu, u većini slučajeva se svodi na ponovno prepričavanje izjava organa gonjenja.

**Pljačke** su praćene skoro uvek sa policijskim šturim izveštajem o tome šta se i kada desilo, i izjavom istražnog sudije koji je prepričao šta je policija prijavila njemu, ponekad bi dodao i šta je na prvom saslušanju rekao uhapšeni, te da li je pljačkašu odredio pritvor ili nije.

Problem **narkomanije** u Kragujevcu, kao i u mnogim velikim gradovima u Srbiji, dostigao je alarmantne razmere. Prema nekim evidencijama u gradu ima više hiljada lica koja koriste ili su već koristila drogu. U protekloj deceniji učestala su hapšenja preprodavaca droge. Lokalna policija je uvela praksu da njihov portparol svakodnevno šalje novinarima telefaksom saopštenja u kojima stoji ko je od dilera droge uhapšen, sa kolikom količinom narkotika, i ostalim generalijama. U ovom periodu nema analitičkih tekstova o problemu narkomanije u Kragujevcu.

Tekstovi iz **kulture** ticali su se mahom Teatra „Joakim Vujić“, najstarijeg pozorišta u Srbiji, osnovnog 1835. Malobrojni tekstovi o kulturi bavili su se i osnivanjem Pozorišta za decu, kulturnim manifestacijama kojima je Kragujevac domaćin („Oktoh“, „Zlatna iskra“, „Salon antiratne karikature“, „Zlatna frula Srpskog Balkana“...). Turbulencije su zahvatile i kuće kulture, a manjak priloga o njihovom radu samo potvrđuje tezu da kulturnjaci, uljuljkavani paternalizmom prema umetnosti, nisu našli adekvatan odgovor u novonastaloj situaciji (Dragičević Šešić, Dragojević, 2005: 79).

Tekstovi iz **sporta** su o Fudbalskom klubu *Radnički*, mada ima tekstova i o FK *Šumadija*, kao i manji broj tekstova o ostalim sportskim organizacijama u gradu. Nedostaje analitički pristup sportu.

## **Kvantitativna i kvalitativna analiza objavljenih tekstova o Šumadiji**

U toku istraživanja obavili smo analizu objavljenih tekstova o Šumadiji, i to za tačno deset godina, odnosno za 3.653 dana. Broj primeraka novina je neznatno manji (3.580), zato što su *Večernje novosti* izdavale dvobrojeve ili trobrojeve za velike praznike poput Nove godine, Božića, Vaskrsa, Prvog maja, Dana republike, Dana državnosti...



Svi objavljeni prilozi (tekstovi, fotografije, karikature) selektovani su kao sledeći žanrovi: vest, izveštaj, članak, reportaža, intervju, „spec“, fotografija, karikatura, anketa, komentar.

Kategorija „spec“ uzeta je ciljano zato što su *Večernje novosti*, decenijama prepoznatljive prema takvoj vesti, koja zahteva pored informativnosti i određenu dozu originalnosti, nesvakidašnjosti. „Spec“ može biti o bilo čemu i o bilo kojoj sferi društvenog života, od dešavanja na selu do naučnih projekata na Univerzitetu.

U posmatranom periodu iz Šumadije i o Šumadiji je objavljeno ukupno 13.070 priloga. Prema žanrovima to izgleda ovako: vesti 4.448; izveštaja 3.346; članaka 1690; reportaža 62; intervjuja 8; „specova“ 402; fotografija 2.136; karikatura 16; anketa 110 i šest komentara.

Najveći broj vesti, kao osnovnog novinarskog žanra (Životić, 1993: 21), iz Šumadije objavljen je 2002. godine – 523, a najmanje 2009 – 387. Izveštaja je najviše bilo 2003 – 577, a najmanje 2009 – 169. Najmanje članaka je objavljeno 2010. godine – 24, a najviše 2008 – 232. Broj reportaža je minimalan – 31, u 2004. godini bilo ih je samo tri, a 2009 – 6. Objavljeno je osam intervjuja za deset godina, najviše 2003. godine – tri. Godine 2000. objavljena je 161 fotografija, sledeće godine samo 112, a 2003 – 320, da bi naredne godine broj objavljenih fotosa pao na 271, a 2010. na 120. U istraživanom periodu objavljeno je samo 16 karikatura, za deset godina urađeni su prilozi za 110 „zbirnih“ anketa, i objavljeno je šest komentara, svi iz oblasti sporta!

Broj objavljenih novinskih priloga prema opštinama pokazuje fokusiranje na Kragujevac kao centar subregiona. Iz tih razloga, broj objavljenih priloga iz šest šumadijskih opština ne zavređuje posebnu pažnju, osim za dokazivanje teze da se jedan od najtiražniji dnevnih listova ne drži proklamovane koncepcije koja podrazumeva ravnomerno pokrivanje čitave Srbije. Iz Aranđelovca je u posmatranom periodu objavljeno samo 226 vesti (prosek 1,38 mesečno!) 218 izveštaja (prosek 1,31 mesečno!), 94 članka (prosek 0,7 mesečno), 18 „specova“, 102 fotografije, dok ostalih žanrova nije bilo. Iz Topole je objavljeno za deset godina samo 232 priloga (1,33 mesečno, računajući sve novinarske žanrove, uključujući i fotografiju!). Iz Rače 196 vesti, 66 izveštaja, 28 članaka, četiri reportaže, 38 fotografije, 12 „specova“. Iz Knića je objavljeno 126 (1,05 mesečno!), a iz Batočine 94 priloga (0,78 mesečno). Iz Lapova je na stranicama

*Novosti* tokom deset godina objavljeno tek 80 vesti (0,66 mesečno), 50 izveštaja (0,41 mesečno), 24 članka (oko 0,20 mesečno), 46 fotografija.

Tokom istraživanja utvrdili smo ogromnu neujednačenost broja tekstova prema opštinama, mesecima, godina, sektorima i žanrovima.

Tokom deset godina iz Kragujevca je objavljen ukupno 10.522 priloga. Od toga: 3.750 vesti, 2.944 izveštaja, 1.480 članaka, 46 reportaže, osam intervjua, 348 „specova“, 1.818 fotografija, 14 karikatura, 110 anketa, i samo četiri komentara, i to sportska.

Kvalitativnom analizom utvrdili smo i sektorsku rasprostranjenost pet najvažnijih žanrova koja se koriste u ovom dnevnom listu: vesti, izveštaja, članka, fotografije i „spec“.

Procentualno tokom desetogodišnjeg perioda koji je bio predmet istraživanja, 11,53 % vesti bavilo se automobilskom industrijom („Zastava“/“Fijat automobili Srbija“), 10,89 % sportom, 10,46 % kriminalom, 10,12 % komunalnom problematikom, 10,25 % politikom, 5,23 % poljoprivredom, 4,51 % kulturom, 4,64 % humanitarnim akcijama, 3,78 % obrazovanjem, 3,75 % nesrećama, 3,32 % protestima, 2,88 % nesvakidašnjim događajima, 2,45 % privredom, 2,02 % zdravstvom, po 2,59 % tekstova se bavio zanimljivim ljudima, zanimljivim događajima i životnim standardom. Po 2,29 % tekstova bilo je posvećeno lovu i sindikatima, a po 0,91 % vesti bavilo se obrazovanjem i ribolovom.

Najviše **izveštaja** bavilo se sportom – 16,88 %, 13,87 % je iz oblasti kriminala, slede izveštaji iz automobilske industrije („Zastava“/“Fijat automobili Srbija“) 10,88 %, izveštaja o protestima je 9,30 %, o politici 8,95 %, iz komunalne problematike 5,37 %, o privredi 4,65 %, o zanimljivim ljudima 3,95 %, po 3,93 % izveštaja je iz oblasti kulture, poljoprivrede i nesvakidašnjim događajima, 3,58 % se odnosi na humanitarne akcije, isto toliko i o obrazovanju, 1,79 % o ribolovu, isto toliko o životnom standardu, 1,07 % o bezbednosti, po 0,71 % o crkvi, sindikatima i lovu, a po 0,35 % o saobraćajnim nesrećama i vojsci.

**Fotografija** je korišćena veoma ekstenzivno, čak je vidljivo neobjašnjivo odsustvo panoramskih fotografija Kragujevca ili firmi o kojima se piše. Procentualno najveći broj fotografija ilustrova je tekstove o zanimljivim događajima – 27,45 %, sledi automobilska industrija sa 16,05 %, zanimljivi ljudi – 15,59%, kriminalne tematike se ticalo 15,35 % fotografija, po 5,26 % je bilo iz politike i nesreća, o selu 3,29%, 2,79 % o humanitarnim akcijama, 2,33 % iz poljopri-

vrede, 1,86 % iz kulture, 1,63 % o protestima, 1,16 % iz obrazovanja, 0,93 iz privrede, 0,69 % o lovu, a po 0,23 % o zdravstvu i nesvakidašnjim događajima.

**Članak**, kao analitička forma, beleži drastičan pad, počev od 2000. kada su objavljena 233 članaka, do 2010. kada je priloga ove forme objavljeno 24. Opređeljujući se za puko prenošenje dešavanja, bez upuštanja u analitiku događaja, pojava i društvenih kretanja, očito je članak kao analitička forma prepustio mesto izveštaju i proširenoj vesti. Poslednje godine prve decenije XXI veka, kada je pisanje ovog dnevnika o ukupnom životu u Šumadiji u pitanju, ovaj list napušta davno ustanovljenu praksu da se o nekom događaju, odmah posle objavljivanja vesti ili izveštaja, čitaocima ponudi širi i dublji okvir u vidu članka, koji bi se bavio istraživanjem uzroka događaja, ponekad i čitavom serijom analitičkih rubrika, u saglasnosti sa značajem i složenošću teme. Tokom deset godina, koje su bile predmet istraživanja ovog rada, najveći broj članaka bavio se automobilskom industrijom – 31,16 %, sledi kategorija zanimljivih ljudi sa 21,96 %, nesvakidašnji događaji – 16,04 %, kriminalu je bilo posvećeno 7,36 % objavljenih članaka, privredi 4,60 %, po 3,68 % članaka odnosilo se na politiku i sport, 2,76 na humanitarne akcije, isto toliko na sindikate i na komunalnu problematiku, ispod jednog procenta su bili članci o protestima, zdravstvu, selu, vojsci, životnom standardu i nesrećama.

„Spec“, kao informativna forma karakteristična za *Večernje novosti*, u desetogodišnjem periodu odnosio se na nesvakidašnje događaje – 40 %, po 20 % na oblast poljoprivrede i zanimljive ljude i 10 % na humanitarne akcije.

Kvalitativnom analizom istražili smo i kakav su vrednosni stav *Večernje novosti* imale prema događaju, pojavi, manifestaciji. Takođe, utvrdili smo ko su izvori informacija na osnovu kojih su nastali objavljeni priloz.

Vrednosni odnos označavan je kao: nekritičko prenošenje stavova, afirmativni pristup, nekritički afirmativni pristup, kritički pristup.

*Tabela 1: Vrednosni stavovi objavljenih priloga iz Šumadije 2000–2010*

Vrednosni stav objavljenog priloga	%
nekritičko prenošenje stavova	68,94
nekritički afirmativni pristup	23,38
afirmativan pristup	7,40
kritički pristup	0,28

Izvori informacija označavani su kao: lokalne samouprave, političke organizacije, privredne organizacije, kulturne institucije; državni organi; organi gonjenja, sagovornik-ci; sindikati; sportske organizacije; agencije (novinske); konferencije za štampu; neimenovani izvori.

*Tabela 2: Izvori informacija 2000–2010*

<b>Izvori informacija</b>	<b>%</b>
lokalna samouprava	7,46
državni organi	17,18
privredne organizacije	19,22
kulturne institucije	4,02
političke organizacije	5,65
humanitarne organizacije	4,34
neimenovani izvori	2,59
konferencije za štampu	0,41
sindikati	6,29
sportske organizacije	8,84
organi gonjenja	12,9
sagovornik/sagovornici	6,00
ostali izvori	5,10

## **Uzroci „medijskih rupa“ u Šumadiji**

Na osnovu istraživanja broja i kvaliteta objavljenih novinskih priloga, analizom obrađenih podataka, komparativnom analizom tekstova objavljenih po godinama i mesecima u posmatranom periodu, možemo izneti uzroke medijskih rupa u Šumadiji. Te „rupe“ se tiču manjih opština: Knića, Lapova, Batočine, Rače, ali i Topole i Arandelovca. Iz tih sredina nema informacija na stranicama *Večernjih novosti* u broju koji bi zavređivao broj stanovnika koji živi na tom prostoru, nivo pismenosti, obrazovanja, zaposlenosti, društvene kultivisanosti, privrede, političkog, društvenog, kulturnog i turističkog značaja.

