

# CM

COMMUNICATION AND MEDIA  
KOMUNIKACIJA I MEDIJI

Upotreba digitalnih platformi za potrebe političke propagande:  
slučaj lažne Fejsbuk stranice protesta Protiv diktature  
Dalibor Petrović

„Šetam da ne emigriram!": aktivizam i emigracija  
iz perspektive učesnika protesta Protiv diktature  
Jelisaveta Petrović

Vizuelno uokvirivanje protesta Protiv diktature  
Aleksandra Krstić, Ana Milojević, Jelena Kleut

Više od fudbala: izveštavanje medija o učešću reprezentacije Srbije  
na Svetskom fudbalskom prvenstvu 2018. godine  
Smiljana Milinkov, Zoran Strika

Jezik i stil Nušićevih kolumni  
Jelena Spasić

Društveni pokreti u digitalnoj eri  
Predrag Bajić

**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)  
Krstić Aleksandra, University of Belgrade (Serbia)  
Kunelius Risto, University of Tampere (Finland)  
Lauk Epp, University of Jyväskylä (Finland)  
Labudović Boris, Communication Direction Institute (Serbia)  
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

## COMMUNICATION AND MEDIA KOMUNIKACIJA I MEDIJI

---

Broj 44, godina XIII 2018

№ 44, Vol 13 2018

---

- Upotreba digitalnih platformi za potrebe političke propagande:  
slučaj lažne Fejsbuk stranice protesta *Protiv diktature* 5–34  
Dalibor Petrović
- „Šetam da ne emigriram!": aktivizam i emigracija  
iz perspektive učesnika protesta *Protiv diktature* 35–56  
Jelisaveta Petrović
- Vizuelno uokvirivanje protesta *Protiv diktature* 57–92  
Aleksandra Krstić, Ana Milojević, Jelena Kleut
- Više od fudbala: izveštavanje medija o učešću reprezentacije Srbije  
na Svetskom fudbalskom prvenstvu 2018. godine 93–116  
Smiljana Milinkov, Zoran Strika
- Jezik i stil Nušićevih kolumni 117–144  
Jelena Spasić
- Društveni pokreti u digitalnoj eri 145–152  
Predrag Bajić
- Uputstvo autorima 153

# CM

COMMUNICATION AND MEDIA  
KOMUNIKACIJA I MEDIJI

**Izdavači/Publishers:**

Institut za usmeravanje komunikacija, Novi Sad / Communication Direction Institute  
Fakultet političkih nauka, Beograd / Faculty of Political Sciences, Belgrade

**Glavni i odgovorni urednik/Editor:**

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

**Za izdavače/Official representatives:**

Dragan Simić,  
dekan Fakulteta političkih nauka u Beogradu/Dean of the Faculty of Political Sciences in Belgrade  
Boris Labudović,  
Institut za usmeravanje komunikacija / Communication Direction Institute

**Adresa redakcije/Editorial office:**

Bulevar Mihajla Pupina 25, 21101 Novi Sad  
Telefon: +381 (0)21 / 301-2358; cm@fpm.bg.ac.rs

**Prepress:** Blur Studio, Novi Sad

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

CIP – Каталогизација у публикацији  
Народна библиотека Србије, Београд

316.774

**CM** : Communication and Media = Komunikacija  
i mediji / glavni i odgovorni urednik Miroljub Radojković.  
– God. 13, br. 44 (2018) – . – Novi Sad : Institut za  
usmeravanje komunikacija ; Beograd : Fakultet političkih  
nauka, 2016– (Beograd : Čigoja štampa). – 24 cm

Tri puta godišnje. – Tekst na srp. i engl. jeziku. – Je nastavak:  
CM. Communication Management = ISSN 1452-7405. –  
Drugo izdanje na drugom medijumu: CM. Communication  
and Media (Online) = ISSN 2466-5452  
ISSN 2466-541X = CM. Communication and Media  
COBISS.SR-ID 227945484

# Upotreba digitalnih platformi za potrebe političke propagande: slučaj lažne Fejsbuk stranice protesta Protiv diktature

Dalibor Petrović<sup>1</sup>

Univerzitet u Beogradu, Saobraćajni fakultet, Srbija

doi: 10.5937/comman13-20613

***Sažetak:** Sve intenzivnija kriza poverenja u tradicionalne medije dovela je do toga da se ključna borba za kontrolu javne sfere danas odvija u sajberprostorima interneta. Ovi trendovi su posebno izraženi u takozvanim umreženim autokratijama, režimima koji su uspostavili čvrstu kontrolu nad mejnstrim medijima, ali koji su isto tako razvili delotvorne strategije i tehnike za borbu sa političkim oponentima na digitalnim platformama. U umreženim autokratijama na delu je poseban vid političke propagande koja se može okarakterisati kao kompjuterizovana propaganda koja se odvija uz pomoć digitalnih platformi, političkih botova i Interneta stvari. Osnovna uloga kompjuterizovane propagande nije, toliko, prenošenje pozitivne slike onoga u čije ime se ona sprovodi već, pre svega, zagađivanje i polarizacija javnih prostora interneta sa ciljem odvratanja što većeg broja ljudi od društveno-političkog onlajn aktivizma. Srbija je jedna od zemalja koja ima veoma razvijenu kompjuterizovanu propagandu, bilo da govorimo o broju ljudi koji u ime vladajućih struktura i za njihov račun propagandno deluje na internetu bilo da govorimo o obimu njihovih akcija. Jedan od primera njihovog dejstva činilo je pokretanje lažne Fejsbuk stranice protesta Protiv diktature, sa ciljem izazivanja konfuzije kod pristalica ovog protesta. Naša empirijska studija pokazuje da su pokretači ove stranice bili vrlo uspešni u sprovođenju svoje kampanje, doprinoseći tome da jedan od najvećih antivladinih protesta u postmiloševićevskoj eri relativno brzo i, po vlast, bezbolno bude okončan.*

***Ključne reči:** digitalne platforme, propaganda, trolovi, botovi, Fejsbuk, protest Protiv diktature*

---

<sup>1</sup> Kontakt sa autorom: d.petrovic@sf.bg.ac.rs.

## 1. Uvod

U doba sveopšte tehnološke umreženosti reći da onaj ko kontroliše tokove komunikacija u svojim rukama drži ključeve naše sudbine i nije neka mudrost. Međutim, pretendovati na to da se tvrdi da zaista postoji neko ko kontroliše tokove komunikacija, pa bile to čak i autokratske države ili moćne medijske korporacije, predstavlja očigledan izraz nerazumevanja funkcionisanja umreženog društva. Između potpune kontrole i potpune slobode komuniciranja leži široko bojno polje na kojem se u svakom trenutku odvija bezbroj manjih i većih sukoba u želji da se osvoji jedno ili drugo, u zavisnosti od pozicija sa kojih se u ovoj borbi nastupa. Manuel Kastels (2014) je u pravu kada tvrdi da najosnovniji oblik moći leži u sposobnosti da se oblikuje ljudski um, odnosno da je suštinski izvor moći u jednom društvu moć kontrole informacija i tokova komunikacije. Međutim, Kastels je isto tako u pravu i kada kaže da se proces formiranja i upotrebe odnosa moći suštinski promenio u novom organizacionom i tehnološkom kontekstu koji je nastao usled razvoja globalnih digitalnih mreža komunikacije koje predstavljaju fundamentalni sistem za obradu simbola u vremenu u kojem živimo. Drugim rečima, stvari su daleko komplikovanije danas nego što su bile pre nekoliko decenije zato što su savremeni tokovi komunikacija, poput kapi-lara u telu, sada toliko razgranati da ih je praktično nemoguće sve kontrolisati.

U skladu sa rečenim, predmet ovog rada će činiti analiza strategija i tehnika za kontrolu diskursa u javnim prostorima interneta, kao jednim od nekoliko ključnih bojišta u okviru kojih se konstituiše javna sfera savremenih društava. Ipak, treba imati na umu da iako je njihova uloga *de facto* komunikaciona, digitalni mediji interneta imaju različite funkcije kada ih posmatramo kao sredstvo političke borbe. U tom smislu, pristup analizi njihove uloge zavisi od toga koji će aspekt njihove komunikacione funkcije biti obrađen, budući da se mogu analizirati najmanje na tri različita nivoa: 1) kao sredstvo za prikupljanje, obradu i diseminaciju informacija, 2) kao sredstvo za organizaciju društvene akcije i 3) kao komunikacioni prostor, odnosno javna sfera (Polat, 2005). U skladu sa tim, ako internet analiziramo iz perspektive njegovih efekata ili domašaja u sferi političke borbe, onda mu se može prići kao sredstvu za političku propagandu, kao sredstvu za mobilizaciju postojećih i regrutaciju novih pristalica, odnosno kao sredstvu za kreiranje javnog diskursa (Petrović, 2016). Za potrebe ovog rada mi ćemo se pre svega baviti kompjuterizovanom propagandom kao specifičnim vidom političke propagande na internetu.

## 2. Kriza poverenja u tradicionalne medije

Teza od koje u ovom tekstu polazimo jeste da u novom organizacionom i tehnološkom kontekstu dolazi do sada nezabeležene erozije poverenja u ključne institucije demokratskih društava. Kriza poverenja u institucije nije naravno uzrokovana novim tehnologijama budući da se ovde radi o procesima dugog trajanja ali novi komunikacioni mediji svakako doprinose njihovom daljem ogoljavanju što posledično samo produbljuje jaz između građana i institucija. U takvim okolnostima dolazi do jedne vrste krize legitimiteta pri uspostavljanju kontrole nad javnim diskursom zbog toga što mejnstrim mediji<sup>2</sup> gube svoj ugled i poverenje, dok sa druge strane društveni mediji interneta nikako ne uspevaju da popune prazninu koja nastaje delimičnim povlačenjem mejnstrim medija iz javne sfere.<sup>3</sup> U skladu sa tim, Benet i Livingston (Bennett & Livingston, 2018) ističu da su javne sfere u mnogim društvima postale podeljene i poremećene zbog toga što se osnovni postulati demokratskog društva sve više urušavaju. Oni ovde posebno ističu probleme koji se odnose na: a) kredibilne informacije b) koje bi trebalo da odašilju društvene i političke institucije c) i koje su namenjene publici koja im veruje.

Za razliku od nekadašnjeg perioda kada smo imali daleko veće poverenje građana u institucije a daleko manje informacija u opticaju bilo je mnogo jednostavnije držati štetne ili opasne narative pod kontrolom. Međutim, danas je situacija dijametralno suprotna. Poverenje u institucije je potpuno erodiralo dok sa druge strane imamo bujanje informacija iz različitih izvora od kojih mnogi ne prolaze nikakvu vrstu filtriranja.

Tako, Galupova istraživanja pokazuju da je poverenje Amerikanaca u masovne medije poslednjih godina na najnižem nivou u istoriji merenja (Swift, 2004). Slična je situacija i u Evropi. Generalni nalaz izveštaj EBU (2018), koji

---

<sup>2</sup> Kada govorimo o tradicionalnim medijima onda u vidu imamo štampu, radio i televiziju kao tehnologije za isporučivanje medijskog sadržaja. Kada govorimo o mejnstrim medijima onda u vidu imamo medijske organizacije i korporacije koje svoj posao obavljaju uz pomoć tradicionalnih medija.

<sup>3</sup> Javnu sferu razumemo u skladu sa Splichalovim shvatanjem koji je vidi kao arenu u kojoj se civilno društvo informiše i razmenjuje ideje i mišljenja s drugim društvenim faktorima, predstavnicima dvaju preostalih područja, područja države i privrede (Splichal, 2014: 9). Osim javnosti, odnosno građana, javnu sferu sačinjavaju (1) državne vlasti, političke stranke, interesne skupine, političari, vlasnici medija, komercijalne korporacije, poslovna elita i slični faktori kao su autori i adresati javnog mnijenja, i (2) medijski radnici – novinari, urednici i izdavači – koji uspostavljaju dnevni red i javni diskurs (Splichal, 2014).

je rađen na osnovu podataka Eurobarometra Evropske komisije,<sup>4</sup> jeste da poverenje Evropljana u medije nikada nije bilo niže. U skandinavskim zemljama još uvek se najviše veruje tradicionalnim medijima dok, sa druge strane, građani istočne Evrope, ukoliko uopšte veruju medijima, poverenje češće poklanjaju internetu umesto tradicionalnim medijima. Ipak, ovaj izveštaj pokazuje da 2017. godine dolazi do laganog oporavka tradicionalnih medija dok sa druge strane mediji interneta postepeno gube poverenje svojih korisnika. Ovaj preokret se desio u proteklih godinu do dve dana, pre svega zbog skandala koji je bio povezan sa curenjem privatnih podataka sa Fejsbuka (Facebook) i sa time povezanih netransparentnih aktivnosti konsultantske firme Kembridž analitika (Cambridge Analytica).<sup>5</sup>

Slični su nalazi i Rojtersovog instituta za novinarstvo koji u svom godišnjem izveštaju o upotrebi digitalnih medija za 2018. godinu nalazi da je poverenje u izveštavanje i medije i dalje na zabrinjavajuće niskom nivou u većini od blizu 40 analiziranih zemalja širom sveta (Newman et al., 2018). Ovo nepoverenje je velikim delom rezultat poplave lažnih vesti i percepcije da su politički interesi povezani sa njihovim širenjem. Zanimljivo je da i ovaj izveštaj nalazi da, po prvi put, opada ili stagnira upotreba društvenih medija kao izvora informisanja ali se zato u tu svrhu sve više koriste personalizovani digitalni mediji, odnosno, mesindžeri poput Votsapa (WhatsApp). Drugim rečima, ljudi se sve više oslanjaju jedni na druge i na lično poverenje kada je reč o distribuciji i recepciji informacija putem interneta.