Uzroci se mogu grupisati u nekoliko kategorija:

1. uzroci proistekli iz neorganizovanosti redakcije da adekvatno pokrije naznačeno područje, otaljavanje posla, gubljenje uvida u dešavanja na područjima koja tiražno nisu interesantna centralnoj redakciji, koja skoro 80% tiraža prodaje u svom sedištu – Beogradu;
2. uzroci proistekli iz slabe opremljenosti dopisništva da pokrije teritoriju sa koje izveštava;
3. nespremnost i nesposobnost lokalne samouprave na naznačenom području da afirmiše svoju sredinu kroz aktivniji odnos sa štampom;
4. nespremnost i nesposobnost političkih, privrednih, kulturnih i ostalih organizacija da komuniciraju sa javnošću i time afirmišu svoju sredinu;
5. nametanje profita kao jedinog cilja i merila pred redakciju lista, prema kojem nije od značaja da se afirmiše celina prostora sa kojeg se izveštava i gde se list nudi na prodaju, već da se privuče čitalačka publika objavljivanjem senzacija, koje su mahom koncentrisane u Beogradu gde je sedišta političkog, privrednog, kulturnog i sportskog života;

Najveća odgovornost za slabo prisustvo izveštavanja o događajima iz navedenih šumadijskih opština na stranicama najtiražnijeg lista leži na menadžmentu i uredničkom timu kuće. Slaba organizacija, reagovanje sa zakašnjenjem, urušavanje dopisničke mreže i svake godine sve slabija kadrovska struktura među dopisnicima koji nisu sposobni niti spremni da pronalaze interesantne teme, doprinelo je da je sve manje tema iz nevedenih sredina u *Novostima*, ali i sve slabiji uticaj *Novosti* u ovom delu Srbije. Nažalost, obistinila se ocena da je novinar istraživač, specijalista, rasan člankopisac, svakim danom u Srbiji sve ređa pojava i to u vreme kada sve obrazovanija i zahtevnija publika traži odgovore koji zadiru čak i u sferu opstanka civilizacije (Todorović, 1998: 89). Taj prostor popunila je konkurencija, a *Novosti* sa odsustvom inicijative i propuštanjem da registruju i pišu o događajima, u stvari, najviše rade za sopstvenu konkurenciju, koja, doduše, sve više „tabloidizira“ ne samo sopstvenu koncepciju, nego i dobar deo društvenog života u osiromašenoj zemlji. U vreme kada se od novinara „preopterećenih informacijama“ zahteva primena metode slične

naukama o ispitivanju društva (De Berg, 2007: 262), srpska štampa, umesto odgovora na mnoga pitanja, pristaje na inerciju i ulogu pukog prenosioca grupa koji se obraćaju javnosti. Zahvaljući PR stručnjacima, vesti se sve manje stvaraju u redakcijama (Blek, 1997: 72).

Lokalne samouprave, ali i političke i druge organizacije na istraživanom području ne gaje interaktivan odnos prema medijima. Sa javnošću se komunicira samo određenim prigodama: dan opštine, svečanost povodom nekog istorijskog jubileja, ili retkog otvaranja nekog pogona.

Od 2000. godine u većini opština u Šumadiji je uvedena funkcija „PR menadžera“, ali njeni efekti su minimalni. Tome su uzroci neobučena osoba koje se bave komuniciranjem sa javnošću, ali i nedostatak jasnog koncepta lokalnih rukovodstava o tome kako i koliko žele da komuniciraju sa javnošću. Zato se dešava da „PR menadžeri“ umesto da pospeše komunikaciju, mahom služe lokalnom rukovodstvu da izbegne da komunicira sa novinarima. Rezultat takvog ponašanja je sve veća medijska rupa, koja zjapi nadomak Beograda.

## **Knić nije Tasmanija**

Iz navedenih analiza jasno se vidi nesrazmera koja se ogleda u neadekvatnom prisustvu priloga iz kulture na stranicama najtiražnijeg lista. Čitalačka publika ovog lista s pravom reaguje, ističući da se radi o forsiranju kulturnih dešavanja iz beogradskog kruga „dvojke“. Povremeni sastanci urednika kulturnih rubrika sa čitaocima i kulturnim stvaraocima u sredinama van sedišta redakcije, pokazalo se u pošlosti, dobar su način da se ne samo razmene mišljenja, već i definišu adekvatni odnosi novina i kulturnih dešavanja u različitim sredinama (Milosavljević, 2005: 52).

Period koji je pred nama biće interesantan i prema tome kako će u okvirima tržišnih uslova koje produkuje tranzicija, biti omogućen ravnopravan pristup medijima svim sredinama u Srbiji. Takođe, i kako će se organizovati distribucija kulturnih dobara, na primer filma, kada njegovo veličanstvo profit čini jedini moto privatnih distributera. Male opštine, poput Knića, koje su i do sada bile u zapečku, suočiće se sa još većom marginalizacijom. Istraživanje koje smo obavili jasno pokazuju da i novine koje u glavi lista ističu da su najtiražnije u zemlji, ne mare mnogo za male sredine, iako se deklarirše kao „narodne navine“. Od 2000. do kraja 2010. iz Knića je objavljeno tek šezdesetak vesti. Da nije bilo nekoliko nesretnih događaja, poput ubistava i samoubistava, taj broj bi bio manji, a

oni koji se informišu samo iz *Večernjih novosti*, možda bi pomisli da je Knić u Tasmaniji? Ako je za utehu stanovnicima Knića, Batočina je još manje uočljiva na stranicama *Novosti*: za pet godina prve decenije XXI veka objavljeno je iz te sredine tek 28 vesti!

## **Rača i Topola nisu Tora Bora**

Na stotinak kilometara od Beograda, a medijska rupa! To je Rača, šumadijska opština koja ima osnovnu i srednju školu, selo Viševac u kojem je rođen Karađorđe, entuzijaste okupljene oko lokalne pozorišne grupe, dom kulture koji se bavi i izdavaštvom. Koliko god su mediji inertni da potraže temu van svetla velegrada, krivica je još veća kada je u pitanju lokalno rukovodstvo. Da li će se za Raču znati koliko za avganistansku oblast Tora Bora, zavisi od medija, ali još više od lokalne samouprave, koja je čak i svojim aktima definisala da je informisanje od strateškog značaja za ovu sredinu?

Godina 2004. obeležavana je u znaku *Dva veka moderne srpske državnosti*, odnosno 200 godina od Prvog srpskog ustanka. Topola se vezuje toliko za Karađorđa i Prvi srpski ustanak da je, u neku ruku, postala sinonim za prelomna dešavanja u modernoj srpskoj istoriji. Ipak, u godini jubileja, iz Topole, na stranicama najtiražnijeg lista, tek : tri vesti, četiri izveštaja, tri članka, dve fotografije. Prethodna godina koja je najavljivala jubilej, takođe je mršava: pet vesti, jedan izveštaj, šest članaka, sedam fotografija.

Interes domaće javnosti za Arandjelovac probudio se 2004. godine kada su nastupili problemi oko privatizacije „Knjaza Miloša“. U grad pod Bukuljom stigli su mnogi novinari iz beogradskih, ali i stranih redakcija. Pošto su akcije prodate, a svađa prenela u Beograd, brzo se u Arandjelovcu sve stišalo, a grad je nastavio da živi u svojoj medijskoj izolaciji. Uprkos velikom interesovanju za događanja u „Knjazu“, iz Arandjelovca je poslato tek 11 vesti, 13 izveštaja, četiri članka, osam fotografija.

## **Zaključak**

*Večernje novosti*, nastale posle Tršćanske krize, oktobra 1953. godine, prvi su naš večernji list, koje ne samo da je beležio razvoj, već je za kratko vreme opravdao naziv „narodnih novina“ i postao najtiražniji list u zemlji. Visok tiraž su ostvarile, pre svega, uvođenjem moderne novinarske forme, koja se sadržala

u krilatici da treba pisati brzo, kratko, jasno. Novine su razvijale svoju dopisničku mrežu širom ondašnje SFRJ, u početku se oslanjajući na mrežu *Borbe*, čije su bile večernje izdanje, ali i samostalno. U Kragujevcu, kao centru Šumadije, *Večernje novosti* su prisutne od osnivanja. Dopisničku mrežu *Borbe*, koja je u početku opsluživala novopokrenuti list, zamenila je mreža honorarnih i stalnih dopisnika *Večernjih novosti*. Polovinom sedamdesetih godina prošlog veka uvode i regionalnu, kragujevačku stranu, sa obiljem informacija iz grada, ali i šumadijskog regiona. Kragujevac kao grad u kojem je ponikao prvi srpski list, *Novine srbske*, 1834. ima bogatu istoriju štampe. Od pokretanja prvih srpskih novina, u vreme kneza Miloša, do kraja 20. veka, prema dostupnim podacima iz nekoliko bibliografija periodike, u Kragujevcu je, stalno ili povremeno, izlazilo preko 280 novina različitih žanrova. I u šumadijskim opštinama izdavane su novine, naročito posle Drugog svetskog rata.

*Večernje novosti* su bile verni hroničar svih faza razvoja i teškoća kroz koje je prolazio Kragujevac od 1953. godine. Verno su beležile izgradnju fabrika, obnovu grada, početak rada automobilske industrije, politička, privredna, kulturna i sportska dešavanja u Kragujevcu i Šumadiji.

U toku izrade ovog rada, koristeći se adekvatnim naučnim i istraživačkim metodama, detaljno je analizirano 3.580 objavljenih brojeva *Večernjih novosti*, sa 13.070 objavljenih priloga svih žanrova, koji su se ticali šest šumadijskih opština i Kragujevca kao centra regiona, koji su izlazili od 31. decembra 2000. do 31. decembra 2010. godine. Analizirani su tekstovi pre petooktobarskih promena 2000. kako bi se komparativnom metodom utvrdile promene vrednosnih stavova u političkim, privrednim, kulturnim i društvenim pojavama u regionu Šumadije i Kragujevcu. Analizirano je kojim su se društvenim oblastima bavili objavljeni tekstovi, kao i vrednosni odnos prema temi objavljenih priloga.

Uočene su nesrazmere između broja objavljenih tekstova po godinama, mesecima, a naročito postojanje pravih „medijskih rupa“ u vidu šumadijskih opština koje se već duže nalaze u informativnom zapečku. U ovom radu, data je analiza uzroka takvog stanja i predlozi za poboljšanje.

Vreme tranzicije, koje promoviše tržište i profit kao vrhunski princip, produbiće još više jaz između sredina u informativnom zapečku i onih centara koji su i do sada imali privilegiju da se o njima u medijima govori, čak i u nesrazmeri sa kvantitetom i kvalitetom onoga što nude za svoju medijsku promociju.

Obaveza redakcija i dopisništava je da pristupe brzom i neodložnoj modernizaciji kako dopisničkog servisa, tako i samih dopisništava. To uključuje obuku



kadrova, usvajanja novih znanja i uvođenje informatičkih tehnologija. Na rukovodstvima lokalnih samouprava leži ogroman zadatak da ostvare sa medijima interaktivan odnos, da definišu svoje ciljeve i mere, kako bi uz pomoć medija pomogli da se njihova sredina afirmiše. Pred dopisništvom *Večernjih novosti*, pored neophodne modernizacije, stoji i potreba da ostvari interaktivan odnos sa lokalnom sredinom, da modernom mrežom ravnomernije pokrije šumadijske opštine, ali i da uspostavi jaču i svakodnevnu komunikaciju sa čitaocima svoga lista.

Nove okolnosti na tržištu i medijskoj sferi, stavljaju i pred menadžment *Večernjih novosti* da redefiniše i sopstvenu ulogu u duhu nastalih promena. Uređivačka koncepcija u svemu treba da odgovori novim uslovima, a onaj deo menadžmenta koji nije u stanju da realizuje koncept koji će izdržati probu vremena i tržišnu utakmicu sa postojećom i budućom konkurencijom, mora biti zamenjen kadrom koji, umesto podobnosti, poseduje znanje, kreativnost i snagu da radi za novine koje će se svakodnevno takmičiti sa konkurencijom. Moderan menadžment, podrazumeva i nov hijerarhijski odnos između vrha preduzeća i dopisništva, kome treba delegirati brojne odgovornosti, koje se tiču kvalitetnog izveštavanja, adekvatnog pokrivanja svih sredina u Šumadiji, obaveza da čitalačkoj publici svakodnevno nude zanimljive teme iz sredine iz koje izveštavaju.

Takođe, dopisništvu treba prebaciti i deo odgovornosti za praćenje distribucije, stanja prodatog tiraža, što podrazumeva i obavezu da menadžmentu preduzeća predlažu neophodne mere koje bi dovele do jačanja pozicije novina u regionu, povećanja tiraža, povećanja broja oglašivača u *Večernjim novostima* iz šumadijskih opština.

Suočen sa konkurencijom elektronskih medija, umesto površnosti i pukog prenošenja informacija koju su čitaoci mogli da čuju i vide u nekom od TV dnevnika prethodne večeri, ovom pisanom mediju ostaje jedini izlaz u tumačenju stvarnosti, analizi događaja i objašnjavanju pojava. Iako su mnogi predskazivali smrt novinarstva, sadašnja situacija, kao nikada do sada, istraživačko novinarstvo nudi kao jedini lek, ne samo za preživljavanje štampanih medija, već i njihovu transformaciju u štivo koje će metodama „sličnim naučnim“, kako kaže Semjuel Blek, tumačiti društvenu stvarnost. Takvi novi novi-stari mediji, traže i nove ljude, oličene u visokim profesionalcima, koji su, pored „novinarskog svaštarenja“ specijalizovani i za jednu ili više društvenih oblasti.

## Literatura

- Bjelica, M. (1983). *Štampa i društvo-istraživanje istorije novinarstva*. Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva – Jugoslovenski institut za novinarstvo.
- Blek, S. (1997). *Odnosi s javnošću*. Beograd: Clio.
- Čomić, M. (1968). Građa za bibliografiju zavičajne periodike. *Koraci. Časopis za književnost, umetnost i kulturu*, br. 10, maj–jul 1968, Kragujevac: Izdavačko preduzeće „Nova Svetlost“.
- De Berg, H. (priř.) (2007). *Istraživačko novinarstvo*. Beograd: Clio.
- Dragičević Šešić, M., Dragojević, S. (2005). *Menadžment umetnosti u turbulentnim okolnostima*. Beograd: Clio.
- Kisić, M., Bulatović, B. (1996). *Srpska štampa 1768–1995*. Beograd: Medija centar.
- Ljušić, R. i dr. (1989). *Spomenica Gimnazije u Kragujevcu: 833-1983*. Kragujevac: Odbor za obeležavanje 150-godišnjice Kragujevačke gimnazije.
- Milanović, N, Stanković, J. (1999). *Bibliografija periodike Kragujevca. Deo II (1942–1998)*. Kragujevac: Narodna biblioteka „Vuk Karadžić“.
- Milanović, N. (1997). *Bibliografija periodike Kragujevca. Deo I (1834–1941)*. Kragujevac: Narodna biblioteka „Vuk Karadžić“.
- Miletić, M. (2001). *Masmediji u vrtlogu promena: Društvene promene i masovno komuniciranje u Srbiji u poslednjoj deceniji XX veka*. Beograd: Zajednica radio i TV stanica Srbije.
- Miletić, M. (2003). *Menadžment medija*. Beograd: Fakultet za menadžment malih preduzeća.
- Milivojević, C. (1999). *Novinar – vaš prijatelj – PRiručnik za uspešne odnose s medijima*. Beograd: Nea.

- Milosavljević, R. (2005a). *Šumadija u Večernjim novostima 2000–2004*, diplomski rad, Beograd: Akademija lepih umetnosti.
- Milosavljević, R. (2005b). *Razvoj lokalnih televizija u Kragujevcu*, diplomski rad, Beograd: Akademija lepih umetnosti.
- Milosavljević, R. (2010). Lokalne televizije u Kragujevcu od „kragujevačkog programa“ do „kragujevačke inicijative“. *CM – Časopis za upravljanje komuniciranjem*, 5(16), 129–154.
- Mišović, M. (1996). Štampa i srpsko društvo 19. i 20. veka. U Kisić, M., Bulatović, B. (1996). *Srpska štampa 1768–1995*. (9–45). Beograd: Medija centar.
- Nedeljković, M. (2003). *Propisi o štampi od kneza Miloša do danas*. I deo. Beograd: Centar za savremenu žurnalistiku.
- Radojković, M., Stojković, B. (2004). *Informaciono-komunikacioni sistemi*. Beograd: Clio.
- Republički zavod za statistiku Srbije (2009). *Statistički godišnjak Srbije*.
- Slavujević, Z. Đ. (2005). *Politički marketing*. Beograd: Fakultet političkih nauka.
- Služba za informisanje Skupštine opštine Kragujevac. (1979). *Poseta druga Tita Kragujevcu*. dokumentarni film.
- Spasić, Ž. (1998). *Prestonica Kragujevac – prilozi istoriji Kneževine Srbije 1818–1841*. Kragujevac: Skupština grada Kragujevca – Prizma.
- Todorović, N. (prir.) (1998). *Savremeno novinarstvo*. Beograd: Fakultet političkih nauka – Čigoja štampa.
- Večernje novosti, kompleti brojeva od 3. januara 2000. do 30. decembra 2000.
- Večernje novosti, kompleti brojeva od 31. decembra 2000. do 31. decembra 2010. godine.
- Životić, R. (1993). *Novinarski žanrovi*. Beograd: Institut za novinarstvo.

## ŠUMADIJA IN VEČERNJE NOVOSTI IN THE FIRST DECADE OF THE TWENTY FIRST CENTURY

**Summary:** *Večernje novosti (Evening News), the first evening paper in the former Yugoslavia, formed after the Trieste crisis, in October 1953, the position of the highest circulation daily newspaper has gained by its modern form of expression, but also by plenty of articles that were published in all areas of social life, as well as balanced representation of information from different regions. In early nineties this journal had more than ten issues, with several pages that had contributions from different republics of the country and the most important regions in Serbia. Until 1993, notorious for hyperinflation, this journal featured a regional, „Kragujevac“ page, which gave plenty of information from Šumadija region, especially from Kragujevac, as the center of the sub-region. The circulation, as well as the influence, of Večernje novosti in Šumadija, was far ahead compared to other journals.*

*The period from 2000 to 2010 is analysed in this work, that is 3,580 published issues with 13,070 published reports of all genres referring to the six municipalities in Šumadija and Kragujevac as the center of the region. The absence of analytical texts and reduction the mission of the paper to a mere transfer of statements of the political, economic, sports and other participants in public life is present. This made the newspaper into the service for transmission of the messages and it lost the race with electronic media, which in most cases, broadcast the information a day earlier at least.*

*Based on analysis of the published content, this work presents the projections of growth and stagnation of this journal, which operates in a completely different conditions compared to the time when the audience, back in the 1953, offered an effective reporting form contained in the slogan „quick, short, clear“. Today's business environment is characterized by intense competition for attracting advertisers, but also for the retention of readers / viewers / listeners. Print media have lost the race from electronic media and from the Internet, as well. Such conditions re-actualize the need of specialization and professionalization of journalists. What they have to do is to interpret social reality, not just to transmit the information, which are increasingly produced by growing PR services.*

**Key words:** *Večernje novosti, Šumadija, paper, journalists, media professionalism, public relations, regionalization*

# Srpsko političko besedništvo<sup>1</sup>

Aleksandar Marković<sup>2</sup>

Pravni fakultet, Univerzitet u Beogradu

doi:10.5937/comman1327155M

*Rezime:* Za uspešno bavljenje politikom, uvek je bio neophodan upečatljiv javni nastup i celina kvalitetnog besednika i kvalitetne besede. U prvom delu rada, autor se bavi analizom političkog besedništva uopšte, njegovim osnovnim karakteristikama i pojedininim specifičnostima, dok u drugom delu rada akcentuje srpsko političko besedništvo, kroz čiju analizu pokušava da odgonetne neke specifičnosti srpskog političkog besedništva. Drugi deo rada protkan je istorijatom srpskog političkog besedništva, i pojašnjava autorovu tezu o promeni sadržine beseda, i samog javnog nastupa u zavisnosti od konkretnih istorijskih okolnost u kojima su se srpski političari i država nalazili.

*Ključne reči:* političko besedništvo, vrste, istorija, Srbija

## Pojam političkog besedništva

Besedništvo je još od antičkih vremena bilo značajna veština kojom su se postizali uspesi u različitim oblastima, pa ipak politika i političko delovanje uvek su odnosili prevagu nad svim ostalim sferama društvenog života. Političko besedništvo jedan je od osnovnih instrumenata kojim se postižu uspesi u politici.

Političko besedništvo je, kaže Aristotel, ono u kojem se na nešto podstiče ili od nečega odvraća (Aristotel, n. d.). Gorgija poredi besedništvo sa lekovima: kao što jedni lekovi suzbijaju bolest, a drugi, nesrazmerni, prekidaju život, tako i neki govori rastuže, drugi razvesele, treći uplaše, četvrti slušaocu usade

<sup>1</sup> Rad je nagrađen *Nagradom Milivoja Jovanovića i Luke Čelovića* koju su za školsku 2011/2012. godinu dodelili Univerzitet u Beogradu i Zadužbina Milivoja Jovanovića i Luke Čelovića.

<sup>2</sup> Kontakt sa autorom: markovicaaleksandar69@gmail.com.

odvažnost, a peti nekim zlim zavodjenjem zatruju dušu (prema Tadić, 1995: 305). Kada govorimo o Aristotelu, zaključujemo da je njegovo poimanje političkog besedništva tesno vezano za njegovo, odnosno opšte grčko doživljavanje politike kao sfere koja teži opštem dobru (Avramović, 2008). Zbog toga Aristotel najviše pažnje poklanja vrednostima koje bi politička beseda trebalo da afirmiše i čijem bi ostvarivanju trebalo da doprinese (Aristotel, n. d.). Na sličan način političke besede sagledava i Nušić (1938/1989: 58). Prema njegovom viđenju, političkim besedama je uvek predmet interes i dobro naroda.

### **Vrste političkog besedništva**

O vrstama političkog besedništva postoji neslaganje u teoriji, ali se tačnost svake od ovih teorija ne može osporiti. Nušić je političke govore delio na državničke, parlamentarne i partijske (Nušić, 1938/1989: 52). Violeta Jelačić-Srbulj političke govore deli na: državničke, parlamentarne, ekspozicione (deklaratorne), debatne, partijske, predizborne, mitingaške i stranačke govore (Jelačić-Srbulj, 2000/2005: 173). Sreten Petrović izdvaja: parlamentarni govor, predizborni govor, narodni zbor ili miting i stranački govor (Petrović, 1995: 329). Ipak, profesor Sima Avramović priklanja se podeli političkih govora Dejana Milića (2006) koja se odnosi na: politički govor u širem smislu i politički govor u užem smislu (pravi politički govor). Pravi politički govor razvrstava prema govornicima (državnički, leaderski i obični), prema mestu govorenja (skupštinski, partijski, predizborni, propagandni-agitacioni, diplomatski i obični-kafanski), prema auditorijumu (za manji, veći auditorijum ili govor preko sredstava informisanja), prema značaju (državotvorni i nedržavotvorni govori) i prema efektu (revolucionarni i evolucionari) (Milić, 2006: 25).

### **Podela političkih govora u užem smislu**

Politički govor u užem smislu može obuhvatiti mnoštvo različitih povoda i sadržaja, koji su manje ili više neposredno vezani za osvajanje ili vršenje vlasti. On se pojavljuje kao skupštinski, partijski (kongresni), agitacioni-predizborni, diplomatski, govor na mitingu, polemički, a tu bi se moglo dodati i mnoštvo drugih specifičnih situacija, kada se drži politički govor ad hoc pri susretu sa građanima, predstavlja politički program, obraća naciji, proslavlja neki događaj, pregovara sa drugim političkim subjektima, obraća medijima, itd (Avramović, 2008: 343).

## Skupštinski govor

Za skupštinski govor, posebno kod Srba u novije vreme, može se reći da je jedna nova vrsta govora. Ova tvrdnja može se potkrepiti činjenicom da je kod nas višepartijski sistem relativno skoro uveden i da mi nemamo razvijenu kulturu parlamentarizma. S obzirom na to da postoje televizijski prenosi skupštinskih zasedanja, mnogi narodni poslanici, skupštinsku govornicu koriste kao mesto za besplatnu promociju političkih ideja, tako da su mnogi govori manje okrenuti pronalaženju najadekvatnijih zakonskih rešenja, a više pridobijanju glasača. Stoga je sasvim na mestu kritika prof. dr Jovice Trkulje koji kaže da su srpski politički i javni delatnici: primer rđavog besedništva (Trkulja, 2005: 17), a Dejan Milić u svojoj vanredno dobroj studiji, srpski politički govor modernog doba definiše kao: „politički antigovor“ (Milić, 2006: 51). Pošto je u našoj istoriji veoma često dolazilo do velikih međusobnih vređanja u skupštini, Poslovník Narodne skupštine Kraljevine SHS iz 1921. godine predvideo je listu termina koji su bili zabranjeni poput: bitanga, kalaštura, vucibatina, kačak, kesaroš, budala, životinja, lažov, lopov, mangup, nitkov, kučka matora, špijunčina, podrepaš, fukara, stoka, hulja...

## Partijski govor

Partijski govor je, po pravilu, govor prijateljskom auditorijumu, mada se u uslovima unutar partijske borbe može i te kako zaoštriti kada poprima elemente agitacionog govora. Za polemički pristup u partijskim govorima, mogu važiti mnogi elementi skupštinske debate, koji podrazumevaju snažnu argumentaciju i veoma izraženu sugestivnost. Naravno, to važi za partije demokratske orijentacije, dok se u onima koje i dalje prikriveno ili otvoreno neguju kult ličnosti, partijski skupovi često svode na utrkivanje u krasnorečju koje treba da iskaže divljenje i podršku neprikosnovenom lideru (Avramović, 2008: 347). Bogata višedecenijska praksa komunističkog vremena još uvek se oseća u današnjim partijskim govorima, pa oni sve više liče na podaničke govore. Kao primer „samohvalospevnog i udvoričkog političkog govora“, Dejan Milić navodi govor Marka Vujačića, pisca i političara, pod imenom: „Zraci velike slobode su na pomolu Istoka“ (Milić, 2004: 157).