Generalno, različita istraživanja pokazuju da je jedna od važnijih posledica krize poverenja u tradicionalne medije okretanje građana ka alternativnim izvorima informisanja, pre svega medijima interneta.<sup>6</sup> Do ovakvih zapažanja recimo dolaze Flečer i Park nakon istraživanja sprovedenog u 11 zemalja, kojim je bilo obuhvaćeno 21.524 ispitanika (Fletcher & Park, 2017). Jedan od osnovnih nalaza ovog istraživanja bio je da su oni sa nižim nivoom poverenja u tradicionalne medije skloniji da se okreću alternativnim medijima poput društvenih medija ili blogova kao izvoru vesti, kao i da su skloniji da se angažuju u različitim formama onlajn participacije poput komentaranja ili deljenja vesti. I druga istraživanja pokazuju da je opadanje poverenja u tradicionalne medije povezano

<sup>4</sup> Celokupni podaci dostupni su na: <http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinionmobile/index.cfm/Chart/index>

<sup>5</sup> Za više detalja pogledi u Vajdijanatan (2018).

<sup>6</sup> Posebno su mladi u grupi onih koji tragaju za alternativnim izvorima informisanja (Marwick & Lewis, 2017).



sa potrebom da se nalaze alternativni izvori informisanja ili da se kreiraju sopstvene vesti (Ceron, 2015; Ardèvol-Abreu, Hooker & Zúñiga, 2018).

U već pomenutom EBU istraživanju pokazuje se da one zemlje u kojima se mediji stavljaju pod čvrstu kontrolu države, internet i digitalne platforme srazmerno povećavaju svoj uticaj kao izvor informisanja. Recimo Srbija je jedna od samo tri države u kojima je došlo do izrazitog rasta poverenja u internet kao medij u periodu od 2012–2017. što se, slučajno ili ne, tačno poklapa sa periodom promene vlasti u Srbiji i intenzifikacijom podjarmljivanja mejnstrim medija, o čemu će više reći u drugom delu rada.

Neki autori smatraju da se kroz upotrebu novih komunikacionih tehnologija zapravo razvija novi tip sistemskog poverenja koje se, za razliku od društvenog poverenja zasnovanog na odnosu sa ljudima, bazira na kompleksnim strukturama sajber prostora gde se poverenje, namesto ljudima, poklanja digitalnim platformama. Naravno, ovaj koncept poverenja ne znači da ljudi apriori pružaju svoje poverenje Fejsbuku ili Tviteru, već da stepenuju svoj odnos poverenja prema njima u skladu sa očekivanim gubicima i dobitima (Haciyakupoglu & Zhang, 2015).

### 3. Umrežene autokratije

Kao što smo već napomenuli upotreba digitalnih platformi u svrhe političkog i građanskog aktivizma direktna je posledica stepena (ne)slobode mejnstrim medija. Zbog toga ne iznenađuje to što su ove platforme izuzetno popularne u autokratskim i nalik autokratskim režimima kakvi se, recimo, sreću u bivšim sovjetskim republikama, Latinskoj Americi ili nekim državama na jugoistoku Evrope,<sup>7</sup> gde dolazi do jedne vrste sinergije između autokratskih režima i novih komunikacionih tehnologija. Tako Mekinon zapaža da kada autokratski režim prigrli i prilagodi se neizbežnim promenama koje donose digitalne komunikacione tehnologije rezultat je „umreženi autokratizam“ (MacKinnon, 2011). Sličan naziv koristi i organizacija Fridom Haus (Freedom House, 2018) u svom izveštaju o slobodama na internetu koji u 2018. godini izlazi pod nazivom *Uzdizanje digitalnog autokratizma*.

<sup>7</sup> Srbija je u najnovijem izveštaju nezavisne organizacije Fridom Haus (Freedom House, 2019) posle 15 godina izgubila status „slobodne zemlje“ i prešla u status „delimično slobodnih zemalja“. Uz Nikaragvu, Tanzaniju i Venecuelu, Srbija je imala najveći zabeleženi pad građanskih sloboda u proteklih godinu dana. Razlozi koji se navode za ovakav status Srbije su pre svega pogoršavanje uslova za održavanje slobodnih izbora, zastrašivanja novinara i akumuliranje moći izvan ustavnih ovlašćenja u rukama jednog čoveka, predsednika Srbije Aleksandra Vučića.

U umreženoj autokratskoj državi, dok je jedan deo javne sfere pod čvrstom kontrolom, diskusija o aktuelnim političkim pitanjima buja na internetu, posebno na digitalnim platformama, poput Fejsbuka i Tvitiera (Twitter). Mekinon smatra da se na ovaj način stvara jedna vrsta iluzije građanskih sloboda. Pojedinci i grupe naizgled mogu slobodno da izraze svoje negodovanje na mreži, pa čak i da organizuju određene građanske akcije, ali se sve ovo odvija pod striktnim nadzorom države. Tako, kada umrežena autokratija proceni da je uticaj aktivnosti na internetu preveliki, ona kreće u njihovo agresivno suzbijanje koje može rezultovati ozbiljnim narušavanjem građanskih i ljudski prava i sloboda (MacKinnon, 2011). Provladine kampanje zastrašivanja zapravo više služe za to da upozore druge korisnike interneta da nema razlike između virtuelnog i realnog života i da ih u oba može sustići ruka vlastodržaca, nego što imaju za cilj da učutkaju najglasnije protivnike vlade. Zbog toga je umreženi autokratizam posebno efikasan u borbi protiv onih pojedinaca koji vide internet kao svoje прибежиште iz turobne političke realnosti a ne kao sredstvo za borbu protiv takve realnosti (Pearce & Kendzior, 2012).

Deiber i Rozinski ističu da umreženi autokratizam zapravo predstavlja novu, treću, generaciju u evolutivnom razvoju strategija za cenzuru i kontrolu interneta (Deibert & Rohozinski, 2010). Prva generacija odnosi se na direktne vidove cenzure sadržaja na internetu. Druga generacija predstavlja manipulaciju zakonima u cilju regulisanja sadržaja na internetu. Suština ovih manipulacija ogleda se u tome da se redefiniše šta je dozvoljeno objavljivati u okviru nacionalnog medijskog prostora sa ciljem da se obeshrabre blogeri i nezavisni mediji od objavljivanja kritičkog materijala na internetu, makar se radilo i o satiričnim mimovima (*internet mims*). Aktuelna, treća, generacija podrazumeva sofisticiranije vidove borbe za kontrolu interneta u vidu različitih kontra-kampanji čiji je cilj da zatrpaju sadržajem, diskredituju ili demorališu vladine protivnike (Deibert & Rohozinski, 2010).

Udarnu pesnicu umreženih autokratija čine *sajber trupe*, koje za potrebe vlade ili određene političke partije manipulišu javnim mnjenjem na internetu (Bradshaw & Howard, 2017; 2018). Poređenje sa trupama potiče i odatle što u ovim timovima postoji jasna hijerarhija i struktura odgovornosti, kao i koordinacija delovanja automatizovanih botova i ljudski trolova,<sup>8</sup> koji čine okosnicu sajber trupa.

<sup>8</sup> Ovdje je potrebno razrešiti jednu terminološku zbrku za potrebe domaćeg čitaoca. U stranoj literaturi pojam bot (od ro-bot) se odnosi na neljudske objekte, odnosno automatizovane agente tj. skripte čiji je osnovni zadatak da oponašaju interakciju sa realnim osobama. Botovi imaju primenu u različitim oblastima gde je potrebno servisirati

Istraživanja pokazuju da je praksa političkog botovanja i trolovanja u svetu poprimila veoma široke razmere proteklih godina, pogotovo u autokratijama ili režimima koji poprimaju autokratske karakteristike. Drastični primer predstavljaju kineske sajber trupe koje po nekim proračunima broje i do 2 miliona ljudi. Najčešći naziv za ove ljude je „partija 50 centi“ ili jednostavnije „50c“.<sup>9</sup> Procene su da kineska vlada, uglavnom preko partije 50c, godišnje odašilje 448 miliona komentara na digitalnim platformama (King, Pan & Roberts, 2017).

Drugi poznat primer predstavljaju takozvane farme trolova u Rusiji. Pretpostavlja se da se ruski trolovi „gaje“ u specijalizovanim kompanijama od kojih je najpoznatija *Agencija za istraživanje interneta* iz Sankt Peterburga, gde stotine ljudi za račun Ruske vlade šalje ogroman broj komentara i lažnih vesti kako za domaće tako i za globalne, geo-strateške, potrebe (Zelenkauskaite & Niezgodna, 2017; Kim et al., 2019). Po nekim saznanjima svaki trol ima bar desetak lažnih naloga koje paralelno vodi i dužan je da objavi najmanje 50 komentara na svakom od njih (Bennett & Livingston, 2018).

Međutim, prave razmere propagandnog rata na internetu mogu se sagledati u izveštajima Oksfordovog instituta za internet. U dva izveštaja koji pokrivaju 2017. i 2018. godinu Samanta Bredšou i Filip Hauard daju temeljan uvid u praksu onlajn propagande koju vrše botovi trolovi širom sveta (Bradshaw & Howard, 2017; 2018). Za samo godinu dana broj zemalja u kojima su zabeležena delovanja botova i trolova je porastao sa 28 na 48. U oba pomenuta

---

interakciju sa velikim brojem ljudi, posebno u domenu odnosa velikih kompanija sa klijentima. Poslednjih godina, posebno sa razvojem WEB 2.0 usavršavaju se takozvani društveni botovi koji dobijaju široku primenu u oblasti političke borbe na internetu (Murthy et al., 2016; Lightfoot & Jacobs, 2017; Gorwa & Guilbeault, 2018). Međutim, iako se nazivaju društveni botovi ovo su i dalje kompjuterski programi za oponašanje realne interakcije a ne živi ljudi koji za potrebe naručioca vrše političku propagandu na internetu. Sa druge strane, kada se u stranoj literaturi referiše na propagandnu aktivnost realnih ljudi daleko češće se koristi pojam trol (Bishop, 2014; Zannettou et al., 2018). Izvorno značenje pojma trol i radnje koja se naziva trolovanje vezuje za početke javne komunikacije na internetu, kada su ovaj epitet dobijale osobe koje su svesno ili nesvesno kvarile diskusiju na forumima, blogovima ili pričao-nicama time što bi u sred neke diskusije „bacali kosku“ za gloženje oko nekih pitanja koja bi zamagljivala osnovno pitanje oko kojeg se diskusija vodila. U domenu političke propagande na internetu trol je osoba koja za svoj račun ili za potrebe naručioca na različite načine „zagađuje“ političku diskusiju na digitalnim platformama. Ovo zagađivanje se može ogledati u klasičnom opstruiranju diskusije tako što će se ona konstantno ubacivanjem koski odvlačiti na pogrešan kolosek ali može poprimiti i ekstremnije oblike zagađivanja u smislu omalovažavanja i vređanja učesnika u diskusiji ili napadanja u rojevima targetiranih pojedinaca. Tipičan primer političkog trolovanja bi bio kada se recimo na digitalnim platformama, uz puno napora, dogovori održavanje protesta povodom nekog pitanja ali se onda neposredno pred njegovo održavanje otvori rasprava o tome zašto određena osoba govori na tom protestu, zašto se protest održava na tom i tom mestu, ko finansira protest, za čiji interes rade organizatori, itd., čime se zapravo, svesno ili nesvesno, opstruira samo održavanje protesta.

<sup>9</sup> Ovo je pogrdan naziv gde se referiše na to da kineska vlada plaća 50 renmibi centi po jednom komentaru u njenu korist.

izveštaja nalazi se i Srbija, kojom ćemo se nešto detaljnije baviti kasnije. Pored već pomenutih Kine i Rusije, botovanje i trolovanje je veoma razvijeno i u Azerbejdžanu gde se procenjuje da je oko 50.000 ljudi angažovano u ove svrhe, u Ukrajini 20.000–40.000 ljudi, Iranu 10.000–20.000 ljudi, Vijetnamu 10.000 ljudi, Turskoj 6.000 ljudi, itd. Naravno, bilo bi mnogo zanimljivije izraziti broj botova i trolova po glavi glasača ili stanovnika jer bi se tek onda dobile prave razmere ove pojave na nacionalnom nivou.

#### 4. Kompjuterizovana propaganda

Imajući u vidu opisane trendove u poslednjih dve decenije gde tradicionalni mediji postepeno gube svoju, monopolsku, poziciju konstituenta javne sfere dok na njihovo mesto sve više dolaze alternativni mediji povezani sa razvojem digitalnih tehnologija i novih obrazaca masovne samokomunikacije, nosiocima tradicionalne moći (državama i privrednim subjektima kao formalnim i neformalnim medijskim pokroviteljima) postalo je jasno da se nešto mora preduzeti.

Prvi način borbe protiv slobodnog i otvorenog interneta se manje više ogleda u nečemu što nazivamo podjarmljivanje interneta, odnosno nizu formalnih i neformalnih mera za suzbijanje njegove moći. Pod time mislimo na različite nivoe preterane regulacije interneta, intenzivan nadzor koji se nad njim sprovodi kao i jednu vrstu vrednosnog smeštanja otvorenog i anonimnog interneta u mračno podzemlje tzv. dubokog ili mračnog interneta. Naravno ovo su puzajuće promene koje poput menjanja vlastitog deteta nisu lako vidljive golim okom, ali oni koji imaju iskustvo dužeg apstiniranja od upotrebe interneta tvrde da današnji internet nije ni nalik onom od pre 10 ili 20 godina (Derakhshan, 2015).