## Diplomatski govor

Diplomatski govor podrazumeva ne samo dobro poznavanje jedne krajnje specifične struke kakva je diplomatija, izuzetnu opštu kulturu i temeljno znanje mnoštva činjenica nego i visok stepen samokontrole, kao i poznavanje specifičnog diplomatskog žargona. Terminološka lepeza, koja obuhvata nijanse, na primer, od „izražavanja žaljenja“, preko „izražavanja zabrinutosti“, do „izražavanja nezadovoljstva“ i „izražavanja protesta“, uz mnoštvo drugih modaliteta, podrazumeva istančano merenje težine reči i strogost formulisanja, što nije u tolikoj meri svojstveno drugim oblicima političkog izražavanja (Avramović, 2008: 350).

## Govor na mitingu

Govor na mitingu zahteva krajnje oprezan i specifičan pristup. Budući da je on jedan od ključnih elemenata političkog delovanja, mnogi intelektualci pokušali su teorijski da ga analiziraju, kao i da uvide vezu koja nastaje između govornika i mase. Klasično delo iz ove oblasti jeste knjiga Gistava le Bona koji je veoma dobro uočio „da su svi gospodari sveta, svi osnivači religija ili carevina, apostoli svih verovanja, svi najistaknutiji državnici uvek bili nesvesni psiholozi koji su poznavali dušu gomila“ (prema Avramović, 2008: 350–351). U našoj skorijoj istoriji, kao veoma dobri govornici na mitinzima pokazali su se Slobodan Milošević, sa svojim čuvenim govorom na Gazimestanu, Vuk Drašković („kralj trgova“) i Zoran Đinđić koji se pokazao kao dobar primer da talenat nije presudan da neko postane dobar govornik.

## Razvoj srpskog političkog besedništva

### O Srbima kao besednicima

U svojoj „Retorici“ Branislav Nušić, govoreći o besedništvu Južnih Slovena, navodi da

„vizantijski istorik VI veka, Menander Protiktor, označava Slovene, doseljene na Balkansko poluostrvo, kao ljude ponosite i rečite. Rečitost je dakle urođena slovenska osobina, koju grčki istorik zapaža još u primitivno doba slovenske kulture. Ta se osobina kod Južnih Slovena javlja u određenijem obliku tek pojavom Hrišćanstva“ (Nušić, 1938/1989: 253).



Rečitost Srba određena je, sa jedne strane zvučnošću, melodičnošću i mekoćom srpskog jezika, koji se, uz italijanski jezik, smatra najmilozvučnijim evropskim jezikom, a sa druge strane, tipične karakterne osobine srpskog nacionalnog korpusa (Stanojević i Avramović, 2002: 145–152). Besednički dar Srba, određen je naposljetku, i demokratskim institucijama, koje su Srbi imali još u vreme svoje plemenske demokratije, prilikom doseljavanja na Balkansko poluostrvo, a koje su izražene kroz formu skupštine (sabora, zбора), kao mesta političkog ubeđivanja i odlučivanja (Milić, 2004: 9).

Za srpsko političko besedništvo najznačajnije karakteristike srpskog mentaliteta su: inteligencija, veoma izražen temperament i nedostatak besedničke kulture.

Nedostatak besedničke kulture podrazumeva pre svega, nestrpljivost da se sasluša sagovornik. To je formalna, spoljna strana besedničke nekulture. Srbi su nesporno narod velikog govorničkog talenta, ali su ostali uskraćeni za talenat slušanja sabesednika.

Slikovito rečeno, Srbi su vrhovni umetnici monologa. Dijalog među njima je teško moguć, a trijalog gotovo neostvarljiv. Suština besedničke nekulture, njena unutrašnja strana, u netolerantnosti je prema drugim mišljenjima, ma kako dobro bila argumentovana. Pritom je govornička netolerancija samo jedan vid sveopšte netolerancije koju Srbi gaje među sobom kao veoma uspelu nacionalnu biljku (Milić, 2004: 10).

Društvene prilike u kojima su Srbi živeli tokom poslednja dva veka jesu uticale na srpski besednički karakter, ali samo na taj način da su već oformljene pozitivne i negativne karakteristike toga karaktera dodatno razvile, učinivši nesklad među njima zabrinjavajućim.

Razvoj besedništva u Srbiji u poslednja dva veka, uz brojne oscilacije, vezane za različite periode i političke opcije, išao je uzlaznom linijom. Ali svedoci smo svojevrsnog paradoksa: Uprkos nespornom talentu naroda za besedništvo u današnje vreme u Srbiji caruje samo jedan tip političkog besednika: gluvi govornik (Milić, 2004: 11). Čini se da je dalek put do srpskog političkog besednika koji će se odlikovati i rečitošću i besedničkom kulturom.

Ipak, takvo stanje političkog besedništva u Srba, može se opravdati istorijskim okolnostima. Možda objašnjenje Jovana Sterije Popovića, prvog pisca iz oblasti retorike u Srbiji, može dati odgovor na ovo pitanje: „Što se besednika tiče, takvih se kod nas ne može mnogo nabrojati, jer Srbi još nisu dobili onaj politički život gde bi imali prilike da razviju besednički dar“ (Sterija Popović, 1995: 321).

## Istorijat

Nakon pada Smedereva 1459, Srbija potpuno potpada pod tursku vlast, i zamire celokupan politički, privredni i kulturni život. Međutim, Srbi svoj nacionalni identitet čuvaju u Habzburškoj monarhiji i Ruskom carstvu. Tako je i političkih besednika bilo u tim krajevima. Kako navodi Branislav Nušić, bili su to uglavnom sveštenici ili oficiri koji su držali i „rodoljubive besede narodu“ (Nušić, 1938/1989: 265). Što se tiče besedništva među Srbima koji su pali pod tursko ropstvo njemu se, i po mišljenju Nušića gubi svaki trag, kao i svim ostalim pojavama duhovnog života.

Ipak, besedništvo je postojalo, naročito kod Srba koji su živeli u planinskim krajevima, ali nije se teorijski obrađivalo. Osnovni problem za taj period srpske istorije je u nepostojanju retorike koja bi to besedništvo pratila, usmeravala, a besede baštinila i sistematizovala (Nušić, 1938/1989: 259). Opšta društvena zaostalost u Srbiji do Sterije, koju identifikuje profesor Sima Avramović, uzrok je tog problema, koji je sigurno usporio pravilan besednički tok u srpskoj novijoj istoriji, ali ga nije presušio. Zato je pitanje gubljenja traga besedništvu u porobljenoj Srbiji pre svega pitanje nedostatka pisanih tragova o besedništvu.

Međutim, uprkos nedostatku pisane građe, istoriju srpskog besedništva možemo podeliti, kao što je to i učinio Dejan Milić (2004) na pet faza razvoja:

1. političko besedništvo Srba u XIX veku;
2. političko besedništvo od početka XX veka do Drugog svetskog rata;
3. političko besedništvo u građanskom ratu 1941-1945;
4. politički govor Brozove epohe;
5. novo političko besedništvo.

## Stanje političkog besedništva Srba u XIX veku

Ovaj period srpskog političkog besedništva možemo podeliti u dva dela:

1. narodno besedništvo u prvoj polovini XIX veka,
2. političko i skupštinsko besedništvo u drugoj polovini XIX veka.

## Narodno besedništvo u prvoj polovini XIX veka

Početak XIX veka veoma je značajan za srpsku istoriju. Podignut je Prvi srpski ustanak i sa njim započeto stvaranje moderne srpske države. Uporedo sa tim događajem u Srbiji počinje da se razvija obrazovni sistem (otvaranje Velike škole), politički sistem, spoljna politika, a kao prateći sadržaj i političko besedništvo. U to vreme besede su pretežno držali nepismeni i polupismeni ljudi, ali koji su imali besedničkog dara poput Karađorđa i Miloša Obrenovića. Pa ipak, u istorijskim arhivama zabeleženo je da su besede držali i mudri, učeni ljudi poput Božidara Grujovića, Svetozara Miletića i Petra Petrovića Njegoša. No, kao početak srpskog političkog besedništva uzima se beseda Prote Atanasija Antonijevića, koja je imala za cilj da pokrene Srbe na ustanak, a u mnogo čemu je podsećala na Lazarevu kletvu.

## Političko i skupštinsko besedništvo u drugoj polovini XIX veka

Za ovaj period karakteristično je stvaranje i razvoj političkih stranaka, ustanovljavanje Narodne skupštine i razvoj demokratije. Ono što je takođe inspirisalo sadržaj novih beseda toga doba jesu i razna politička, ekonomska i socijalna zbivanja poput sticanja nezavisnosti 1878. na Berlinskom kongresu, preko donošenja dva ustava (iz 1869. i 1888), srpsko-turskih ratova (1876. i 1878), ubistvo kneza Mihaila, proglašenje Srbije za kraljevinu (1882), izbijanje Timočke bune (1883) i rata sa Bugarskom (1885). Sve ove velike promene na državnom planu pratile su i teške socijalne prilike u čitavoj Srbiji. U ovo vreme u Srbiju su se vraćali učeni ljudi iz inostranstva, koji su svoje ideje pokušavali da prenesu nerazvijenoj Srbiji, poput Svetozara Markovića. Ovo vreme iznedrilo je i velike stranačke prvake kao što su bili Jovan Ristić, osnivač i lider Liberalne stranke, Milan Piroćanac i Čedomilj Mijatović, vođe Napredne stranke i čuveni Nikola Pašić, dugogodišnji predsednik Vlade i vođa Radikalne stranke.

## Političko besedništvo od početka XX veka do Drugog svetskog rata

### Zlatno doba srpske demokratije

Nakon ubistva kralja Aleksandra Obrenovića, u noći između 29. i 30. maja 1903. godine u Srbiju se vraća Petar I Karađorđević (Stanojević i Avramović,

2002: 490–491) i biva krunisan za kralja. Sve do početka Prvog svetskog rata, tih 10 godina postojanja srpske države smatraju se „Zlatnim dobom srpske demokratije“ ili „Periklovim dobom“. U to vreme na snagu se vraća Ustav iz 1888. sa manjim izmenama, koji podstiče razvoj parlamentarne demokratije. Parlament postaje poprište političkih borbi i plodno mesto za razvoj dobrih političkih beseda. U to vreme vodi se i Carinski rat sa Austro-Ugarskom, a i pokrenuto je Istočno pitanje (pitanje opstanka turskih teritorija na Balkanu), koje će svoje razrešenje dobiti Balkanskim ratovima, kao i čuveno pitanje odnosa sa Rusijom. Svi ovi spoljnopolitički odnosi uticali su i na sadržaje beseda izgovorenih u ovom periodu. U ovo vreme kao dobri besednici ističu se: kralj Petar Karađorđević, koji je svoju najpoznatiju besedu održao uoči Kolubarske bitke, a pored njega istakli su se i Stojan Novaković, Dragiša Lapčević, Nikola Pašić i Dimitrije Tucović.

### Politički govor Srba u zajedničkoj državi

Nakon Prvog svetskog rata dolazi do stvaranja Kraljevine Srba, Hrvata i Slovenaca, proglašenjem ujedinjenja 1. decembra 1918. godine. Kasnije je zakonom iz 3. oktobra 1929. godine ime ove države promenjeno u Kraljevina Jugoslavija. U periodu od 1918. do 1929. godine postojao je dinamičan politički život obeležen čestim sukobima u parlamentu, gotovo redovnim izglasavanjem nepoverenja Vladi kao i nepostojanje mogućnosti za normalno odvijanje političkog života. Najviše problema pravila je Hrvatska seljačka stranka, pod vođstvom Stjepana Radića, koji su odbijali da priznaju Kraljevinu, pa su u početku u svom nazivu imali i reč „republikanska“, koji su kasnije ukinuli. Kulminaciju političkih sukoba izazvalo je i ubistvo Stjepana i Pavla Radića i Đure Basaričeka. Ovaj incident bio je neposredan povod da kralj Aleksandar I Karađorđević zavede diktaturu raspustivši Narodnu skupštinu i suspenduje Vidovdanski ustav iz 1921. godine. Kraljevo obraćanje narodu može se smatrati jednim od najpoznatijih govora iz ovog vremena: „Između naroda i kralja ne može i ne sme biti više posrednika“. U ovo vreme deluju vrsni intelektualci poput vladike Nikolaja Velimirovića i Dimitrija Ljotića, kao i različiti političari poput Dragiše Cvetkovića i Vlatka Mačeka

## Političko besedništvo u građanskom ratu 1941–1945.

Nakon potpisivanja pristupanja trojnom paktu Kraljevina Jugoslavija 25. marta 1941. godine izbile su demonstracije u Beogradu 27. marta 1941. godine, koje su bile neposredan povod za napad Hitlera, 6. aprila 1941. godine bez objave rata. Jugoslavija je kapitulirala 17. aprila 1941. godine. U Srbiji je uspostavljena direktna nemačka okupacija, a za predsednika kolaboracionističke Vlade izabran je Milan Nedić. U to vreme u Srbiji su stvorena dva pokreta otpora: Ravnogorski pokret, pod vođstvom Dragoljuba – Draže Mihailovića i Partizanski pokret, pod vođstvom Josipa Broza Tita. Ovo vreme je pretežno obilovalo vojničkim besedama, međutim bilo je i veoma dobrih političkih beseda sa rodoljubivim prizvukom, kao što je beseda Milana Nedića povodom terorističkog bombardovanja 24. aprila 1944. godine.

## Politički govor Brozove epohe

Nakon završetka Drugog svetskog rata 1945. godine, nova komunistička vlast rešila je da se surovo obračuna sa političkim neistomišljenicima. Jedan od primera jeste i likvidacija Dragoljuba Mihailovića. Zatim je 1948. izbio sukob sa Informbiroom koji je prouzrokovao velike borbe unutar KPJ i stvaranje logora Goli otok, na kojem su „prevaspitavani“ oni koji su bili za rezoluciju Informbiroa. Dobar primer govora vezanog za Goli otok jeste govor Borivoja Viskića, pod imenom „Opet obasjani srećom“. Za vreme vladavine Josipa Broza naši prostori iskusili su posebnu vrstu socijalističke demagogije, koja je izgrađivala naročitu vrstu govorništva (Trkulja, 1990). A može se reći da je najbolju kritiku besedništva u vreme samoupravnog socijalizma dao književnik i recitator Ratomir – Rale Damljanović, u svojim napomenama dok je čitao rukopise knjige prof. dr Sime Avramovića „Rhetorike tehne“: „Socijalistička samoupravna retorika imala je svoja nepisana pravila. Govornici i diskutanti negovali su stil čije su osnovne karakteristike (mucava) patetičnost i (drsko) licemerje. Osnovna boja je pretežno kameleonska, osnovni ton – uzvišenodemagoškomaširajući, emocionalna podloga – sinteza bahatog busanja u grudi sa pozivanjem na zasluge. Ekstatičnost, eksklamativnost i pravovernost bila su dominirajuća raspoloženja. Obilato se koriste superlativi i imperativi. Interpunkcija dinamična i temperamentna. Preovladava znak uzvika. Tačka je za samoupravnu retoriku odviše pitom znak. Govornički karakter ispoljavao

se neprekidnim mobilisanjem članstva i ljudstva, uz prateće emotivne nijanse, od plamenih proglašenja do prigušenog ubeđivanja ili ležernog „kobajagi“ stila“. Dobar primer ovakvog govorništva mogu biti izvodi iz govorništva druga Tita pod nazivom „Omladinska pruga je samo jedan dio svega toga što još treba da uradimo“: „Danas sam vidio da je vaša želja, kad smo ja i moji drugovi već došli u vašu sredinu, da vam i nešto kažemo. Ja hoću da zadovoljim tu vašu želju...“ (Popović, 1987)

U socijalističkom periodu bio je veoma zastupljen govor mantri. Zato je u tim govorima bilo neophodno da se više puta pomene i zaklinje u: „bratstvo i jedinstvo“, „proleterski internacionalizam“, „demokratski centralizam“, da se izražava privrženost „našim ciljevima“, i vera u „aktivnu miroljubivu koegzistenciju“, zalaže za „savez radnika i seljaka“, i „za bolje sutra“, ističe odlučnost u borbi „protiv klasnih neprijatelja“ i „za interese radničke klase“, glorifikuje „nepobediva narodna armija“. „Poštena inteligencija“ bi se pri tom pominjala samo reda radi, ali skoro isključivo u obliku te sintagme, a „složena situacija“ je magična formula koja je mogla da obuhvati što god se želi (Avramović, 2008: 54).

U ovo vreme, ipak, živeli su i govorili ljudi koji nisu bili podanici režima, niti su pak želeli da u svoje govore ubacuju mantre koje su bile karakteristične za samoupravni socijalizam. Kao i u svim represivnim režimima takvi ljudi bili su hapšeni, osuđivani bez dokaza i proganjani sa fakulteta. To su ljudi poput dr Dragoljuba Jovanovića i dr Mihaila Đurića, koji su za svoje govore dobili zatvorske kazne. U istoriji montiranih političkih progona i procesa Brozovog režima, Dragoljub Jovanović ostaće upamćen kao prvi profesor Pravnog fakulteta, koji je oteran sa univerziteta zbog svog političkog opredeljenja, 31. jula 1946. godine. Njegove reči kolegama posle odluke saveta fakulteta da mu zabrani rad u toj ustanovi jesu reči hrišćanskog oprosta:

„Znam da je ovaj postupak došao kao posledica mojih govora u Skupštini. Biće ono što je režim odlučio da bude. Ja bih jedino voleo da se vi ne sramotite vršeci jedan posao koji vam ne priliči. Neka me osudi policija, sud, ko hoće, samo neka to ne čine ljudi sa kojima sam saradivao u jednom uzvišenom poslu“ (Milić, 2004: 184).

Ta dva govora bili su govori koje je Dragoljub Jovanović održao u Skupštini, a koji su kritikovali tadašnji režim. Dragoljub Jovanović osuđen je na devet godina zatvora, a kaznu je izdržao bez pomilovanja.

Zbog govora povodom Ustavnih amandmana iz 1971. godine koji su prethodili Ustavu iz 1974. godine, prof. dr Mihailo Đurić otpušten je sa Univerziteta i osuđen je na dve godine zatvora. Prof. Đurić je bez ustezanja progovorio šta očekuje Jugoslaviju, i pre svih, srpski narod posle usvajanja „smišljenih smutnji“. On nije bio vidovit, samo je logično razmišljao i bio je hrabar da svoje strahove javno kaže. Na našu veliku žalost, slutnje prof. Đurića su se obistinile.

### Novo političko besedništvo

Nakon donošenja Ustava Republike Srbije iz 1990. godine u Srbiji se i formalno stvaraju uslovi za stvaranje višepartijskog sistema. Uspostavljanje višepartijskog sistema omogućilo je stvaranje raznih političkih stranaka koje su artikulisale različite političke ideje i ciljeve. Početkom devedesetih nastaju i prvi TV dueli na kojima se jasno vidi da Srbi nemaju razvijenu političku kulturu, koja podrazumeva i slušanje stavova suprotne strane. Za političko besedništvo u tadašnje vreme pa i danas, teške ekonomske prilike predstavljaju dobar izvor za sastavljanje briljantnih govora. Proteklih dvadeset godina dogodile su se mnoge negativne stvari na prostoru bivše SFRJ: građanski rat i raspad Jugoslavije, hiperinflacija u Srbiji i NATO agresija proleća 1999. godine na SRJ, takođe na lokalnim izborima održanim 1996. godine došlo je do krađe glasa, pa su neprekidni protesti opozicije trajali 88 dana, uz podršku studenata. Ipak, prvi ozbiljni protesti protiv Miloševićevog režima održani su 9. marta 1991. godine, a ogromnu većinu protestanata činili su mladi ljudi. U to vreme kao odlični besednici i lideri opozicije istakli su se Vuk Drašković i dr Zoran Đinđić. Takođe odlični govornici bili su i dr Vojislav Šešelj i predsednik SPS-a, i predsednik Srbije, i SRJ Slobodan Milošević. Iz tog vremena ostao je upamćen i predizborni govor dr Vojislava Koštunice, pod nazivom „Dajem reč“.

### Zaključak

Srpsko političko besedništvo se nakon pada socijalističkog režima postepeno razvija. I dalje su tu vidljivi stari problemi poput nedostatka političke kulture i tolerancije, korišćenje fraza i demagogije, ali moramo priznati da i dalje je važno ko govori, a ne šta i kako govori. Ipak, ostaje nam nada da će i ove crne tačke srpskog političkog besedništva polako nestati.

## Literatura

- Aristotle (n.d.). *Rhetoric*. Posećeno 5. 5. 2011. URL: <http://classics.mit.edu/Aristotle/rhetoric.1.i.html>.
- Avramović, S. (1995). O Sterijinoj Retorici. U Popović, J. S., *Retorika*. Beograd: Službeni list SRJ.
- Avramović, S. (2008). *Rhetorike techne – veština besedništva i javni nastup*. Beograd: Službeni glasnik.
- Avramović, S., Stanojević, O. (2002). *Ars rhetorica- veština besedništva*. Beograd: Službeni list SRJ.
- Jelačić-Srbulj, V. (2000/2005). *Retorika i Progymnasmata*. Beograd: Filološka gimnazija.
- Milić, D. (2004). *Politička beseda moderne Srbije*. Beograd: Nomos.
- Milić, D. (2006). *Srpski politički govor modernog doba*. Beograd: Službeni glasnik.
- Nušić, B. (1938/1989). *Retorika - nauka o besedništvu*. Beograd: Geca Kon.
- Petrović, Sreten (1995). *Retorika*. Niš: Gradina.
- Popović, J. S. (1995). *Retorika*. Beograd: Službeni list.
- Popović, S. (1987). *Govornišтво u teoriji i praksi*. Beograd: Književne novine.
- Tadić, Lj. (1995). *Retorika - uvod u veštinu besedništva*. Beograd: Filip Višnjić.
- Trkulja, J. (1990). *Socijalizam na sudu istorije*. Beograd: Mladost.
- Trkulja, J. (2005). *Umeće političkog besedništva*. Beograd: Hereticus.



## SERBIAN POLITICAL RHETORIC

*Summary: For successful engagement in politics, memorable public appearance, synthesis of good orator and good oration has always been necessary. In the first part this paper the author analyses the political rhetoric in general, its basic features and some specific features, while in the second part, the emphasis is placed on the Serbian political rhetoric and its specific characteristics. The second part is interwoven with the history of Serbian political rhetoric in order to explain the main thesis of the paper that the content of orations, and the public appearance, is dependant on the specific historical circumstances in which the Serbian government and the politicians were at the given time.*

*Key words: political rhetoric, types, history, Serbia*



## Odrastanje u digitalnom dobu

Wim Veen, Ben Vracking, *Homo Zappiens: Growing up in a digital age*, Network Continuum Education, London, 2006

Mladen Bubonjić<sup>1</sup>

Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Beogradu



doi:10.5937/comman1327169B

Svako doba karakteriše određena generacija. Svaku generaciju karakterišu specifičnosti proistekle iz društvenih, kulturnih, ekonomskih i ostalih okolnosti. Primjera radi, *generacija X*, osobe rođene od sredine šezdesetih pa do kraja sedamdesetih, bila je prva generacija koja je imala opšti pristup televiziji tokom odrastanja. Posljednjih dvadeset godina, digitalna (r)evolucija stvorila je novu generaciju. Generaciju kojoj je život od samog početka drugačiji u odnosu na prethodnu generaciju. Nju odlikuje poznavanje i raširena upotreba medija, digitalnih tehnologija i informacija. Oni koriste sve prednosti koje pružaju sredstva za komunikaciju. Trećinu svog vremena provode ispred televizora, kompjutera, koristeći internet, mobilne telefone, mp3 plejere... Njima je sasvim prirodno da kontrolišu tok informacija, da upijaju višestruko više podataka od prethodnih generacija, da uče ono što sami izaberu, da komuniciraju istovremeno na više načina i da istovremeno obavljaju više intelektualno zahtjevnih radnji. To je generacija koja je rođena kad su digitalne tehnologije već postojale. Njima su kompjuteri, internet, mobilni telefoni, mp3 plejeri dati rođenjem i oni su uz njih odrastali ne znajući za drugačiji svijet, svijet u kojem nisu postojale tehnološke spravice, razni softveri, kompjuterske igrice i slično...

<sup>1</sup> Kontakt sa autorom: bubonjic@teol.net.

Postoje brojne odrednice za pripadnike nove generacije: *generacija Z*, *Digital natives*, *iGen*, *generacija M*, *A.G. generacija (after Google)*... Profesor Wim Veen, šef katedre za tehnološko obrazovanje na holandskom univerzitetu Delft, izučava nove koncepte učenja i promjene pedagoških metoda pod uticajima novih informacionih tehnologija. On je pripadnike ove nove generacije nazvao *Homo zappiens*. U svojoj knjizi *Homo Zappiens: Growing up in a digital age*, koja je predmet ovog kritičkog prikaza, profesor Veen je pripadnike *Homo zappiens* generacije opisao kao osobe koje odrastaju koristeći tri neizbježna uređaja modernog doba: daljinski upravljač, mobilni telefon i kompjuter. Dakle, oni odrastaju koristeći multifunkcionalne tehnološke sprave od najranijeg djetinjstva. Zahvaljujući njima, današnja omladina i djeca nemaju problema da održavaju korak sa informacijskim tokovima, da se izbore sa informacijskom preopterećenošću, da se uključe u virtuelnu komunikaciju i da komuniciraju i saraduju putem interneta.