Drugi vid borbe, bazira se na različitim strategijama i tehnikama koji čine osnovu onoga što Voli i Hauard (Woolley & Howard, 2016) nazivaju *kompjuterizovana propaganda* (*computational propaganda*). Ovaj vid propagande odvija se uz pomoć digitalnih platformi, političkih botova i *Interneta stvari* (*Internet of Things*). Voli i Hauard definišu kompjuterizovanu propagandu kao sadejstvo platformi društvenih medija, autonomnih agenata, i velikih skupova podataka (*big data*) sa ciljem manipulacije javnim mnjenjem. Autonomni agenti, opremljeni velikim skupovima podataka vezanim za naše ponašanje koji su prikupljeni uz pomoć *Interneta stvari*, rade putem društvenih medija da bi se povezali sa nama u vezi sa političkim pitanjima i alternativnim ideološkim projektima. Oni su interaktivni u kontekstu platforme na kojoj operišu. Oni su ideološki

obojeni, prvo, zato što su programirani da promovišu određenu perspektivu u političkim diskusijama i, drugo, oni su artefaktski dokaz ideje da tehnologija može biti korišćena kao sredstvo uticaja na politiku. Ovo su, ističu Voli i Hauard, čisti primeri politike u kodovima (Woolley & Howard, 2016).

Dakle, možemo reći da kompjuterizovana propaganda spada među najvažnije i najsveobuhvatnije tehnike i strategije koje koriste oni koji žele da putem digitalnih tehnologija vrše društvenu kontrolu. Po našem sudu, ključni aspekt kompjuterizovane propagande zapravo čini antipropaganda, odnosno unošenje informacionog nereda u javni prostor interneta. Drugim rečima, najčešće namera koja stoji iz kompjuterizovane propagande nije želja da se veštački nametnu određeni narativi koliko želja da se „zagadi“ javni prostor interneta. Pored zagađenja, vrlo važan efekat koji se želi postići jeste i polarizacija korisnika digitalnih platformi (Pavlović, 2017). Iako je *divide et impera* strategija vladanja stara dve hiljade godina očigledno da ne gubi svoju aktuelnost ni u doba prevlasti informaciono-komunikacionih tehnologija. Antipropaganda kao najefikasniji vid kompjuterizovane propagande se verovatno kroz upotrebu razvila spontano. Daleko je jednostavnije obesmisлити učesće ljudi u političkim motivisanim aktivnostima na internetu nego postići to da oni promene već postojeća shvatanja (Kastels, 2014). Posebno kada se ima u vidu da su korisnici interneta bilo gde u svetu mahom mlađi, obrazovaniji i bogatiji od prosečne populacije što znači i da je mogućnost za manipulaciju njihovim idejama verovatno manja u odnosu na prosečnu populaciju. Drugim rečima, u već postojećem informacionom neredu koji vlada u javnim prostorima interneta daleko lakše je doprineti povećavanju tog nereda nego pokušati da se napravi red, odnosno jasno profilisu određene ideje i agende. Zbog toga, kompjuterizovana propaganda je mnogo ređe propaganda za nekoga ili nešto već je daleko češće propaganda protiv nekoga ili nečega.

#### 4.1. Strategije i tehnike kompjuterizovane propagande

Kompjuterizovana propaganda zasniva se na različitim strategijama i tehnikama koje se koriste u svrhe političke borbe na internetu. Kao što smo već naglasili, suštinski deo kompjuterizovane propagande čini izazivanje i pojačavanje informacionog nereda na internetu. Vardlova i Derkanšan (Wardle & Derakhshan, 2017) identifikuju tri različita tipa informacionog nereda: **pogrešno**,

**netačno i zlonamerno** informisanje. Koristeći dimenzije štetnosti i netačnosti (*harm and falseness*), autori opisuju razliku između ova tri tipa dezinformisanja:

- pogrešno informisanje (*mis-information*) predstavlja deljenje netačne informacije bez namere da se napravi šteta;
- netačno informisanje (*dis-information*) predstavlja svesno deljenje netačne informacije sa namerom da se napravi šteta;
- zlonamerno informisanje (*mal-information*) predstavlja deljenje tačne informacije sa namerom da se napravi šteta, najčešće javnim objavljivanjem privatne informacije.

Takođe, isti autori zapažaju da je potrebno nezavisno razmatrati tri elementa informacionog nereda – *agente*, *poruke* i *interpretatore*, kao i tri različite faze informacionog nereda – *stvaranje*, *proizvodnju* i *distribuciju*. Svaki od ovih elemenata i faza mogu se dodatno razložiti u cilju boljeg razumevanja. Tako, kada je reč o agentima potrebno je analizirati tip aktera (zvaničan, nezvaničan), nivo organizacije (nepostojeći, slab, čvrst, umrežen), tip motivacije (finansijska, politička, društvena), nivo automatizacije (čovjek, kiborg, bot), ciljanu publiku (članovi, društvene grupe, celokupna društva), nameravanu štetu i nameravano zavaravanje. Poruka se može analizirati na osnovu trajanja (kratkoročna, dugoročna, prema događaju), tačnosti (skretanje pažnje, manipulacija, izmišljanje), legalnosti (legalna i nelegalna), tipu obmane (nema, brendirana, individualna), metama poruke (pojedinici, organizacije, društvene grupe, celokupna društva). Interpretatori se mogu analizirati na osnovu čitanja poruke (hegemonska, opoziciona, pregovaračka) i preduzete akcije (ignorirana, saučesnički podeljena, protivnički podeljena).

Vrlo važan doprinos razumevanju kompjuterizovane propagande dali su Fejsbukovi istraživači kroz koncept informacione akcije (Weedon, Nuland & Stamos, 2017). Ovi autori, na osnovu različitih praksi koje su uočili na Fejsbuku, definišu informacione akcije (*information operations*) kao aktivnosti koje preduzimaju organizovani akteri (državne ili nedržavne organizacije) sa ciljem da izokrenu domaći ili inostrani politički sentiment, najčešće zarad postizanja nekog strateškog ili geopolitičkog cilja.

Za potrebe ovih akcija mogu se koristiti različiti metodi od lažnih vesti, preko dezinformacija do mreže lažnih naloga (tzv. lažni pojačivači) uposlenih da manipulišu javnim mnjenjem. Pomenuti autori razlikuju tri glavna tipa onlajn informacionih akcija na Fejsbuku:

- *targetirano prikupljanje podataka*, sa ciljem krađe i, često, obelodanjivanja ukradenih privatnih podataka.
- *stvaranje sadržaja*, lažnog ili pravog, direktno od strane onoga ko sprovodi informacionu akciju ili slanjem vesti novinarima i trećim stranama, često putem lažnih profila.
- *lažno pojačavanje*, odnosno koordinisane aktivnosti neautentičnih naloga sa ciljem manipulacije političke diskusije.

Motivacija za lažno pojačavanje je mnogo češće ideološka nego materijalna iako su u osnovi jednog i drugog neautentični profili na digitalnim mrežama. Akcije lažnih pojačivača različito se manifestuju u različitim zemljama i regionima. Nekada, grupe posvećenih profesionalaca pokušavaju da utiču na političke stavove na društvenim medijima putem velikog broja lažnih naloga koji se koriste da se poveća vidljivost deljenih sadržaja. U drugim slučajevima, mreže mogu uključivati aktivnosti manjeg broja pažljivo pripremljenih profila koji deluju autentično sa ciljem da privuku realne osobe da se uključe u ove mreže. Na duže staze kroz ove interakcije mogu isplivati neke važne informacije ili one mogu poslužiti da se neki ljudi odvrte od političkog angažovanja. Iako je nekada cilj ovih negativnih pojačivačkih napora da se nametne određeni narativ, prava priroda i motivacija koordinatora i sponzora ovih aktivnosti može biti daleko kompleksnija.

- *Promovisanje ili omalovažavanje određenog uzroka ili pitanja* – ovo je najdirektnija manifestacija lažnih pojačivača. Može uključivati upotrebu dezinformacija, internetskih mimova ili lažnih vesti. Često se koristi neko goruće pitanje koje neizbežno izaziva podele, recimo pitanje statusa Kosova u našem slučaju, koje pojačivači eksploatišu sa različitim ciljevima.
- *Sejanje nepoverenja u političke institucije* – u ovom slučaju, operatori lažnih naloga ne moraju imati određenu temu u fokusu, već je njihov cilj da potkopaju *status quo* političkih ili civilnih institucija na strateškom nivou.
- *Širenje konfuzije* – upravljači mreža lažnih naloga mogu imati dugoročni cilj namernog zagađenja javnog diskursa i podsticati sukobe neistomišljenika.

Oksfordovi istraživači u već pomenutim izveštajima (Bradshaw & Howard, 2017; 2018) takođe definišu osnovne strategije onlajn političke propagande:

- *Komentarisanje postova* – predstavlja izvorni vid onlajn propagande, još iz ranih dana interneta. Komentari mogu biti pozitivni sa ciljem da se podrže aktivnosti vlade, zatim negativni sa ciljem da se omalovaže vladini protivnici, i na kraju neutralni sa ciljem da se diskusija preusmeri u željenom pravcu.
- *Individualno targetiranje influensera* – podrazumeva nekoliko strategija. Jedna se odnosi na zatrpavanje influensera negativnim porukama tako da pozitivne poruke postaju nevidljive. Ovo bi se moglo okarakterisati kao „napad u roju“. Druga taktika napada na influencers podrazumeva njihovo zastrašivanje i vređanje u cilju odvratanja potencijalnih sledbenika. Treća taktika se može odnositi na trolovanje u pravcu nekih specifično negativnih tema, mahom izmišljenih, koje se vezuju za određenog influensera.
- *Nalozaj sajtova ili aplikacije koje finansira vlada* – ovo je jedan od klasičnih vidova širenja političke propagande gde vlada ulaže značajna finansijska sredstva u cilju promovisanja određenih agendi uz pomoć interneta i društvenih medija.
- *Lažni nalozaj i kompjuterizovana propaganda* – pored komentarisanja, ovo je jedan od najprisutnijih vidova političke borbe na internetu. On podrazumeva kreiranje različitih profila privatnih lica koja podržavaju aktivnosti vlade, bilo automatizovanih bot programa ili onih koje kreiraju trolovi, ali isto tako i kreiranja lažnih profila protivnika vlade, bilo da se radi o pojedincima ili organizacijama. Među ovim strategijama posebno je poznata strategija pod nazivom *astroturfing*. Ovde je pre svega reč o kreiranju lažnih kampanja koje se organizuju tako da budu nalik na samonikle (*grassroot*) pokrete. Zapravo i sam naziv *astroturfing* potiče od poznate marke veštačke trave zbog čega je ova analogija i bila zgodna za demistifikovanje ovih pokreta (Radojković, 2017; Liber, 2015).
- *Kreiranje sadržaja* – podrazumeva kreiranje propagandnog materijala koje ima za cilj da promoviše vladine agende ili sa druge strane da omalovaži rad vladinih oponenta. Ovde se može raditi o kreiranju lažnih vesti, plasiranju poluistina, pravljenju satiričnih materijala, itd.

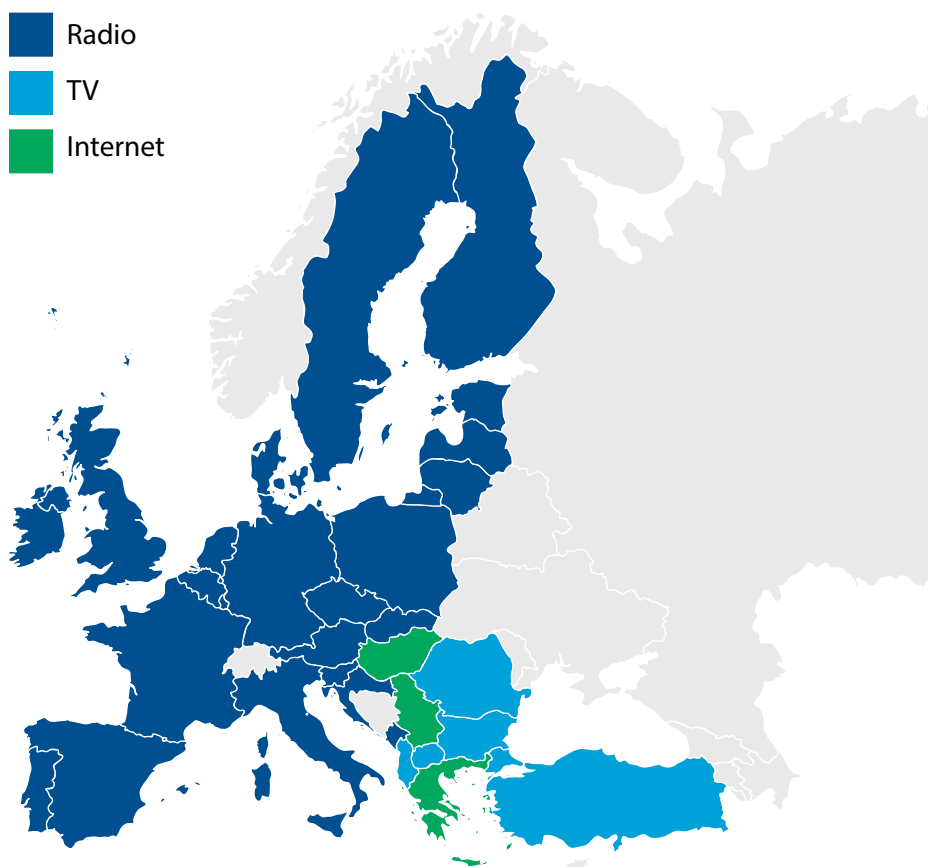


## 5. Upotreba interneta i odnos prema medijima u Srbiji

Prema podacima Republičkog zavoda za statistiku (RZS, 2018) sredinom 2018. godine internet je u Srbiji koristilo blizu tri četvrtine (73,4%) a digitalne platforme za umrežavanje (Fejsbuk i Tviter) oko polovine građana Srbije, starijih od 16 godina. Generalno su upotrebi interneta a posebno digitalnih platformi sklonije mlađe osobe bilo da je reč o Srbiji ili ostatku sveta. Gotovo svi mladi u Srbiji, starosti između 16 i 34 godine, koriste internet (98%) a među njima su zaista retki oni koji nemaju profil na nekoj od platformi za društveno umrežavanje (85,7% onih koji su stari između 25 i 34 godine i čak 96,4% onih između 16 i 24 godine imaju profil na ovim platformama). Među starijom populacijom upotreba digitalnih platformi srazmerno opada ali nagli pad se dešava tek za one koji su stariji od 55 godina, gde tek oko trećine ove populacije koristi Fejsbuk, Tviter i slične platforme.

Ukupno gledano, može se zaključiti da još uvek blizu polovine biračkog tela u Srbiji nije aktivno pa samim tim ni dostupno na digitalnim platformama za umrežavanje. Razloge za to možemo tražiti u tome što populacija koja tek sada počinje da koristi internet, a to su pre svega stariji ljudi, verovatno nema potrebu da ih koristi, ali i u rastućem nepoverenju prema ovim platformama koje dovodi do toga da se jedan broj postojećih korisnika pasivizira ili čak potpuno prestane da ih koristi.

Sa druge strane, postoje trendovi koji idu u prilog širenju upotrebe digitalnih platformi u svrhe informisanja. To su oni koji proizilaze iz opšteg trenda informatizacije savremenog društva pa i Srbije, ali i iz potrebe pronalaženja alternativnih izvora informisanja i komunikacije u okolnostima koje dovode do gubljenja poverenja u tradicionalne medije. Prema izveštaju EBU za 2018. godinu, Srbija je jedna od retkih zemalja u kojoj je internet medij kome se najviše veruje (slika 1).



*Slika 1: Tipovi medija koji uživaju najveće poverenje odabranih evropskih država za 2018. godinu (EBU, 2018)*

U skladu sa tim, Srbija je i u samom vrhu kada je reč o nepoverenju u tradicionalne medije. Srbija je među tri evropske zemlje u kojima je poverenje u medije najniže (53% ispitanika ima nisko ili nema nikakvo poverenje u medije), druga po nepoverenju u radio (29% ima poverenje), treća po nepoverenju u štampu (25% ima poverenje), četvrta po nepoverenju u televiziju (39% ima poverenje) sa petogodišnjim trendovima koji pokazuju konstantno opadanje poverenja u tradicionalne medije. Sa druge strane, Srbija se smešta negde u sre-

dinu kada je reč o poverenju u internet, sa praktično izjednačenim brojem onih koji imaju poverenje i onih koji nemaju poverenje (38% vs. 37%) ali sa petogodišnjim trendom izrazitog porasta poverenja u internet kao medij.<sup>10</sup> Ovakav trend je pored Srbije, još jedino zabeležen u Mađarskoj i Grčkoj. Kad je reč o poverenju u digitalne platforme za umrežavanje Srbija se nalazi na 14. mestu (od 33 zemlje), sa 28% onih koji imaju poverenje i 46% onih koji nemaju poverenje u ove platforme.

### 5.1. Kompjuterizovana propaganda u Srbiji

Intenziviranje upotrebe interneta u svrhe kompjuterizovane propaganda koincidira sa dolaskom na vlast Srpske napredne stranke (SNS) u punom kapacitetu, dakle negde od 2014. godine. Nekoliko je važnih faktora koji su u sadejstvu doveli do toga da baš u ovom periodu internet postane važno sredstvo političke borbe u Srbiji. Sa jedne strane, kao što smo već pokazali, u ovom periodu intenzivno raste broj korisnika interneta sa čime raste i svest da će internet postati važan kanal komunikacije sa građanima Srbije. Sa druge strane, na globalnom novu internet ima sve važniju političku ulogu pa mu se često, mada nekad i nekritički, prepisuju velike zasluge za dramatične političke događaje širom sveta (Kastels, 2018). Sa treće strane, upravo je SNS, odnosno stranka koja je tada dominantno osvojila sve poluge vlasti u Srbiji, prva počela da eksperimentiše sa upotrebom interneta u svrhe probijanja medijske blokade u vreme dok je bila u opoziciji pa je bilo očekivano da će stečena iskustva primeniti jednom kada osvoji vlast.

Svi ovi faktori zajedno doprineli su tome da se nova vladajuća struktura u Srbiji ozbiljno posveti upotrebi interneta u svrhe kompjuterizovane propagande. Nakon ranih faza kada se ovaj vid propagande uglavnom svodio na orkestrirane komentare na medijskim portalima po Srbiji danas se može govoriti o postojanju ozbiljne i razgranate organizacije koja uz pomoć stručnjaka i velikog broja stranačkih aktivista, u javnom diskursu poznatijih kao botova,<sup>11</sup> uz vrlo čvrstu organizaciju i jasan sistem nagrađivanja spada u jedan od najozbiljnijih

<sup>10</sup> Ovaj podatak nije u koliziji sa onim koji je naveden na slici 1, zato što u Srbiji vlada jako nisko poverenje u tradicionalne medije pa se u takvim okolnosti ispostavlja da je internet medij kome se u Srbiji najviše veruje. Sa druge strane, građani drugih zemalja mogu imati veće poverenje u internet nego građani Srbije, ali isto tako mogu imati još veće poverenje u tradicionalne medije jer je njihovo generalno poverenje u medije veće.

<sup>11</sup> Srbija je jedna od retkih zemalja gde se pojam „bot“ upotrebljava u kontekstu realne osobe koja za određenu nadoknadu vrši političku propagandu u korist vladajućih struktura.

timova za kompjuterizovanu propagandu na svetu. Sada već godinama internet tim SNS koristi specijalizovane programe za efikasno izvođenje kompjuterizovane propagande poput aplikacije pod nazivom Tvrđava (*Fortress*) preko koje se na jednostavan način generišu komentari na svim vodećim portalima za vesti u Srbiji (Otkrivena tajna „tvrđava“ SNS botova..., 2015). Iako se odavno nagađa kolike su razmere ovog vida političke sajber borbe izveštaj tima SNS za internet propagandu, koji je nedavno procureo u medije, donosi podatak da je tokom 2018. godine čak 3.456 stranačkih aktivista bilo zaduženo da „botuje“ u korist ove partije. Po podacima koji su se mogli čuti, stranački aktivisti su u ovom periodu napisali oko 10 miliona komentara na 201.717 objavljenih vesti. Samo u 24 sata koji su prethodili sastanku na kome je podnet ovaj izveštaj (30. 11. 2018), kroz specijalizovani softver za propaganda, verovatno se misli na pomenutu *Tvrđavu*, prošlo je 1.147 vesti na koje su tzv. botovi ostavili preko 43.000 komentara (Marković, 2018). Ako uporedimo podatke za Srbiju i one koje smo u prvom delu teksta naveli za Kinu, i ako broj botovskih komentara izrazimo po glavi stanovnika, možemo zaključiti da su srpski botovi neuporedivo efikasniji od kineskih botova budući da godišnje proizvedu oko 1,4 botovskih komentara po glavi stanovnika Srbije u odnosu na 0,3 botovska komentara po glavi stanovnika Kine.<sup>12</sup> Drugim rečima, možemo konstatovati da je javna onlajn sfera Srbije verovatno jedan od najzagađenijih ako ne i najzagađenija javna sfera interneta na svetu.

Prema tome, nema sumnje da sve one koji u Srbiji putem interneta žele da izraze neslaganje sa aktuelnim režimom čeka surovi i dobro obučeni protivnik koji se neće libiti da na najbrutalnije načine vređa i omalovažava svakog ko ne mislim u režimskom ključu. Ali, ovo je samo prvi bedem na koji će naići protivnici režima na internetu, nakon njega sledi bedem zvaničnih državnih institucija koje pomno prate sve što se dešava na digitalnim platformama u Srbiji i koje su više puta pokazale spremnost da na najmanji nagoveštaj nečega što bi po njihovom sudu moglo predstavljati krivično delo reaguju hapšenjima i sudskim procesima (Balać, 2019).

---

<sup>12</sup> Broj stanovnika je računat na osnovu podataka UN koji su dostupni na: <http://www.un.org/en/development/desa/population/publications/database/index.asp>

## 6. Primer kompjuterizovane propagande u slučaju protesta *Protiv diktature*

U završnom delu rada, na primeru protesta *Protiv diktature* koji se u proleće 2017. održao u Srbiji, obradićemo jednu od strategija kompjuterizovane propagande koju su, po svemu sudeći, upotrebile sajber trupe vladajućih struktura u cilju dezinformisanja i zbunjivanja učesnika protesta i njihovih simpatizera.

Može se reći da protest *Protiv diktature* predstavlja prvi veliki samonikli građanski protest koji je nastao u Srbiji. Ključnu ulogu u njegovom pokretanju, organizovanju i koordinisanju ali i informisanju odigrale su digitalne platforme, pre svega Fejsbuk. Po onome što je danas poznato sva je prilika da je inicijalnu kapislu protesta zapalio jedan mladić iz Beograda koji je odmah po zatvaranju birališta nakon predsedničkih izbora, 2. aprila 2017. godine postavio na Fejsbuk poziv na protest *Protiv diktature* koji je trebalo da se održi narednog dana, 3. aprila 2017.<sup>13</sup> Sutradan u 18 sati, na iznenađenje mnogih, prvo stotine a zatim i hiljade mladih ljudi počelo je da okupira prostor ispred Narodne Skupštine započinjući, na taj način, jedan od najvećih protesta u Srbiji još od rušenja režima Slobodana Miloševića, 5. oktobra 2000. godine.

Tokom 3. aprila, odmah nakon prvog dana protesta, na Fejsbuku je oformljena grupa pod nazivom *Protiv diktature*<sup>14</sup> čija je Fejsbuk stranica tokom narednih nedelja bila glavni informacioni i organizacioni generator protesta. Ovde su se delile vesti i najavljivale protesne aktivnosti ne samo za Beograd već i za druge gradove u Srbiji. Iako je, sa druge strane, od prvog dana protesta mašinerija za kompjuterizovanu propagandu vladajuće stranke radila uobičajen posao komentarisanja na digitalnim platformama i portalima za vesti, desetak dana po izbijanju protesta, kada je bilo jasno da se ne radi o sporadičnom izlivu besa koji će se okončati sa nekoliko protesnih okupljanja, dolazi do pokretanja astroturfing tipa kampanje u vidu kreiranja lažne Fejsbuk stranice protesta *Protiv Diktature*.<sup>15</sup> Kreiranje lažne stranice metodom „kloniranja“ originalne

---

<sup>13</sup> Dostupno na: <https://www.facebook.com/events/416285402064449>

<sup>14</sup> [https://www.facebook.com/protivdiktature/?hc\\_ref=SEARCH&fref=nf](https://www.facebook.com/protivdiktature/?hc_ref=SEARCH&fref=nf)

<sup>15</sup> <https://www.facebook.com/protivdiktature2017/>

stranice imalo za cilj da navede što veći broj simpatizera protesta da „zaprate“ lažnu stranicu i da ona postane glavni izvor „alternativnih“ informacija.<sup>16</sup>

Istraživački materijal za empirijski deo ove studije prikupljen „izvlačenjem“ sadržaja vezanih za kloniranu stranicu Fejsbuku, za period april–maj 2017. godine, uz upotrebu Netvizz v1.6 aplikacije. Pored podataka za kloniranu stranicu na isti način su prikupljeni i podaci za originalnu stranicu zarad vršenja uporedne analize sadržaja kvantitativnih parametara njihove uticajnosti.<sup>17</sup> Pomenuta aplikacija omogućava prikupljanje sadržaja svih objava koje su se u analiziranom periodu pojavile na izabranim Fejsbuk stranama, kao i svih komentara na ove objave tako da je bilo moguće vršiti i kvalitativnu analizu ali je zbog ograničenog prostora ona ovde data samo u nagoveštajima. Na ovaj način prikupljeno je ukupno 5.784 objava i komentara, od čega 2.534 na originalnoj stranici protesta i 3.250 na kloniranoj.

Ono što se već na prvi pogled moglo uočiti jeste to da je težnja onih koji su pokrenuli lažnu stranicu bila da se po izgledu i sadržaju ona nametne kao kredibilni izvor informacija koji je direktno povezan sa organizacijom protesta. Imala je isti naziv kao i originalna stranica, istu profilnu fotografiju a vrlo brzo je imala duplo više pratilaca (*followers*) u odnosu na originalnu stranu (22.000 vs. 11.000 pratilaca). Ovako velikom broju pratilaca su pre svega doprinele sponzorisanе objave koje su bile u duhu podrške protesta i koje su zbog uložnog novca dopirale do daleko većeg broja korisnika Fejsbuka u odnosu na objave originalne stranice. Kako prosečni korisnici nisu imali previše vremena, znanja, niti insajderskih informacija oni su mahom postajali pratioci ove lažne stranice ne sluteći da kroz svoje lajkove, deljenje i komentarisanje na njoj zapravo postaju deo unapred osmišljene mašinerije za kompjuterizovanu propagandu vladajućih struktura (tabela 1).