Termin *Homo Zappiens* parafraza je latinske odrednice za čovjeka, *Homo Sapiens*. Nastao je kao kovanica prvog dijela odrednice i riječi koja predstavlja onomatopeju za mahanje izmišljenim laserskim oružjem (*zap zap zap*), koje je uzeto kao metafora za brzinsko *skeniranje* informacija sa monitora kompjutera ili displeja mobilnog telefona pogledom, osobinu koja je tipična karakteristika današnjih, novih, *digitalnih* generacija. Pored deskripcije psiholoških, kulturoloških, socioloških aspekata nove generacije, autori kao ključni problem ističu obrazovni sistem, odnosno proces učenja koji je generaciji *Homo Zappiens* više-manje stran. Naime, oni škole posmatraju kao *diskonektovane institucije* zbog zastarjelog načina predavanja koji njihovi nastavnici praktikuju. *Homo Zappiens* generacija je digitalna, a škole su analogne, kako su to autori slikovito prikazali. Dok je tradicionalno učenje podrazumijevalo disciplinu i sticanje znanja radi njega samog, današnje generacije preferiraju učenje kroz igru i baziraju se na značenje i značaj samih informacija koje primaju, odnosno njihovu praktičnu primjenu.

Kroz šest poglavlja (1. *A time of change*, 2. *Meeting Homo zappiens*, 3. *Making sense of chaos*, 4. *Learning playfully*, 5. *Stopping the roller coaster*, 6. *What schools could do*) autori daju uvid u svijet odrastanja djece u digitalnom okruženju i njihov odnos prema školi, nastavnicima i procesu učenja. Takođe, ističu da generacija *Homo Zappiens* prilagođavanjem procesa obrazovanja svojim interesima i aspiracijama pruža jedinstvenu mogućnost za promjenu obrazovnog sistema i uzdizanje učiteljske profesije na viši nivo.

Poput Rodžera Fidera, koji u svojoj knjizi *Mediamorphosis* u hipotetičkom scenariju *Cyber Dwellers* (sajber stanovnici) predstavlja stariji bračni par koji koristi sistem virtulene realnosti da bi komunicirali s prijateljima i porodicom širom svijeta kao i da bi sakupili najbitnije informacije i ostali aktivno uključeni unutar svojih lokalnih i virtulениh zajednica, i autori knjige *Homo Zappiens: Growing up in a digital age* uvode jedan hipotetički lik kako bi kroz literarni prikaz predstavili tehnološke i društvene trendove današnjice. U prvom poglavlju Džek, prosječan muškarac, zaposlen u multinacionalnoj korporaciji, u trenutku duhovne rezignacije, prouzrokovane modernim načinom života, proživljava cjelokupnu ljudsku istoriju, od primitivnih lovaca i sakupljača plodova do jutarnje saobraćajne gužve uobičajenog radnog dana. Dolazi do zaključka da ljudi za gotovo sve aspekte života, uključujući i komunikaciju, koriste neke alatke. U težnji za novim znanjima, inovativnošću i progresom, ljudi su, svakom novom generacijom, uvodili nove tehnologije. Na taj način olakšavali su sebi život. Međutim, naposljetku, ističe da je ljudski rod zahvaćen trendovima globalizacije, virtuelizacije, komunikacije, tehnološke sveprisutnosti došao do tačke kada je prinuđen da raspravlja o konceptu slobodnog vremena zato što mu ono sve više izmiče i nedostaje. Neophodna su preispitivanja o vrijednostima, kako pojedinaca, tako i zajednica i organizacija, kao i društva i vrste uopšte, kako bi u procesu promjene epoha, nastajanja novih tehnologija, kreativnosti i preduzetništva, pronašli svrhu svoje egzistencije.

U drugom poglavlju (*Meeting Homo zappiens*) autori nas uvode u svijet nove generacije. Opisuje je kao hiperaktivnu, multifunkcionalnu, generaciju koja nije u stanju da održi koncentraciju na jedan zadatak već su zaokupljeni sa više stvari istovremeno, knjige im više nisu interesantne zato što se listaju umjesto da se *skrolaju* pomoću miša. Nove, digitalne tehnologije uticale su na socioekonomske aspekte društva. Nove generacije ponašaju se u skladu sa novonastalim okolnostima: ekonomska globalizacija otvorila je nova tržišta i povezala ljude širom planete, mladi ljudi prvi su prihvatili nove tendencije i umrežili se sa prijateljima sa svih strana svijeta, internet ne poznaje granice komunikacije. Nove generacije odrastaju u svijetu bez informacijskih ograničenja, oni provode sate i sate gledajući televiziju, igrajući igrice i ćaskajući sa prijateljima na netu i na taj način upijaju obilje informacija koje smatraju zamjenom za klasično učenje iz prostog razloga što nije potrebno provesti sate čitajući knjige nego je dovoljan klik miša i sve potrebne informacije su tu.

Autori navode razlike između starijih i mlađih generacija. Stariji djeluju linearno, odnosno prvo čitaju uputstva za upotrebu pa onda upotrebljavaju određeni proizvod, dok mlađe generacije sve rade u hodu, nelinearno, odnosno uče koristeći proizvod. Brzo pronalaze rješenje za nastale probleme na mnogobrojnim forumima, telefonirajući prijateljima, koristeći sistem pokušaja i grešaka iznalaze najbolji ishod. Zbog svega, nove generacije nose i naziv *instant generacije* zato što na brz i ekspeditivan način rješavaju probleme. Za razliku od starijih generacija, mladi se prema tehnologiji odnose na pragmatičan i blizak način, za svaki novi proizvod na tržištu pronalaze svrhu. Za njih, ključni kriterijum za prihvatanje tehnologije nije estetske ili emocionalne prirode, nego oportunitizam, odnosno izvlačenje maksimalne koristi za svoje potrebe i želje. Takođe, ističe se i fenomen koji se javlja prvi put u istoriji, *obrnuta edukacija*, odnosno proces u kojem mlađe generacije uče svoje roditelje kako da koriste digitalne tehnologije.

U trećem poglavlju govori se o načinu upotrebe tehnologije od strane mlađih generacija. Naočigled haotično i nepovezano, istovremeno gledanje televizije, kucanje SMS poruka, igranje igrica i pretraživanje interneta, za pripadnike *Homo Zappiens* generacije ima savršenog smisla, štaviše, na taj način štede na vremenu obavljajući više operacija istovremeno. Iako se čini, posebno starijim generacijama, da mlađi na taj način nisu u stanju funkcionalno ispunjavati sve zadatke, profesor Veen je u nizu eksperimenata, koje je predočio u knjizi, pokazao da oni ne djeluju bez smisla ili čisto za zabavu, nego svrsishodno. Koristeći tehnologiju, djeca su razvila niz sposobnosti koje im omogućavaju višestruko korišćenje različitih funkcija koje im doprinose i u procesu učenja. Autori su novu generaciju opisali kao *digitalni mislioci*. Starije generacije su fokusirane na semantičke simbole dok mlađe generacije u svakom simbolu na internetu, svakoj ikoni ili linku, nalaze značaj i pretvaraju te simbole u informacije. Dok se starije generacije žale na informacijsku preopterećenost, *Homo Zappiens* generacija ne bi mogla zamisliti svoj život bez obilja informacija koje ju okružuju.

Četvrto poglavlje (*Learning playfully*) fokusira se na vještine koje *Homo Zappiens* generacija koristi u procesu učenja, sa individualnog aspekta. Tehnološki razvoj uvećao je sposobnosti mlađih generacija u kreiranju znanja. Došlo je do izvjesne promjene u procesu učenja: promijenile su se dostupne alatke i tehnologija koje mladi koriste za igru, komunikaciju i učenje. Koristeći nove forme u virtuelnom okruženju, nove komunikacijske medije, mladi na jednostavniji i brži način kreiraju svijet znanja oko sebe. *Homo Zappiens* generacija koristi um

kao instrument virtuelizacije za igru sa stvarnošću, kako su to autori istakli, naglašavajući prisustvo snažnijih komunikacijskih alata nego što je to jezik što nas uvodi u novu eru, eru ponovnog otkrivanja potencijala slikovne komunikacije, s jedne strane, a s druge, nadogradnje obima komunikacije.

U pretposljednem poglavlju autori se osvrću na tradicionalne metode učenja, šta one nude i kako odgovaraju promjenjenim potrebama i zahtjevima nove generacije. Ističu da je u procesu edukacije prisutna dilema kako uklopiti nove tehnologije u stare obrasce učenja. Kako su mladi opskrbljeni novim vještinama, stari sistem ne odgovara u potpunosti njihovim aspiracijama. Međutim, uprkos stečenim vještinama koje im pomažu u digitalnom okruženju, mlađe generacije ne bi mogle uspješno prebroditi ulazak u stvarni život ispunjen neizvjesnostima bez pomoći starijih koji im svojim iskustvom i znanjem pomažu da razumiju osnovne postavke na kojima se temelje život i svijet oko njih. Ovdje se sada stvara dihotomija – bez pomoći starijih, mlađe generacije ne bi mogle uspješno *isploviti u otvoreno more života*, dok s druge strane, generacija *Homo Zappiens* podstiče starije na promjene, prvo u digitalnom okruženju, kako bi život učinili praktičnijim. Mijenjaju se mladi, mijenjaju se starije generacije. Mogu li se institucije promijeniti? Šta škole mogu učiniti da bi olakšale i prilagodile budući život mlađim generacijama?

Ovim pitanjem bavi se posljednje poglavlje knjige u kojem autori opisuju nekoliko mogućih scenarija ili planova za edukaciju u budućnosti. *Edinburg scenariji*, predviđaju četiri moguća ishoda ukoliko se promjene nastave u dosadašnjem pravcu: prvi, scenario *Povratak u budućnost*, vidi svijet kao mjesto u kojem zbunjenost, strah i složenost tehnologije rezultira gubitkom povjerenja u integritet *online* učenja, moćne institucije ponovo uspostavljaju tradicionalne vrijednosti i metode nastave i učenja težeći predvidljivosti i manjem riziku; drugi scenario, *Virtually vanilla*, predstavlja svijet u kojem tehnološki napredak stvara potencijal za pristup svim vrstama informacija i novih mogućnosti za učenje, međutim, moć je centralizovana u okviru uspostavljenih institucija tako da su pristup i korišćenje uglavnom kontrolisani od strane velikih korporacija, vlada i velikih univerziteta; treći scenario, *Vaš izbor*, govori o svijetu u koje su ljudi frustrirani novom tehnologijom, ali ipak pronalaze načine da se suprotstave vlasti i steknu veći uticaj nad mnogim aspektima svog života, uključujući i učenje, fokus pažnje usmjerava se od tehnologije i velikih institucija ka pitanjima od lokalnog značaja; posljednji scenario, *Mreža povjerenja*, navodi situaciju u kojoj je prisutan povezan svijet u kome vidimo snažan i efikasan napredak u

tehnologiji gdje pojedinci mogu zajedno da rade i uče na nove načine, vlast je odvojena od velikih organizacija, ideje se javljaju iz različitih izvora. Pored ovih planova, autori navode još nekoliko njih, uglavnom sličnih tendencija. Koji god scenario bude realizovan, neće se u potpunosti ostvariti nego će biti kombinacija od svakog pomalo.

Naposlijetku, autori predlažu nekoliko izmjena koje bi olakšale i približile škole mlađim generacijama: umjesto tutorskog stava prema mlađima u cilju zaštite od stvarnog života, starije generacije bi trebalo da podstiču mlade da istražuju svijet oko sebe; umjesto dosadašnjeg nepovjerljivog stava tradicionalnog obrazovanja koji je učenike kontrolisao i ocjenjivao njihove greške više nego postignuća, učitelji moraju steći povjerenje u svoje đake; neophodna je promjena u percepciji značaja izvjesnih predmeta i njihova prilagodljivost stvarnom životu; umjesto što teže ispunjavanju zadataka na svim poljima, učitelji bi se trebali fokusirati na individualne talente svojih učenika i podsticati ih da ih razvijaju i usavršavaju bez opterećivanja sa ostalim obavezama; mlađe generacije prilikom igranja video-igrica potpuno *zarone* u virtuelni svijet, bilo bi korisno kada bi učitelji mogli iskoristiti tu njihovu sposobnost u procesu učenja na način da ih ne zamaraju sa lekcijama nego da ih puste da sami istražuju; umjesto standardne kontrole, učitelji moraju prepustiti učenicima da sami kontrolišu i usmjeravaju svoje aktivnosti.