<sup>16</sup> Obmana koja se preko ovakvih stranica vrši je manje ili više suptilna i bazira se na deljenju vesti sa originalne stranice na način da izgleda da je klonirana stranica pravi izvor vesti. Ono što je zapravo cilj klon stranica jeste da nametnu određene narative čija je uloga skretanje pažnje simpatizera i učesnika protesta na neku sporednu temu ili, jednostavno, unošenje konfuzije. Ovo se obično odnosi na nejasne ciljeve protesta, na netransparentnu organizacionu strukturu, na mantru da su svi političari isti, itd.

<sup>17</sup> Postoje dva jednostavna načina da se odredi uticajnost neke objave. Prvi je preko domašaja objave (*reach*), odnosno učešća onih koji su kliknuli na određenu objavu u ukupnom broju onih koji su lajkovali određenu Fejsbuk stranicu. Druga mera uticajnosti neke objave jeste njena angažovanost (*engagement*). U apsolutnom iznosu angažovanost predstavlja ukupan broj lajkova, deljenja i komentara po jednoj objavi, odnosno sve one ljude koji su aktivno reagovali na određenu objavu. Pored apsolutne angažovanosti postoji i stvarna angažovanost objave (*engagement rate*) koja se dobija kada se apsolutna angažovanost objave podeli sa brojem fanova koji su potencijalno mogli reagovati na tu objavu, odnosno ljudima koji su lajkovali određenu stranicu i zatim pomnoži sa sto. Za potrebe ovog istraživanja kao mera uticajnosti korišćena je apsolutna angažovanost.

*Tabela 1: Angažovanost objava na Fejsbuku za kloniranu  
i originalnu stranicu protesta Protiv diktature*

	Objave		Lajkovi		Reakcije		Komentari		Deljenje		Ukupna an- gažovanost	
	Klon strana	Prava strana	Klon strana	Prava strana	Klon strana	Prava strana	Klon strana	Prava strana	Klon strana	Prava strana	Klon strana	Prava strana
16/04/2017	2	11	798	783	903	808	315	29	43	52	1.261	889
17/04/2017	40	14	2.655	1.626	2.771	1.733	452	167	157	342	3.380	2.242
18/04/2017	23	27	3.201	1.482	3.281	1.536	440	82	99	209	3.820	1.827
19/04/2017	28	22	3.286	1.072	3.437	1.092	591	123	589	18	4.617	1.233
20/04/2017	21	21	5.077	831	5.207	870	572	128	631	60	6.410	1.058
21/04/2017	16	18	18	1.011	18	1.049	19	138	2	114	39	1.301
22/04/2017	10	14	2.749	482	2.861	488	420	55	337	20	3.618	563
23/04/2017	10	21	12	1.061	12	1.085	3	79	0	31	15	1.195
24/04/2017	3	18	0	1.373	0	1.413	0	110	0	69	0	1.592
25/04/2017	2	19	1	882	1	933	0	25	0	49	1	1.007
26/04/2017	1	19	2.178	1.336	2.313	1.380	390	33	112	44	2.815	1.457
27/04/2017	1	10	0	752	0	776	0	85	0	66	0	927
28/04/2017	1	15	0	1.163	0	1.270	0	105	0	107	0	1.482
29/04/2017	2	14	3	490	3	515	0	76	1	54	4	645
30/04/2017	2	16	0	1.136	0	1.164	0	71	0	57	0	1.292
01/05/2017	2	8	4	326	4	331	0	40	1	2	5	373
02/05/2017	2	12	4	522	4	537	0	20	1	21	5	578
03/05/2017	2	10	0	683	0	784	1	114	0	121	1	1.019
04/05/2017	3	7	1	214	1	219	0	45	0	8	1	272
05/05/2017	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
06/05/2017	4	6	2.730	177	2.838	187	231	64	79	20	3.148	271
	UKUPNO				29.140				21.223			

\* Reakcije se mahom sastoje od lajkova ali u njih ulaze i druge moguće reakcije na objavu (ljutnja, smeh, itd.)

Kao što se iz tabele 1 može videti u njoj su prikazani kvantitativni podaci vezani za kloniranu i originalnu stranicu za period od 16. aprila (dan pojavljivanja klon stranice) pa do 6. 5. 2017. godine, kada je protest praktično ušao u fazu konačnog zamiranja. Prikupljeni podaci pokazuju da je klon stranica bila najaktivnija odmah po nastanku, odnosno u prvih sedam dana rada, da bi posle toga aktivnost na njoj opadala. Treba podsetiti da i sam protest neposredno po formiranju klon stranice ulazi u fazu postepenog slabljenja da bi praktičan završetak masovnih protesta usledio već sa prvomajskim praznicima. To je period kada dolazi i do velikih podela među organizatorima nakon čega protest više nije bio u stanju da povрати energiju koja ga je odlikovala u prvim nedelja od izbijanja.<sup>18</sup>

Tabela 1 nam otkriva veliki broj uporednih pokazatelja za kloniranu i originalnu stranicu iz kojih se može zaključiti da je klonirana stranica bila vrlo uspešna u privlačenju pažnje korisnika Fejsbuka. Po gotovo svim parametrima, svakog dana koji je analiziran, klonirana stranica je bila uspešnija u odnosu na originalnu. Već smo rekli da je ova stranica privukla duplo više pratilaca, odnosno duplo više ljudi je bilo redovno obaveštavano o protestu preko lažne stranice u odnosu na broj ljudi koji su obaveštavani preko originalne stranice. Dalje, ukupan angažman svih objava (broj reakcija, deljenja i komentarisanja) u posmatranom periodu ubedljivo je na strani klon stranice (29.140 vs. 21.223). Ovde valja napomenuti da je veliki deo postignutog angažmana objava zapravo proizvod sukobljavanja koje se na ovoj stranici odigravalo između kreatora stranice i onih koji su dokazivali da je ova stranica lažna. Međutim, iako deluje da je ovo razobličavanje moglo narušiti planove onih koji su pokrenuli lažnu stranicu, to zapravo nije slučaj jer, kao što smo već istakli u prvom delu rada, cilj ovakvih kampanja jeste upravo unošenje informacionog nereda, odnosno zagađenje i polarizacija javnog prostora interneta. Zbog toga su i objave na ovoj stranici bile upravo u duhu kreiranja ovakve atmosfere.

Već u prvoj objavi, na dan pokretanja klon stranice, 16. 4. 2017. godine, može se naslutiti kakva je strategija njenih kreatora:

*Protest gubi smisao. Mi gubimo energiju. Nemamo sinhronizaciju. Nemamo jasno definisan cilj. Nemamo ni opredeljena sredstva. Neko mora da stane na čelo, koliko god se to nama ne sviđalo, jer samo tako ćemo moći da ostvarimo*

<sup>18</sup> Više o mehanizmima funkcionisanja protesta *Protiv diktature* može se naći u Petrović, J. i Petrović D. (2017).



*ciljeve. Neka se junak brzo pojavi, ili neka svi zajedno postanemo deo neuspješne prošlosti.*

Kao što se može videti kroz ovu objavu se pokušalo nametnuti nekoliko tema u skladu sa trolovskim pristupom kompjuterizovane propagande. Jedan nivo poruke ukazuje na idejni problem protesta jer po autoru ove objave protest gubi smisao, energiju i nema jasne ciljeve. Drugi deo poruke ukazuje na probleme u organizaciji samog protesta budući da mu nedostaju sinhronizacija i materijalna sredstva. Treći i možda najvažniji nivo poruke jeste da protest nema jasno vođstvo i da ukoliko se vođa u najskorije vreme ne pojavi sudbina protesta je zapečaćena.

Nakon toga su usledile objave koje su unosile dodatnu konfuziju u to koja je stranica originalna a koja je lažna. Zapravo osnovna ideja ovih objava je bila da se pokaže da ne postoji jedinstvo u organizaciji protesta, da postoje različite struje od kojih su neke ekstremističke i koje se zalažu za radikalizaciju protesta. Tako se u objavi od 17. 4. 2017, između ostalog navodi i sledeće:

*... Poslednjih dana na internetu je formiran veći broj stranica koje na prvi pogled razvodnjavaju ali suštinski doprinose ostvarivanju prava na izražavanje. Stranica koja je pokrenula demonstracije Protiv Diktature je najpre uređivana od strane Nemanje Milosavljevića<sup>19</sup> koji je stranicu i event kreirao iz bunta i nezadovoljstva. Nekoliko dana kasnije postignut je dogovor. Neko je uzeo stranicu. Dok god ta stranica poziva na demonstracije mi je nećemo napadati niti joj se protiviti jer nam je cilj stvaranje pravednijeg društva. Ta stranica tome i služi bar za sada. Međutim ne smemo biti poput onih u Sava Mali da se krijemo pod plaštom stranica ili fantomki da svi znaju i niko da ne zna ko smo? Ne možemo dopustiti da se na jednom mestu zahteva izlaganje svih ideja a da ne znamo ko te ideje sistematizuje obrađuje i dalje promovise ili odvrća javnost od njih... Različite anarhističke grupacije imaju ideju da se naši pre svega narodni protesti pretvore u nešto što bi stvaralo anarhiju... O radikalizaciji protesta ćemo za razliku od vlasti govoriti između sebe a ne posredstvom novina. Kada budemo spremni da poneseemo odgovornost. Kada budemo svesni posledica. Jer ovo više nije igra.*

U istom duhu se nastavlja i sutradan, 18. 4. dodatnim pojačavanjem konfuzije oko toga ko stoji iza protesta, koje su osnovne ideje i ciljevi protesta, kakva

<sup>19</sup> Misli se na mladića koji je svojom inicijalnom objavom započeo protest *Protiv diktature*.

je uloga inicijalnog pokretača protesta, koje metode borbe treba upotrebiti u nastavku protesta, itd:

*Mi drugu stranicu koja je protiv diktature nećemo napadati. Oni nas optužuju najverovatnije po Vučićevom nalogu da smo mi lažni a oni pravi. Istina je jedna narod teško živi. Protest ne sme stati. A ko je ko brzo će se poznati. Jer kakvi budemo ovih dana bićemo doveka.*

*P. S. Nemanja, ko ti upravlja stranicom? A što se ne javljaš na telefon? Izadi danas i reci istinu? Ali potpunu? Ko je od političkih stranaka koje ne želimo kontaktirao sa tobom? Ko ti je pretio? A šta je htela pozicija? A šta je htela opozicija? A šta je studentska ideja? Da li je ovo studentski protest ili protest svih građana protiv diktature? Ko priča sa novinarima Danasa. Ko hoće da radikalizuje proteste pre vremena ne bi li mi svi skupa izgoreli pre vremena? Da li smo imali raspravu o tome koja ideja je dobra koja ideja je loša? Ko vrši selekciju ideja? Ko želi da nas podeli? A šta su tražili anarhisti? Zašto je Teša Tešanović digao ruke od protesta? Kakva je uloga organizacije Dijalog? Zašto predstavnici studentskih organizacija ne podržavaju u celosti ovaj protest? Zašto se protest nastavio iako smo se dogovorili da tokom praznika nema protesta? Svakako cilj nam je svima isti. Protiv diktature smo. Samo nam sredstva i metodologija rada nije ista. Bez javne rasprave i jasno iskazanih sredstava procesa planiranja i istaknutih lica mi nikada nećemo ostvariti naš cilj. A cilj nam je da pobedimo ili da budemo izigrani? Ja ću ovu stranicu prepustiti boljem od sebe. Koji će ponosno izaći sa imenom. Ja ću stati iza njega. I istrajavati do kraja?*

Iz ovih objava je jasno da je jedna od ključnih namera njihovih autora bila da se umereniji simpatizeri i učesnici protesta odvrte od daljih aktivnosti koje su povezane sa protestom. Insistiranjem na strahu od podela, radikalizaciji i privatizaciji protesta su se, zapravo, pokušale veštački staviti u fokus ove teme kao suštinske i skrenuti pažnju sa osnovnih ciljeva protesta. Naravno, teško je dokučiti kolika je bila stvarna uloga ove lažne stranice u odvrćanju, zbunjivanju i dezinformisanju učesnika i simpatizera protesta ali je činjenica da sa početkom njenog delovanjem protest ulazi u završnu fazu. Naravno, ovde se ne tvrdi da je pokretanje ovog vida kompjuterizovane propagande dovelo do okončanja protesta *Protiv diktature*. Međutim, kada se ima u vidu da je ovaj protest pokrenut upravo na Fejsbuku, da je Fejsbuk bio osnovno sredstvo za informisanje i organizaciju protesta, te da se značajno veći broj simpatizera i

učesnika protesta informisao preko lažne stranice, njena uloga svakako nije bila zanemarljiva. Kada se na to doda ukupna angažovanost njenih objava, odnosno da je na hiljade ljudi lajkovalo, delilo ili komentarisalo njene sadržaje, makar i najveći broj tih komentara bio usmeren na otkrivanje lažne prirode ove stranice, nesumnjivo govori da su njeni pokretači uspeali u onome što su naumili a to je da unesu konfuziju među učesnike i simpatizere protesta.

## 7. Zaključna razmatranja

Kao što je uporni čitalac mogao zapaziti, na prethodnim stranama pokušali smo da na studiozan način proučimo fenomene kojih smo manje ili više svi mi koji koristimo internet i zanimamo se za društvena i politička pitanja svesni. Ti fenomeni su povezani sa odumiranjem interneta kao slobodnog prostora za otvorenu i žučnu ali i svrhovitu diskusiju, po želji, anonimnih, građana o društvenim i političkim pitanjima koja ih tište. Neko će možda reći da takav internet nikada nije ni postojao, ali oni koji ga koriste od samog početka setiće se da u ranim danima interneta nije bilo toliko bitno čije su ideje već kakve su one. Već najmanje jednu deceniju na snazi su procesi koji imaju potpuno suprotne efekte.

Ključnu ulogu u procesu „otimanja“ interneta iz ruku građana imaju države i moćne medijske korporacije. U globalnom trendu erozije poverenja u najvažnije institucije, gde svakako spadaju i mediji, građani se u potrazi za kredibilnim informacijama sve više okreću internetu i digitalnim platforma za umrežavanje. Međutim, postojanje otvorenog javnog prostora gde svako može da iskaže svoje mišljenje ne ide na ruku autokratskim režimima koji pretenduju da uspostave apsolutnu kontrolu nad javnim diskursom. U takvim okolnostima dolazi do sprege ovih režima i informaciono-komunikacionih tehnologija, odnosno, razvoja umreženih autokratija koje sprovode sofisticirane vidove kompjuterizovane propagande sa ciljem demoralisanja političkih protivnika. Ključni aspekt njihove propagandne delatnosti ogleda se u unošenju informacionog nereda u javni prostor interneta sa ciljem da se on polarizuje i zagadi, odnosno da se onemogući bilo kakva smisljena diskusija ili samonikla društvena akcija na internetu.

Srbija je jedna od zemalja koja ima najrazvijeniju kompjuterizovanu propagandu na svetu. Podaci do kojih smo došli pokazuju da provladini aktivisti u Srbiji proizvedu pet puta više botovskih komentara nego botovi u Kini, zemlji

za koju se oduvek smatralo da je otišla najdalje u rigoroznoj kontroli interneta. Na primeru protesta *Protiv diktature* demonstrirali smo samo jednu u nizu metoda kompjuterizovane propagande u Srbiji, koja je vođena sa ciljem da zbune i dezinformišu, pa samim tim i demorališu pristalice ovog protesta. Danas se ne može precizno odrediti kolika je zaista bila uloga kreiranja lažne Fejsbuk stranice *Protiv diktature* u gušenju ovog protesta, ali kada se ima u vidu da je protest pokrenut upravo na Fejsbuku, te da su se preko ove platforme informisali i organizovali njegovi simpatizeri i učesnici, sa priličnom dozom izvesnosti može se tvrditi da njena uloga nije bila zanemarljiva.

Iako je komunikaciona mreža interneta danas toliko razgranata da će proći još dosta vremena pre nego što se njegovim korisnicima sasvim onemogućiti da se putem njega informišu i organizuju, mogućnost za društveno-aktivističku upotrebu interneta danas je, zapravo, suženija nego što je to bio slučaj pre nekih desetak godina. Radi se o svojevrsnom apsurdu gde je broj korisnika interneta sve veći, sama tehnologija sve moćnija, ali umrežene autokratije i moćne medijske korporacije su sve uspešnije u obesmišljanju njegove aktivističke i javnosferske uloge. Primenjujući intenzivan nadzor i botovsko zagađivanje javnog prostora interneta, uz svakodnevno rekreiranje narativa o štetnim posledicama njegove upotrebe, države i mediji, po svemu sudeći, uspevaju da povrate kontrolu postepeno se oporavljajući od poteškoća koje im je slobodni i otvoreni internet ranije zadavao. Zbog toga je poslednji trenutak da se sagleda šira slika i ustane u odbranu interneta kakav je nekada bio, inače će nam se desiti da se sa prljavom vodom, koju masovna upotreba interneta neminovno stvara, iz korita izbacimo i dete, odnosno sama suština interneta kao anonimnog, otvorenog i slobodnog prostora za društvenu interakciju i građansku akciju.

## Literatura

- Ardèvol-Abreu, A., Hooker, C. M., & Gil de Zúñiga, H. (2018). Online News Creation, Trust in the Media, and Political Participation: Direct and moderating effects over time. *Journalism*, 19(5), 611–631.
- Balać, R. (2019, 3. januar). Daško Milinović: Moje hapšenje je politička svinjarija. *Danas*. URL: <https://www.danas.rs/drustvo/dasko-milinovic-moje-hapsenje-je-politicka-svinjarija/>.
- Bennett, W. L., & Livingston, S. (2018). The Disinformation Order: Disruptive Communication and the Decline of Democratic Institutions. *European Journal of Communication*, 33(2), 122–139.
- Bishop, J. (2014). Representations of ‘Trolls’ in Mass Media Communication: A Review of Media-Texts and Moral Panics Relating to ‘Internet Trolling’. *International Journal of Web Based Communities*, 10(1), 7–24.
- Bradshaw, S., & Howard, P. N. (2017). Troops, Trolls and Troublemakers: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation. *The Computational Propaganda Project*. URL: <http://comprop.oii.ox.ac.uk/research/troops-trolls-and-trouble-makers-a-global-inventory-of-organized-social-media-manipulation/>.
- Bradshaw, S., & Howard, P. N. (2018). Challenging Truth and Trust: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation. *The Computational Propaganda Project*. URL: <https://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2018/07/ct2018.pdf>.
- Ceron, A. (2015). Internet, News, and Political Trust: The Difference Between Social Media and Online Media Outlets. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(5), 487–503.
- Derakhshan, H. (2015, 29. decembar) Iran’s blogfather: Facebook, Instagram and Twitter are Killing the Web. *The Guardian*. URL: <https://www.theguardian.com/technology/2015/dec/29/irans-blogfather-facebook-instagram-and-twitter-are-killing-the-web>.
- Deibert, R., & Rohozinski, R. (2010). Liberation vs. Control: The Future of Cyberspace. *Journal of Democracy*, 21(4), 43–57.
- EBU (2018). Trust in Media. *Media intelligence service*. Februar 2018. URL: <https://www.ebu.ch/publications/trust-in-media-2018>.

- Fletcher, R., & Park, S. (2017). The Impact of Trust in the News Media on Online News Consumption and Participation. *Digital Journalism*, 5(10), 1281–1299.
- Freedom House (2018). Freedom on the Net 2018. URL: [https://freedomhouse.org/sites/default/files/FOTN\\_2018\\_Final%20Booklet\\_11\\_1\\_2018.pdf](https://freedomhouse.org/sites/default/files/FOTN_2018_Final%20Booklet_11_1_2018.pdf).
- Freedom House (2019). Freedom in the world 2019. URL: [https://freedomhouse.org/sites/default/files/Feb2019\\_FH\\_FITW\\_2019\\_Report\\_ForWeb-compressed.pdf](https://freedomhouse.org/sites/default/files/Feb2019_FH_FITW_2019_Report_ForWeb-compressed.pdf).
- Gorwa, R., & Guilbeault, D. (2018). Unpacking the Social Media Bot: A Typology to Guide Research and Policy. *Policy & Internet (online first)*. doi: 10.1002/poi3.184.
- Haciyakupoglu, G., & Zhang, W. (2015). Social Media and Trust during the Gezi Protests in Turkey. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(4), 450–466
- Kastels, M. (2014). *Moć komunikacija*. Beograd: Clio.
- Kastels M. (2018). *Mreže revolta i nade*. Beograd: Službeni glasnik
- Kim, D., Graham, T., Wan, Z., & Rizoiu, M. A. (2019). Tracking the Digital Traces of Russian Trolls: Distinguishing the Roles and Strategy of Trolls On Twitter. *arXiv preprint arXiv:1901.05228*. URL: <https://arxiv.org/pdf/1901.05228.pdf>
- King, G., Pan, J., & Roberts, M. E. (2017). How the Chinese Government Fabricates Social Media Posts for Strategic Distraction, Not Engaged Argument. *American Political Science Review*, 111(3), 484–501.
- Liber. (2015). *Astroturfing u Srbiji: društveni eksperiment i digitalna pismenost*. Centar za nove medije Liber, Novi Sad: Liber
- Lightfoot, S., & Jacobs, S. (2017). Political Propaganda Spread Through Social Bots. *Media, Culture, & Global Politics*, 1-22.
- MacKinnon, R. (2011). China's "Networked Authoritarianism". *Journal of Democracy*, 22(2), 32–46.
- Marković, T. (2018, 23. decembar). Kako su SNS botovi napisali 10 miliona komentara. *Al Jazeera Balkans*. URL: <http://balkans.aljazeera.net/vijesti/kako-su-sns-botovi-napisali-10-miliona-komentara>.

- Marwick, A., & Lewis, R. (2017). *Media Manipulation and Disinformation Online*. New York: Data & Society Research Institute.
- Murthy, D., Powell, A. B., Tinati, R., Anstead, N., Carr, L., Halford, S. J., & Weal, M. (2016). Automation, Algorithms, and Politics| Bots and Political Influence: A Sociotechnical Investigation of Social Network Capital. *International Journal of Communication*, 10(20), 4952–4971.
- Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy, D. & Nielsen, R. (2018). *Digital News Report 2018*. Reuters Institute for the Study of Journalism and University of Oxford. Posećeno 15. 1. 2019. URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/digital-news-report-2018.pdf>.
- Otkrivena tajna „tvrđava“ SNS botova: procureo najnoviji program koji aktivisti SNS koriste za komentarisanje na Internetu (2015, 18. april). *Nova srpska politička misao*. URL: <http://www.nspm.rs/politicki-zivot/teleprompter-otkrivena-tajna-tvrđjava-sns-botova-procureo-najnoviji-program-koji-aktivisti-sns-koriste-za-komentarisanje-na-internetu.html?alphabet=l>.
- Pavlović, J. (2017). Digitalizacija javne sfere u Srbiji: Online pritisci izvršne vlasti na ombudsmana i reakcija opoziciono opredeljene Tviter zajednice. *Političke perspektive*, 7(3), 51–74.
- Pearce, K. E., & Kendzior, S. (2012). Networked Authoritarianism and Social Media in Azerbaijan. *Journal of Communication*, 62(2), 283–298.
- Petrović, D. (2016). Društveno-aktivistički potencijal onlajn platformi za društveno umrežavanje. *Sociološki pregled*, 50(3), 397–430.
- Petrović, J., & Petrović, D. (2017). Konektivna akcija kao novi obrazac protestnog aktivizma. *Sociologija*, 59(4), 405–426.
- Polat, R. K. (2005). The Internet and Political Participation: Exploring the Explanatory Links. *European Journal of Communication*, 20(4), 435–459.
- Radojković, M. (2017). Digitalni mediji u Srbiji – koristi i opasnosti. *Politeia*, 7(13), 15–27.
- RZS (2018). Upotreba informaciono-komunikacionih tehnologija u Republici Srbiji za 2018. godinu. Beograd. Republički zavod za statistiku.
- Splichal, S. (2014). Masovni mediji između javnosti i javne sfere. *Medijska istraživanja: znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije*, 20(1), 5–25.

- Swift, A. (2004, 14. septembar). Americans' Trust in Mass Media Sinks to New Low. *Gallup*. Posećeno 1. 12. 2018. URL: <https://news.gallup.com/poll/195542/americans-trust-mass-media-sinks-new-low.aspx>.
- Vajdijanatan, S. (2018) *Antidruštveni mediji*. Clio: Beograd
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policymaking. *Council of Europe report*, DGI (2017), 9.
- Weedon, J., Nuland, W., & Stamos, A. (2017, 27. april). Information Operations and Facebook. version, 1. URL: <https://www.mm.dk/wp-content/uploads/2017/05/facebook-and-information-operations-v1.pdf>.
- Woolley, S. C., & Howard, P. N. (2016). Automation, Algorithms, and Politics: Political Communication, Computational Propaganda, and Autonomous Agents —Introduction. *International Journal of Communication*, 10, 9.
- Zannettou, S., Caulfield, T., Setzer, W., Sirivianos, M., Stringhini, G., & Blackburn, J. (2018). Who Let The Trolls Out? Towards Understanding State-Sponsored Trolls. *arXiv preprint* URL: <https://arxiv.org/pdf/1811.03130.pdf>
- Zelenkauskaitė, A., & Niezgodą, B. (2017). “Stop Kremlin trolls:” Ideological Trolling as Calling Out, Rebuttal, and Reactions on Online News Portal Commenting. *First Monday*, 22(5).



Dalibor Petrović

University of Belgrade, Faculty of Transport and Traffic Engineering, Serbia

**DIGITAL PLATFORMS AS MEANS OF POLITICAL PROPAGANDA:  
THE CASE OF THE *PROTEST AGAINST DICTATORSHIP*  
FAKE FACEBOOK PAGE**

*Abstract:* Growing distrust in the mainstream media has led to rising importance of cyberspace in creation of the public sphere. This is especially visible in networked autocracies, regimes that have established firm control over mainstream media, but who have also developed effective strategies and techniques to fight against political opponents on digital platforms. In the networked autocracies one can observe a development of specific type of political propaganda that can be characterized as computational propaganda. This type of propaganda is created with the help of digital platforms, political bots and the Internet of Things. The basic role of computational propaganda is not based on delivering of a positive image of the one in whose name it is being implemented, but pollution and polarization of public spaces of the Internet, with the goal to discourage as many people as possible from online political activism. Serbia is one of the countries with a highly developed computational propaganda, whether we are talking about the number of people who perform this type of propaganda in the name of the ruling majority, or we are talking about the scope of their actions. One of examples of their internet operations was launching a fake Facebook page of the Protest against the dictatorship, with the aim of confusing supporters of this protest. Our empirical study has shown that cyber troupes of the ruling majority, known as bots, have been very successful in conducting their online campaign which contributed to the end of one of the greatest anti-government protests in the post-Milosevic era.