*Homo Zappiens: Growing up in a digital age* predstavlja zanimljiv prikaz novih tendencija koje krasi generaciju koja je rođena u *eri interneta*. Kao nikada do sada, njima se pruža jedinstvena prilika da promjene svijet u kome žive. Devedestih godina *generacija X* živjela je u ubjeđenju da nastaje novi svijet, novi poredak u kojem će ljudi živjeti u miru, pod sopstvenim pravilima, oslobođeni stega društvenog ugnjetavanja i državnog miješanja. *Sajbersvijet*, koji je uzimao sve veći zamah, suprostavljao se autoritetu državne vlasti i vodio svijet u novi, *post-teritorijalni* sistem. *Internet samoupravljanje* počivalo je na kolektivnoj imaginaciji, na svojevrsnoj zajedničkoj halucinaciji. Brzo su raspršeni svi snovi o slobodnom svijetu u kojem vlada istinska, neposredna demokratija. Međutim, dolaskom nove, *digitalne* generacije na scenu, ti snovi ponovo dobijaju na značaju. Mijenjajući obrazovni sistem, starije generacije, svijet oko sebe, *Homo Zappiens* generacija mijenja i budućnost koja je pred njom u kojoj će voditi glavnu riječ.



## Globalni ekran

Žil Lipovecki i Žan Seroa,

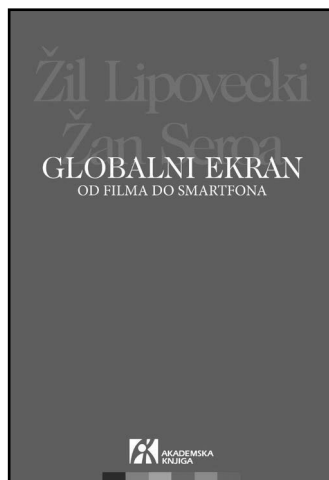
*GLOBALNI EKRAN: Od filma do smartfona*

Naslov originala: Gilles Lipovetsky et Jean Serroy,

*L'ÉCRAN GLOBAL: Du cinéma au smartphone*

(Prevele s francuskog Biljana Tutorov i Mira Popović)

Akademski knjiga, Novi Sad, 2013



Jelena Mihajlov<sup>1</sup>

doi:10.5937/comman1327175M

Knjiga *Globalni ekran: Od filma do smartfona*, čiji su autori Žil Lipovecki i Žan Seroa objavljena je u izdavačkoj kući *Akademski knjiga* iz Novog Sada. Prvo izdanje pojavilo se u Francuskoj 2007, a drugo 2011. godine. Ova knjiga poslužila je i kao predložak za izložbu *Globalni ekran*, posvećenu fenomenu umnožavanja različitih vidova ekrana u savremenom svetu, koja je postavljena u *Centru za savremenu kulturu* i *Muzeju savremene umetnosti* u Barseloni januara 2012. godine.

Knjiga *Globalni ekran* podeljena je na tri dela, koji sadrže deset poglavlja. U uvodu autori daju značajne smernice za razumevanje fenomena koje analiziraju, upućujući čitaoce na višeznačnost sintagme *globalni ekran*. U najširem smislu, o *globalnom ekranu* se može govoriti u kontekstu umnožavanja i sveprisutnosti ekrana u svim aspektima našeg života danas, što je rezultat razvoja novih informaciono-komunikacionih tehnologija, ali i u užem smislu, direktnije vezano za film, u kontekstu višestrukih uticaja i promena koje pogađaju svet filma danas.

---

<sup>1</sup> Kontakt sa autorkom: mihajlovj@yahoo.com.

Žil Lipovecki i Žan Seroa pristupaju svom istraživanju ukazujući na fenomen umnožavanja različitih ekrana u savremenom svetu koji traje nekoliko decenija: od prvobitnog, filmskog ekrana, koji je dugo bio jedini, odnosno bioskopskog platna, da bi danas nastupilo doba sveprisutnosti ekrana ili kako oni to nazivaju *epoha globalnog ekrana*. Od druge polovine XX veka broj ekrana se stalno povećavao, od pojave televizije, ekrana kompjutera, reklamnih ekrana, ekrana video-nadzora, smartfona i brojnih drugih aparata koji su danas svuda prisutni i koji su prodrli u sve aspekte naših života. Ovaj proces „ekranske globalizacije“ podstakao je mnoštvo pitanja o njihovom uticaju.

Autori pristupaju analizi fenomena *globalnog ekrana* analiziranjem promena koje pogađaju prvobitni, filmski ekran. U tom kontekstu pojavljuju pitanje o statusu filma, pored ostalog: „Kako opisati svet sedme umetnosti kad filmski ekran gubi primat? Šta se u multiekranskom svetu dešava sa estetikom sedme umetnosti, njenom recepcijom, pa i ekonomijom? Kakav je njen položaj kada se filmovi, zapravo, gledaju izvan zamračenih sala? Ostaje li kinematografija značajna kulturna referenca kada bioskopske filmove u pogledu gledanosti sve više potiskuju serije i televizijski filmovi?“ (str. 25). Da li doba *globalnog ekrana* najavljuje „smrt filma“?

Lipovecki i Seroa u ovoj knjizi polaze od teze da promene ne najavljuju nestanak filma, već da je film danas, iako je izgubio dominantan položaj kakav je imao ranije, prisutan na jedan sasvim drugačiji način, tako što se *filmski duh*, njegov *mehanizam velikog spektakla i star-sistema* proširio na ostale ekrane. „Što je film više izložen konkurenciji i potiskivan od strane neta, televizije, video-igara, prenosa sportskih spektakla, to više njegova suštinska estetika osvaja čitave delove ekranske kulture.“ (str. 38). Na taj način autori ukazuju na to da doba globalnog ekrana ne unazađuje film već dovodi do sveobuhvatne promene u svim njegovim aspektima, koja se nikad ranije nije dešavala takvim intenzitetom. U skladu sa tim, Lipovecki i Seroa ističu da su sebi postavili dva cilja – razumevanje potpuno novog filmskog poretka koji prati globalizaciju i razumevanje mesta i funkcije filma u kulturi sve prisutnijeg ekrana.

U prvom delu knjige koji nosi naziv *Logike hiperfilma*, autori kroz četiri poglavlja promišljaju pojavu novog filma i predlažu koncept *hiperfilm*. Odbacujući termin *postmoderna*, pošto smatraju da nije odgovarajući za objašnjenje sveobuhvatne promene koja se desila u društvu krajem sedamdesetih, a posebno osamdesetih godina XX veka, autori zastupaju ideju da se tada prešlo na najviši

stepen modernosti i da je društvo tada postalo *hipermoderno*. Na osnovu toga dalje razvijaju svoju tezu o filmu koji prelazi u fazu *nove modernosti* – odnosno fazu *hipermodernog filma*. Radikalnost promene u odnosu na prethodne faze razvoja filma je u tome što ona pogađa sve oblasti filmskog stvaralaštva – proizvodnju, distribuciju, marketing, filmsku estetiku, stil i potrošnju.

Lipovecki i Seroa predlažu tri značajna koncepta karakteristična za *hipermoderni film* – *slika-eksczes*, *slika-multipleks* i *slika-distanca*, koji se odnose na tri važna procesa – proces *hiperbolizacije*, proces *deregulacije*, *formalnog usložnjavanja* filmskog prostor-vremena i proces *autoreferentnosti*. Analiziraju svaki od ovih konceptata pojedinačno i detaljno ih obrazlažu kroz preostala tri poglavlja. Objasnjavajući prvi od ova tri koncepta, *slika-eksczes*, koji predstavlja, kako sami kažu Delezovu klasifikaciju („slika-pokret“ i „slika-vreme“), ukazuju na jednu sveopštu logiku prekomernosti, preterivanja, prezasićenosti kao bitnu karakteristiku hipermodernog filma koja pogađa sve njegove aspekte – boju, zvuk, brzinu ali i telo, seks, nasilje koje postaje *ultranasilje* i dr. Autori konstatuju da „Kao što hipermoderno društvo karakteriše proliferacija hiperboličkih fenomena (berzanskih i digitalnih, urbanih i umetničkih, biotehnoških i potrošačkih), ono što je karakteristično za hiperkinematografiju je višestruka jurnjava napred, nagli uspon svih elemenata koji čine njen svet.“ (str. 87)

U drugom delu knjige pod naslovom *Neomitologije* autori se fokusiraju na transformaciju nekih od filmskih žanrova i dominaciju određenih tema. Započinju poglavljem posvećenim dokumentarnom filmu (*Dokumentarni film ili revanš Limijera*) u kojem ukazuju na renesansu dokumentarnog filma danas, analizirajući promene koje je pretrpeo kao i veliku raznolikost tema koje neodokumentarci obrađuju. Objasnjavaju da ovu revitalizaciju karakteriše ne samo porast broja dokumentarnih filmova već i činjenica da oni nisu više prisutni samo na televiziji; njihova gledanost u bioskopima značajno raste, nekad i do neslućenih razmera, što ilustruju *Kraljevsko putovanje* (*La marche de l'empereur*), *9/11 Majkla Mura* i Al Gorov film *Neprijatna istina* (*An Inconvenient Truth*). Promene pogađaju gotovo sve aspekte dokumentarnog filma, a objašnjenje njegovog poleta autori nalaze u tri serije socijalnih i kulturnih transformacija u društvu koje su se odrazile na sedmu umetnost a analizirane su u ovom poglavlju.

Na primeru prikaza *istorijskog*, u šestom poglavlju, autori ukazuju na promenu odnosa hipermodernog društva prema prošlosti koje su se odrazile i na

film. Autori ukazuju na tendenciju sveopšteg oživljavanja prošlosti, ali i na pojavu jednog vida „hibridizacije“ u hipermodernom filmu – prošlost i sadašnjost se prepliću i mešaju a prošlost je često aktuelizovana u skladu sa sadašnjim momentom. Analizirajući promene koje su pratile tretman istorijskih tema u filmu, osim ovog fenomena, Lipovecki i Seroa ukazuju i na svojevrsnu pluralizaciju pojedinačnih istorija koje podrivaju jedinstveni model „Istorije“, što je karakteristika hipermodernog doba koja se odrazila na film.

U poslednjem poglavlju drugog dela knjige (*Sinemapolis*), autori se osvrću na tretman aktuelnih tema, društvenih pitanja i problema *hipermodernog doba* koje savremeni film obrađuje: *tehnouku, tržište, demokratiju i individu*. Negativne posledice tehnološkog razvoja i rizici koje sobom nosi, posledice ekonomsko-finansijske globalizacije, ljudska prava – sve ono što čini društvenu stvarnost, ali sa druge strane i posebno mesto koje pripada pojedincu, individualnoj egzistenciji, teme su koje zauzimaju važno mesto i koje se iz različitih uglova i na drugačiji način obrađuju u hipermodernom filmu.

Osmo poglavlje (*Od velikog do malog ekrana*) posvećeno je analizi promena do kojih dovodi pojava televizije tokom druge polovine XX veka, posledicama koje ona ima na različite aspekte filma i njegov promenjen status kao i analizi uticaja filma na televiziju. Iako postoji čitav niz značajnih razlika između televizije i bioskopa, koje obuhvataju kako sociološke tako i psihološke i kulturne aspekte, autori uočavaju da u doba *hiperfilma* dolazi do slabljenja oštre polarizacije između filma i televizije i relativizacije zbog promene odnosa između dva ekrana među kojima se više ne može povlačiti jasna granica. Lipovecki i Seroa se ovde kroz analizu odnosa između filma i televizije eksplicitnije fokusiraju na svoju polaznu tezu, da danas, kada je film potisnut u drugi plan u odnosu na nove ekrane koji se umnožavaju, kroz ostale ekrane trijumfuje *filmski duh*, specifičan mehanizam spektakularizacije i *star-sistema*. Analizirajući isto u kontekstu televizije, autori pored ostalog ukazuju i na fenomen da televizijske serije, rijaliti emisije, pa i sport preuzimaju neke od najvažnijih aspekata filma. *Spektakularizacija* i mehanizam *star-sistema* nisu više isključivo vezani za film, pa se tako danas osim filmskih zvezda pojavljuju i televizijske zvezde – glumci popularnih serija, poznati sportisti, pa i „običan svet“ koje predstavljaju učesnici rijaliti emisija.

Deveto poglavlje (*Ekran reklama*) autori su posvetili istraživanju odnosa između filma i reklame, ukazujući na umnožavanje i jačanje različitih vidova

povezivanja i pozajmica kao i tendenciju ublažavanja oštre granice između filma i reklame, što se manifestuje u različitim formama. U tom smislu, Lipovecki i Seroa pored ostalog analiziraju široko rasprostranjenu pojavu promovisanja različitih brendova u filmovima, koja mada je odavno prisutna, danas dostiže neslućene razmere. Sa druge strane, analiziraju fenomen ekstremnog rasta budžeta za promociju filmova putem najrazličitijih vidova reklamiranja.