*Key words:* digital platforms, propaganda, trolls, bots, Facebook, Serbia, protest Against dictatorship



# „Šetam da ne emigriram!<sup>1</sup>“: aktivizam i emigracija iz perspektive učesnika protesta *Protiv diktature*<sup>2</sup>

Jelisaveta Petrović<sup>3</sup>

Univerzitet u Beogradu, Filozofski fakultet, Srbija

doi: 10.5937/comman13-20621

*Sažetak:* Namera ovog rada je da ispita karakteristike odnosa između političkog aktivizma i planova za emigraciju među učesnicima protesta *Protiv diktature*. Anketno istraživanje učesnika protesta je sprovedeno u tri grada – Beogradu, Nišu i Subotici (N=175), tokom proleća 2017. godine. U radu se polazi od teorijskog modela „izlazak–glas“ (exit–voice) koji je razvio ekonomista Albert Hiršman (1970). Primenjen u političkom kontekstu, ovaj model dovodi u vezu politički aktivizam i planove za iseljenje na takav način da je, ukoliko postoji prostor za javno iskazivanje nezadovoljstva, sklonost emigraciji manja. S druge strane, u slučaju visokog stepena nezadovoljstva društvenim prilikama i nemogućnosti da se kroz dostupne mehanizme političke participacije na njih utiče, jedan deo građana će odlučiti da se odseli. Nalazi istraživanja pokazuju da su učesnici protesta *Protiv diktature* politički aktivniji u odnosu na opštu populaciju. Oni češće potpisuju peticije, protestuju, štrajkuju, kontaktiraju predstavnike vlasti i doniraju novac za različite svrhe. Drugim rečima, učesnici protesta čine samo jezgro aktivnog građanstva u Srbiji. Ipak, ni razmišljanja o emigraciji im nisu strana. Većina ispitanika je tu opciju razmatrala a iseljenju su posebno skloni mladi, studenti i radno aktivni. S obzirom na važnost postojanja aktivnog građanstva za razvoj demokratije, visoka sklonost emigraciji učesnika protesta *Protiv diktature* je nešto što zabrinjava. Iako se fleksibilniji oblici političkog aktivizma (učesće u protestima, okupaciji javnih prostora, štrajkovima itd.), suprotno očekivanjima, nisu pokazali statistički značajno povezanim sa planovima za emigraciju, aktivni angažman kroz političke organizacije izdvojio se kao činilac koji smanjuje šanse preseljenja u drugu zemlju, što delimično potvrđuje pretpostavke izvedene na osnovu Hiršmanovog modela.

**Ključne reči:** politički aktivizam, emigracija, protest *Protiv diktature*, Srbija

<sup>1</sup> Jedna od poruka koja se mogla videti u toku protesta.

<sup>2</sup> Ovaj rad je nastao u okviru projekta „Izazovi nove društvene integracije u Srbiji: koncepti i akteri“ (ev. broj 179035) koji finansira Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije.

<sup>3</sup> Kontakt sa autorom: vjelisaveta@gmail.com.

## 1. Uvod

Baveći se temom političkog aktivizma, istraživači se mahom fokusiraju na aktivnosti koje se odvijaju unutar granica nacionalne države. U skladu sa ovako postavljenim dizajnom istraživanja, najčešće se ispituju izborna ponašanja, različiti oblici participacije u donošenju odluka te vaninstitucionalno delovanje. Međutim, takav pristup ne pruža uvek potpunu sliku političkog aktivizma. Naime, u kontekstu visokog nezadovoljstva društvenim prilikama, jedan od mogućih scenarija, koje se u ovim istraživanjima uglavnom ne uzima u obzir, predstavlja iseljenje odnosno fizičko napuštanje političke zajednice te delimično ili potpuno prekidanje veza koje sa njom postoje. Jedan od autora koji je među prvima skrenuo pažnju na vezu koja postoji između aktivizma i emigracije je ekonomista Albert Hiršman (Albert Hirschman, 1970, 1978). Razmatrajući alternative koje stoje pred onima koji nisu zadovoljni uslovima rada ili života u okviru organizacije kojoj pripadaju ili čak čitave države, Hiršman kaže: „Postoje dva osnovna tipa aktivne reakcije na nezadovoljstvo organizacijom kojoj pojedinac pripada ili sa kojom posluje: ili da iskaže svoje nezadovoljstvo, a da pritom ostane član ili potrošač, nadajući se da će se okolnosti popraviti; ili da iz organizacije izađe“ (Hirshman, 1978: 90). Drugim rečima, pred nezadovoljnim građanima postoji izbor između podizanja glasa (engl. *voice*) i izlaska (engl. *exit*). Značaj Hiršmanovog pristupa počiva velikim delom na tome što on izlazak (emigraciju) i glas (politički aktivizam) razmatra kao alternativne odgovore na nezadovoljstvo postojećim prilikama i na taj način pravi sponu između različitih istraživačkih polja i pristupa – pre svega, onih koji se bave „push“ faktorima migracija i onih koji ispituju građansko učešće u politici (Orbell & Uno, 1972: 473). Emigracija nužno ne mora da znači i okončanje političkog delovanja unutar zemlje porekla, pogotovo u doba digitalnih tehnologija koje omogućavaju iseljenicima da prate politička dešavanja i aktivno doprinose u virtuelnoj sferi, ali je svakako treba razmatrati kao jedan od političkih odgovora na nezadovoljavajuće društvene okolnosti (Benvenisti, 1999; Somin, 2008; Burgess, 2012).

Cilj ovog rada je da, uzimajući u obzir učesnike protesta *Protiv diktature* koji su izbili širom Srbije nakon predsedničkih izbora 2017. godine, ispita u kakvom odnosu se nalaze politički aktivizam i planovi za emigraciju. Pažnju na ovo pitanje su nam skrenuli natpisi poput „Šetam da ne emigriram!“ koji su se mogli videti u protestnim šetnjama kao i izjave koje su medijima davali učesnici protesta da će, ukoliko se predstavnici vlasti ogluše na njihove zahteve,

verovatno sreću potražiti u nekoj drugoj, „normalnijoj“ državi. Imajući to u vidu, zapitali smo se da li se, kao što je pretpostavljeno osnovnim Hiršmanovim (1970) modelom izlazak–protest (engl. *exit–voice*), prakse političkog aktivizma i emigracije međusobno isključuju ili je, pak, reč o kompleksnijem odnosu protestnog delanja i migratornih strategija.

## 2. Kontekstualni okvir istraživanja

Neposredni socio-politički okvir ovog istraživanja predstavlja splet okolnosti koje su dovele do izbijanja protesta *Protiv diktature*. Protesti su se javili spontano, kao reakcija građana nezadovoljnih uslovima u kojima su izbori održani, a pokrenuti su jednim Fejsbuk pozivom na okupljanje ispred Narodne skupštine (videti šire u Petrović & Petrović, 2017, i Petrović, 2018). Nijedna politička partija niti bilo koja druga već postojeća organizacija nije se izdvojila kao zvanični lider, iako se nekoliko grupa formiralo u toku trajanja protesta. Tokom prvih nedelja, protesti su bili masovni, izvodili su na ulice više desetina hiljada ljudi, ali su brzo počeli da se osipaju, da bi sasvim prestali nakon uskršnjih i prvomajskih praznika. Iako nisu proizveli značajnije društvene promene, ovi protesti jesu važni jer predstavljaju jedno od prvih masovnijih iskazivanja nezadovoljstva<sup>4</sup> posle petooktobarskih promena 2000. godine (videti više u Pešić, 2017).

Širi društveni kontekst u koji treba smestiti nalaze ovog istraživanja predstavljaju mogućnosti za političko delovanje u Srbiji te obrasci migracija karakteristični za ovo područje.

Komparativna istraživanja političkog aktivizma ukazuju na znatno niži nivo participacije i demokratski deficit u bloku postsocijalističkih zemalja (Norris, 2002). Nalazi nekoliko domaćih istraživanja potvrđuju ove zaključke pokazujući da se veoma mali broj građana aktivno angažuje kroz dostupne mehanizme političke participacije, što znači da je ukupan efekat ovakvog oblika delanja na proces donošenja odluka sasvim skroman (Cvejić, 2004; Vukelić, 2009; Mojsilović et al., 2011). Razlozi slabog učešća građana u javnom životu su brojni – od nerazvijenosti participativne političke kulture, centralizovanog i autoritarnog sistema, slabosti institucija i civilnog društva do međusobnog nepoverenja i nepoverenja prema institucijama (Gredelj, 2000; Vujadinović,

<sup>4</sup> Pored nekoliko protesta koje je organizovala inicijativa Ne davimo Beograd.

2009; Vukelić, 2009; Stanojević & Stokanić, 2014; Klačar, 2015; Bešić, 2016; Vuković, 2016). Po pravilu, građani su slabo informisani i najčešće nespremni da se uključe u proces donošenja odluka, a retko učestvuju i u vaninstitucionalnim aktivnostima, kao što su različite vrste protesta i bojkota. Jedan od razloga je taj što ne veruju da tim putem mogu nešto ozbiljnije da promene niti da će predstavnici vlasti uraditi ono na šta se budu obavezali (Vukelić, 2009; Mojsilović et al., 2011).

Kada su u pitanju obrasci prostornog pomeranja stanovništva, Srbija ima dugu tradiciju iseljavanja, dominantno u pravcu razvijenih zemalja Zapada. Prema nekim procenama, ukupna iseljenička populacija srpskog porekla (uključujući treću i četvrtu generaciju iseljenika) broji 2,8 miliona ljudi (IOM, 2012 prema Bobić & Babović, 2013: 217).

Od Drugog svetskog rata na ovamo, nekoliko talasa masovne emigracije je pogodilo Jugoslaviju (Srbiju). Prvi veliki talas preseljenja ka zemljama Zapada je započeo šezdesetih godina 20. veka liberalizacijom izdavanja putnih isprava, ali i kao posledica ekonomskih prilika u razvijenim zemljama koje su pogodovale dolasku stranih radnika. Prema podacima popisa iz 1971. godine, Srbiju je u ovom periodu napustilo 204.000 stanovnika. Iako se intenzitet odlaska na privremeni rad u inostranstvo smanjio, naredni popis (1981) beleži da je broj odseljenih porastao za trećinu u odnosu na prethodni period. Promene socio-ekonomskih prilika u zemljama destinacije koje više nisu bile povoljne za dolazak radnika iz drugih zemalja, dovele su do izvesne stagnacije u broju iseljenih lica u toku naredne dekade (1981–1991). Međutim, politička i ekonomska kriza koja je tokom devedesetih zahvatila Srbiju i čitavu Jugoslaviju, dovela je do naglog porasta broja emigranata. U periodu između dva popisa 1991–2002, broj iseljenih lica je drastično porastao tako da je, prema popisu iz 2002. godine, čak 415.000 građana Srbije živelo izvan njene teritorije. Rezultati popisa iz 2011. godine pokazuju da se broj iseljenika smanjio na oko 300.000 (Penev & Predojević-Despić, 2012: 41–42). Prema najnovijim procenama, u periodu nakon poslednjeg popisa, došlo je do značajnog porasta broja ljudi koji su napustili Srbiju (Grečić, 2016; Stevanović, 2017). Posebno je naglašen odlazak mladih i visokoobrazovanih stanovnika (Bobić et al., 2015).

Imajući u vidu širi društveni kontekst u kojem se odvijao protest *Protiv diktature*, može se reći da preseljenje figurira kao jedan od verovatnih odgovora na nezadovoljavajuće uslove života, koji je posebno dostupan mladim i visoko-

obrazovanim stanovnicima. S druge strane, iako je 21. vek u Srbiji započeo velikim protestima, u poslednje gotovo dve decenije nije pruženo mnogo prostora za iskazivanje nezadovoljstva na ulicama kao ni kroz druge kanale političke participacije.

### 3. Protest vs. emigracija

Knjiga Alberta Hiršmana *Exit, Voice and Loyalty: Responses to Decline in Firms, Organizations and States* (1970) spada u klasike socio-ekonomske misli, a ideje iznete u njoj su primenjivane u različitim oblastima – od ispitivanja glasanja i ponašanja potrošača, preko analize zadovoljstva korisnika javnih usluga do međunarodnih migracija i modelovanja urbane politike (Dowding & John, 2012). U ovoj knjizi i kasnijim radovima (između ostalih: Hirschman, 1978), Hiršman polazi od pretpostavke da u slučaju da se uslovi života ili rada značajno pogoršaju, pojedincima unutar organizacije (preduzeća, grada ili čitave države) na raspolaganju stoje dve moguće strategije koje on naziva: glas i izlazak. „Izlazak“ podrazumeva delimično ili potpuno prekidanje veza koje postoje sa organizacijom kojoj pojedinac pripada, dok „glas“ predstavlja izražavanje nezadovoljstva sa namerom da se situacija popravi. Primera radi, u slučaju pogoršanja kvaliteta javnih usluga, građani mogu pojedinačno ili udruženo da se žale predstavnicima vlasti i protestuju, ili da se odsele. Slično tome, potrošači mogu da upute pritužbe na kvalitet robe ili da promene mesto kupovine, dok zaposleni imaju mogućnost da nadređenima iskažu svoje nezadovoljstvo uslovima rada ili da daju otkaz. Pojedinci, kao racionalne individue, vagaju između ove dve mogućnosti i opredeljuju se za onu koja pruža više koristi uz manje troškove. U Hiršmanovoj shemi, alternative „izlaska“ i glasnog iskazivanja nezadovoljstva su, najčešće, međusobno isključive. Po pravilu, što je jednostavnija mogućnost „izlaska“, manje je verovatno da će se nezadovoljstvo javno artikulirati. S druge strane, u okolnostima koje pružaju mogućnost iznošenja zahteva i upućivanja kritike te postizanje željene promene, sklonost odabiru izlazne strategije će biti manja. Hiršman u model uvodi i treći element, kao balans između „glasa“ i „izlaska“. Reč je o lojalnosti. On smatra da to koja će se strategija odabrati, u velikoj meri zavisi od jačine lojalnosti prema određenoj organizaciji<sup>5</sup>. Tamo gde postoji duboka lojalnost (recimo, lokal-patriotizam) opcija izlaska može biti

<sup>5</sup> Pojam organizacije autor koristi u širem smislu te se njegov model može primeniti kako na ponašanje u preduzeću, tako i na okvire lokalne zajednice pa čak i čitave države.

manje privlačna čak i u slučaju drastičnog narušavanja kvaliteta života. Pored toga, „izlazak“ i „glas“ imaju normativnu dimenziju u smislu da odustajanje od upućivanja zahteva donosiocima odluka odnosno optiranje za „izlazak“, prema ovom autoru, doprinose daljem pogoršanju situacije (Hirschman, 1970). Svakako, u kontekstu loših (pogoršanih) uslova života, iz lojalnosti (ili nemogućnosti realizacije jedne od dve proaktivne strategije), pojedinac može i da ne reaguje odnosno da trpi čekajući da se, pod uticajem spoljašnjih činilaca, situacija popravi. Ovom vrstom odgovora se Hiršman najmanje bavi. Preuzimajući tržišni model i odnos potrošač–organizacija, njega više zanimaju načini na koje različiti oblici ponašanja služe kao signali donosiocima odluka da promene neadekvatnu praksu, podignu kvalitet proizvoda i usluga ili unaprede ukupne uslove života i rada.