Poslednje poglavlje svoje studije (*Ekran svet*) autori direktnije posvećuju razmatranju fenomena ekspanzije ekrana danas, koju nazivaju i *ekranska eksplozija*. Ovde se vraćaju na sva ona pitanja koja su pokrenuta ranije i preispituju uticaj ove ekspanzije do koje dolazi posebno pojavom interneta kada ona ulazi u treću fazu razvoja, pojačava se, ali što je mnogo značajnije, dovodi i do umrežavanja različitih ekrana. U ovom poglavlju autori se bave i sve rasprostranjenijom pojavom video-nadzora, preispituju međusobne uticaje video-igrice, muzičkih spotova sa jedne i filma sa druge strane. Nove forme ekrana definišu kao ambijentalne i ekspresivne, ali i značajne za razvoj video i digitalne umetnosti i sve prisutnijih amaterskih snimaka. Autori preispituju suprotstavljene stavove kada su u pitanju posledice globalnog širenja i umrežavanja ekrana: onih, koji na ovo stanje gledaju kao na izvor novih mogućnosti i onih koji u njemu vide pretnju, pored ostalog i za ostvarivanje društvenih veza i komunikaciju bez posredovanja ekrana i izvan sajber prostora. Pisci više naginju jednom optimističkom pogledu: smatraju da ovakav razvoj situacije ipak ne predstavlja značajnu smetnju za nove oblike društvenosti i aktivnosti koji se i dalje uspešno razvijaju. Takvo stanje nazivaju ironijom naše epohe: „Što više naš svet postaje nematerijalan i virtuelan, to više prisustvujemo usponu kulture koja valorizuje senzualizaciju, erotizaciju, hedonizaciju postojanja“. (str. 293)

Jedan od značajnih aspekata ekranske globalizacije predstavlja i sveprisutnost video nadzora čije posledice autori preispituju iz dva ugla – gubljenja privatnosti sa jedne strane, i potrebe za ovim merama iz aspekta bezbednosti, sa druge. Autori posebnu pažnju posvećuju analizi fenomena video-igrice, koje se danas razvijaju do forme virtuelnog života, poput fenomena *Second Life*, kao i analizi različitih međusobnih uticaja i pozajmica između filmova i video-igrice. U tom kontekstu proučavaju i razvoj muzičkih spotova analizirajući na koji način se na video-spotove proširio *filmski duh*, ali i na koji način je on uticao na amatersko snimanje koje dostiže ogromne razmere i zauzima posebno mesto u hipermodernoj kulturi.

Preokrećući ideju o „smrti filma“ u izvesnom smislu u njegovu prednost, odnosno, posmatrajući kraj njegove dominacije ali i rast kulturnog uticaja, Žil Lipovecki i Žan Seroa u ovoj knjizi svoje tvrdnje ilustruju brojnim primerima, obuhvatajući pritom širok raspon filmova od holivudskih blokbastera do nezavisnog filma malih producenstskih kuća, isključujući pritom estetsko i vrednosno prosuđivanje i fokusirajući se na relevantnost filmova za temu koju obrađuju. Iako centralno mesto njihovog istraživanja pripada filmu, autori istovremeno pružaju i prikaz razvoja mnogobrojnih, drugih „ekrana“, ali što je još značajnije, analiziraju i promene koje se dešavaju u, kako ga oni nazivaju, hipermodernom društvu.

## Uputstvo autorima

Časopis *CM* objavljuje teorijske radove, pregledne radove i izvorne istraživačke radove, iz naučnih disciplina relevantnih za oblast upravljanja komuniciranjem. Pored toga *CM* objavljuje i aktuelne stručne radove, prevedene radove, tematske bibliografije, prikaze knjiga, izveštaje, stručne informacije i strukovne vesti. Za objavljivanje u časopisu prihvataju se isključivo originalni radovi koji nisu prethodno objavljivani i nisu istovremeno podneti za objavljivanje negde drugde, što autor garantuje slanjem rada. Svi radovi se anonimno recenziraju, posle čega redakcija donosi odluku o objavljivanju i o tome obaveštava autora u roku od najviše šest meseci. Rukopisi se šalju elektronskom poštom.

### Adresa redakcije je:

Centar za usmeravanje komunikacija d.o.o, Maksima Gorkog 32,  
21000 Novi Sad, Srbija;

**E-mail:** cm@fpn.bg.ac.rs .

Rad priložen za objavljivanje treba da bude pripremljen prema standardima časopisa *CM* da bi bio uključen u proceduru recenziranja. Neodgovarajuće pripremljeni rukopisi biće vraćeni autoru na doradu.

### *Standardi za pripremu rada*

**Obim i font.** Rad treba da bude pripremljen u programu Microsoft Word, format stranice A4, font Times New Roman, (font size: 11), tastatura Serbian (Latin), jednostrukog proreda (Line spacing: Single). Maksimalni obim originalnih naučnih i preglednih radova je 24 strane, stručnih i prevedenih radova do 6 strana, izveštaja, prikaza, tematskih bibliografija 2 do 3 strane.

**Naslov rada.** Ispod naslova rada piše se ime (imena) autora i pun naziv institucija (institucije) u kojoj radi (rade). Uz ime autora (prvog autora) treba staviti fusnotu koja sadrži elektronsku adresu autora. Ukoliko rad potiče iz doktorske ili magistarske teze u fusnoti treba da stoji i naziv teze, mesto i fakultet na kojem je odbranjena. Za radove koji potiču iz istraživačkih projekata treba navesti naziv i broj projekta, finansijera i instituciju u kojoj se realizuje.

**Rezime.** Rezime dužine 150-300 reči nalazi se ispod naslova rada i sadrži cilj rada, primenjene metode, glavne rezultate i zaključke. Rezime (summary) u proširenom obliku (do 1/10 dužine rada), uz naslov teksta i ključne reči na engleskom jeziku nalazi se na kraju rada.

**Ključne reči.** Ključne reči (najviše deset) se navode iza rezimea. Pišu se malim slovima i odvojene su kosom crtom. Rezime i ključne reči treba da budu na srpskom i jednom od svetskih jezika.

**Osnovni tekst.** Radove treba pisati jezgrovito, razumljivim stilom i logičkim redom koji, po pravilu, uključuje uvodni deo s određenjem cilja ili problema rada, opis metodologije, prikaz dobijenih rezultata, kao i diskusiju rezultata sa zaključcima i implikacijama.

**Reference u tekstu.** Kada se citira referenca unutar teksta, koristiti: (prezime autora, godina izdanja). Ako autori iz različitih referenci imaju isto prezime, koristiti i inicijale autorovog imena u citatu, npr. (Hamilton, C. L., 1994) odnosno C. L. Hamilton (1994). Ako se dva ili više autora citiraju na istom mestu, treba ih navesti abecednim redom u okviru istog citata, razdvojene tačkazarezom, npr. (Brown, 1991; Smith, 2003). Strana imena pisati transkribovana, a kod prvog navođenja iza imena u zagradi staviti ime u originalu uz godinu publikovanja rada, npr. Pijaže (Piaget, 1960). Kada su dva autora rada, navode se prezimena oba, dok se u slučaju većeg broja autora navodi prezime prvog i skraćena „i sar.”.

**Citati.** Citate ubaciti na za to odgovarajuća mesta u tekstu dokumenta (vidi primere). Svaki citat, bez obzira na dužinu, treba da prati referenca sa brojem strane uz obavezne znakove navoda na početku i na kraju citata. Za svaki citat duži od 350 znakova autor mora da ima i da priloži pismeno odobrenje vlasnika autorskih prava. Kod citiranja ili pozivanja na izvor iza citata navesti u zagradi prezime autora, godinu izdanja i stranicu, pismom kojim je štampan izvor na koji se poziva.

*Primer:* (Veber, 1976: 341); (Weber, 1989: 59).

**Spisak literature / Lista referenci.** Prikupiti pune bibliografske podatke izvora iz kog su preuzete informacije, uključujući i brojeve relevantnih stranica. Lista referenci sadrži samo knjige, članke i dr. izvore citirane u tekstu. Za razliku



od nje, bibliografija/spisak literature predstavlja spisak relevantnih izvora ili materijala za dalje čitanje. Na kraju teksta treba priložiti spisak literature koja je navođena u tekstu. Kod navođenja literature u spisku literature na kraju spisa takođe se koristiti pismom kojim je štampan izvor na koji se poziva. Lista referenci se organizuje abecednim redom po prezimenu autora. Kada delo nema autora, navodi se naslov dela i sortira u listi ili bibliografiji prema prvoj reči u naslovu, sa uvlačenjem drugog i narednih redova reference (Word: Format/paragraf/indentation/ special: hanging), na način kako je to prikazano u primerima, kako bi se naglasio abecedni red. Kada je u pitanju delo više autora, u slučajevima sa dva do pet autora dela, navode se prezimena i inicijali svih, dok se u slučaju šest i više autora navodi prezime i inicijali prvog i skraćeniica, „i sar.“. Kada se isti autor navodi više puta, poštuje se redosled godina u kojima su radovi publikovani. Ukoliko se navodi veći broj radova istog autora publikovanih u istoj godini, radovi treba da budu označeni slovima uz godinu izdanja npr. 1999a, 1999b... Navođenje neobjavljenih radova nije poželjno, a ukoliko je neophodno treba navesti što potpunije podatke o izvoru.

*Ako je u pitanju knjiga*, „bibliografski podaci“ treba da sadrže:

Prezime, inicijale autora/urednika (godinu izdanja). *Naslov dela*. Mesto izdavanja: Izdavač.

*Primeri:*

Bausch, P, Haughey M. i Hourihan M. (2004). *We Blog: Publishing Online with Weblogs*. NY: L&A Associates.

Conway F. i Siegelman J. (2005). *Dark Hero of the Information Age*. New York: Perseus Group.

Guerin, W. L. i sar. (2005). *A handbook of critical approaches to literature*. New York: Oxford University Press.

Луман, Н. (2001a). *Друшћивени системи: Основи ојшће теорије*. Нови Сад: Издавачка књижарница Зорана Стојановића.

Luhmann, N. (2001b). *Znanost društva*. Zagreb: Politička kultura.

*Makluanova galaksija*, Zbornik (1971). Beograd: Narodni Univerzitet Braća Stamenković.

**Poglavlje u knjizi** navodi se na sledeći način:

Luhman, N. (1986). The autopoiesis of social systems. U knjizi Geyer F. and Van.d. Teuwen J. (ur.), *Sociocybernetic paradoxes: Observation, control and evolution of self-steering systems* (172–192) London: Sage.

*Ako je u pitanju novinski članak*, neophodno je navesti sledeće podatke:

Prezime, inicijale autora članka (godinu, datum izdanja). Naslov članka. *Naslov žurnala*, **broj izdanja/volumena**, brojeve strana.

*Primer:*

Luhmann, N. (1992). Autopoiesis: What is Communication? *Communication Theory*, **2** (3), 251–259.

**Web dokument.** Za sve informacije sa **elektronskih medija** pored gore navedenih podataka treba navesti datum pristupanja informacijama, ime baze podataka ili tačnu web adresu (URL):

Prezime, ime autora (godina). *Naziv dokumenta* (kurzivom). Datum kada je sajt posećen, internet adresa sajta.

*Primeri:*

Degelman, D. (2000). *APA Style Essentials*. Posećeno 18. 5. 2000. URL: <http://www.vanguard.edu/psychology/apa.pdf>

Sopensky, E. (2002). Ice rink becomes hot business. *Austin Business Journal*. Posećeno 16. 10. 2002. URL: <http://www.bizjournals.com/austin/stories/2002/10/14/smallb1.html>

**Slike i tabele.** Slike (crteži, grafikoni, sheme) i tabele se mogu pripremiti kompjuterskom ili klasičnom tehnologijom (tušem na paus papiru). Svaka ilustracija i tabela mora biti razumljiva i bez čitanja teksta, odnosno, mora imati redni broj, naslov i legendu (objašnjenja oznaka, šifara i skraćenica). Prilažu se na posebnim listovima papira, bez paginacije, klasifikovane po vrstama i numerisane unutar svoje kategorije (na primer, tabele 1, 2, 3... grafici 1, 2, 3...). Redni broj slike ili tabele, kao i prezime autora upisati na poledini grafitnom olovkom. Prikazivanje istih podataka tabelarno i grafički nije dozvoljeno.

**Statistički podaci.** Rezultati statističkih testova treba da budu dati na sledeći način:  $F=25.35$ ,  $df=1,9$ ,  $p < .001$  ili  $F(1,9)=25,35$ ,  $p < .001$  i slično za druge testove. Za uobičajene statističke pokazatelje ne treba navoditi formule i reference.

**Fusnote i skraćenice.** Fusnote treba koristiti samo za propratne komentare. Skraćenice, takođe, treba izbegavati osim izuzetno poznatih.

Ukoliko želite da se pretplatite na CM, pošaljite nam svoje podatke (ime i prezime, adresa) na e-mail: [cdc@nscable.net](mailto:cdc@nscable.net).

Radovi za sledeći broj časopisa CM primaju se do 15. oktobra 2013. godine.