### *Izlazak*

U kontekstu odnosa građanin–država, u krajnjem obliku, „izlazak“ podrazumeva prekidanje svake veze koja između njih postoji. On može uzeti nekoliko oblika. Na jednoj strani, postoji mogućnost tzv. „privatnog“ izlaska koja u praksi znači prestanak korišćenja dostupnih javnih usluga i prelazak na privatni sistem snabdevanja – u oblasti zdravstva, obrazovanja, komunalnih usluga i dr. Ova mogućnost uglavnom stoji na raspolaganju imućnim građanima, dok većini nije dostupna (Dowding & John, 2012). Takođe, treba imati u vidu da je mogućnost „privatnog“ izlaska u velikoj meri ograničena u onim zemljama u kojima komunalne usluge nisu privatizovane.

Drugu varijantu predstavlja „geografski“ ili „Tiebuov izlazak“, odnosno napuštanje mesta stanovanja zarad boljih uslova života koje pruža neka druga sredina (unutar ili preko državnih granica). Ekonomista i geograf Čarls Tiebu (Charles Tiebout, 1956) ovakav je proces prostornog pomeranja nazvao „glasanjem pomoću nogu“ (engl. *foot voting*). Na taj način on je skrenuo pažnju na to da iako iseljenje, sa jedne strane, predstavlja individualnu socio-ekonomsku strategiju, ono se, sa druge strane, može posmatrati i kao politički čin.

Emigracija se pokazuje kao važan politički mehanizam u uslovima visoke materijalne deprivacije te nemogućnosti državnih institucija da adekvatno odgovore na potrebe i zahteve građana. U društvima koja oskudevaju neopodnožnim resursima (nerazvijen komunalni sistem, slabi kapaciteti sistema so-



cijalne zaštite, male šanse za pronalaženje posla, niski dohoci i dr.), emigracija predstavlja način da se smanji nezadovoljstvo i pritisak na javne službe (tzv. „sigurnosni ventil“), te se često dopušta a, u određenim razdobljima, i podstiče. Ovakvom strategijom država uspeva da na kraći rok olakša funkcionisanje preopterećenog sistema (pa i da poboljša ekonomsku situaciju usled priliva novca iz inostranstva), ali tokom vremena ovakva praksa stvara dubok disbalans u socio-demografskoj i socio-ekonomskoj strukturi društva te narušava funkcionisanje ekonomije na lokalnom i nacionalnom planu (Hirshman, 1970; Pfaff & Kim, 2003; Barry et al., 2014). „Izlazak“ nepovoljno utiče i na mogućnost artikulisanja nezadovoljstva i upućivanja zahteva nosiocima vlasti jer, po pravilu, prvi odlaze oni koji imaju najviše relevantnih resursa (dobrostojeći, obrazovani, mladi) dok ostaju oni čiji je akcioni potencijal znatno niži (siromašni, manje obrazovani, stari) (Hirshman, 1970). Kao konačan ishod izlaska, Hiršman vidi dodatno narušavanje uslova života u datoj političkoj zajednici.

### *Politički aktivizam*

U Hiršmanovom modelu (1970: 3) „glas“ se odnosi na svaki pokušaj promene nepoželjnog stanja upućivanjem individualnih ili kolektivnih zahteva nadležnim organima. „Glas“ predstavlja aktivan i konstruktivan odgovor usmeren ka donosiocima odluka („vertikalni glas“) odnosno ka drugim građanima („horizontalni glas“) kako bi se popravili uslovi<sup>6</sup> u kojima se živi, radi ili posluje (Layons & Lowry, 1986). U političkom kontekstu, „glas“ se odnosi na ono što se u literaturi najčešće naziva političkom participacijom ili aktivizmom (van Deth, 2014).

Politički aktivizam predstavlja sve one aktivnosti građana od potpisivanja peticije, kontaktiranja političara, bojkota robe do protesta čija je namera vršenja uticaja na donosioce odluka (van Deth, 2001: 4; 2014). U demokratskim društvima, mehanizmi političke participacije su brojni pa građanima na raspolaganju stoje raznovrsni načini delovanja. Oni mogu da se uključe u javne rasprave, savetodavne odbore, da odgovaraju na različite ankete, telefonske intervjuje, da kontaktiraju javne službenike, pišu pisama i peticije, pokreću građanske inicijative, protestuju itd. Pored klasičnih, postoje i neki noviji modeli koji olakšavaju

<sup>6</sup> Hiršman (1970) ističe da krajnji ishod podizanja glasa ne mora uvek biti pozitivan. Ukoliko, recimo, zahtevi nisu artikulisani na adekvatan način (npr. previše su radikalni ili agresivno postavljeni), mogu izazvati negativne reakcije vlasti i dodatno pogoršati situaciju.

građanima da učestvuju u javnom životu, kao što su elektronska participacije (engl. *e-participation*) ili delovanje preko *online* društvenih mreža (Roberts, 2015: 6–7; van Deth, 2014).

Pojedini autori prave razliku između individualnog i kolektivnog aktivizma. Razlikovanje individualnog izražavanja nezadovoljstva i kolektivnog delanja jeste važno zato što kolektivni oblici podležu tzv. dilemi kolektivne akcije (Olson, 1971). To znači da ukoliko je mnogo onih koji se švercuju (engl. *free-riders*) odnosno izbegavaju da sudeluju u zajedničkom poduhvatu, postoji rizik da se neće postići „kritična masa“ aktera neophodna da bi određena inicijativa imala efekta (Marwell & Oliver, 1993).

Iako su, u sinhronoj perspektivi, podizanje glasa i odlazak najčešće međusobno isključivi oblici delanja i mi ćemo ih, za potrebe analize, posmatrati odvojeno, oni se tokom vremena mogu smenjivati, tako što, recimo, neko ko je bio politički angažovan može da odluči da se odseli jer shvata da ne može ništa značajnije da promeni. Pomenuti oblici delanja su, zapravo, međusobno povezani na takav način da prethodna iskustva utiču na buduća (Oropesa, 1989: 435; Hoffman 2008). Jedan od primera preplitanja političkog aktivizma i emigracije predstavlja tzv. „glasni izlazak“ (engl. *noisy exit*) koji podrazumeva iznošenje kritika na račun vlasti koje prethodi iseljenju (Pfaff & Kim, 2003). Drugi oblik je „izlazak uz otpor“ (engl. *resistant exit*) gde sam čin odlaska predstavlja svojevrsan oblik protesta, izaziva nosioce vlasti i remeti politički *status quo* (Kirkpatrick, 2018).

Na kraju, treba napomenuti to da, iako u teoriji građanski protest i emigracija predstavljaju mogući izbor u svim društvenim kontekstima, pa i u totalitarnim režimima, rizici takvih oblika ponašanja ponekad su toliko visoki da se u praksi malo ko na njih odlučuje (Pfaff & Kim, 2003). Kada su granice zatvorene, a predstavnici vlasti nisu spremni da odgovore na zahteve građana ili na njih reaguju represivnim merama, preostaju samo pasivne strategije „preživljavanja“ i otpora (Van der Land & Doff, 2010: 431).

## 4. Metod

Anketno istraživanje stavova i praksi učesnika protesta *Protiv diktature* sproveo je tim istraživača Instituta za sociološka istraživanja Filozofskog fakulteta u Beogradu uz pomoć studenata-anketara. Istraživanje je realizovano u toku trajanja protesta (april–maj 2017), a prilikom selekcije ispitanika vodilo se

računa o tome da se obezbedi reprezentativnost uzorka, u skladu sa metodološkim preporukama nastalim u okviru projekta *Protest Survey* (Klandermans et al., 2011). Istraživanje je realizovano u tri grada: Beogradu (112), Nišu (53) i Subotici (10), tako da se u ukupnom uzorku našlo 175 ispitanika. U odnosu na socio-demografsku strukturu opšte populacije Srbije, u uzorku su naglašeno zastupljeni mladi (60%), visokoobrazovani (završen fakultet (44%) ili studentska populacija (38%), kao i stanovnici urbanih sredina (98%).

## 5. Nalazi istraživanja

### 5.1. Nezadovoljstvo

Nezadovoljstvo uslovima života predstavlja važan preduslov različitih oblika delovanja, između ostalih uzimanja učešća u protestima ili donošenja odluke o iseljenju (Opp, 1988). Rezultati istraživanja pokazuju da učesnike protesta *Protiv diktature* odlikuje visok stepen nezadovoljstva različitim aspektima života i političke situacije u zemlji. Kao najvažnije razloge iz kojih su se pridružili protestima, ispitanici su izdvojili kako neposredni povod protesta – neregularnost izbora i izbornu krađu (41,4%), tako i ukupnu političku i ekonomsku situaciju u zemlji kojom su nezadovoljni: korumpiranost vlasti (23,6%), politiku koja nije vođena u skladu sa interesima građana Srbije (7,5%), nedovoljnu slobodu medija (6,3%) te pitanje nezaposlenosti (2,3%)<sup>7</sup>.

O veličini raskoraka koji postoji između poželjnog oblika političkog uređenja i realnosti govore odgovori ispitanika na sledeća dva pitanja: „Koliko Vam je važno da živite u zemlji kojom se upravlja demokratski?“<sup>8</sup> i „Sve u svemu, koliko je Srbija demokratska zemlja?“<sup>9</sup>. Dok srednja vrednost odgovora na prvo pitanje iznosi 9,23 (SD=1.6), što znači da je ispitanicima izuzetno važno da žive u demokratskom društvu, u slučaju drugog pitanja srednja vrednost je 2,01 (SD=1,8), što govori da, iz njihove perspektive, Srbija gotovo uopšte nije uređena u skladu sa demokratskim principima.

<sup>7</sup> Pored učešća izazvanog nezadovoljstvom, učesnici su navodili i neke druge razloge, kao što je solidarnost i želja da se pruži podrška demonstrantima (7,4%), radoznalost (1,1%), ili to što im se sviđa atmosfera na protestima (0,6%) i drugo (9,7%).

<sup>8</sup> Jedanaestostepena skala na kojoj 0 označava – „nimalo važno“ a 10 – „izuzetno važno“.

<sup>9</sup> Jedanaestostepena skala na kojoj 0 označava – „nimalo demokratsko uređenje“ a 10 – „potpuno demokratsko uređenje“.

Na visok nivo nezadovoljstva učesnika protesta *Protiv diktature*, posredno ukazuju i nalazi o stepenu (ne)poverenja u institucije sistema. Kao što se iz tabele 1 može videti, poverenje je izuzetno nisko i u proseku se kreće oko minimalnih vrednosti na skali. Najniže poverenje ispitanici iskazuju u dve najznačajnije političke institucije – Vladu ( $M=0,75$ ;  $SD=1,3$ ) i Skupštinu Srbije ( $M=1,1$ ;  $SD=1,4$ ). Nešto veće poverenje ispitanici imaju u vojsku i policiju, ali se i te vrednosti nalaze ispod teorijske srednje vrednosti ( $M=5$ ). Nisko poverenje navodi na zaključak da ispitanici percipiraju državne institucije kao „otuđene“, što znači da vaninstitucionalno delovanje predstavlja jedan od mogućih daljih pravaca izražavanja nagomilanog nezadovoljstva.

Tabela 1: Poverenje u državne institucije

Institucija	Prosečna vrednost	Standardna devijacija
Skupština Srbije	1,1	1,4
Vlada Srbije	0,75	1,3
Pravosudni sistem	1,5	1,6
Policija	2,6	2,2
Vojska	3,7	2,8

\* Skala 0-10, 0 označava nedostatak poverenja,  
a 10 potpuno poverenje.

## 5.2. Politički aktivizam

Vrednovanje angažovanog odnosa prema društvenim pitanjima te verovanje da se ličnim zalaganjem situacija može promeniti na bolje, predstavljaju značajne preduslove političkog aktivizma (Verba & Nie, 1972; Verba et al., 1995). Nalazi istraživanja ukazuju na visok stepen saglasnosti ispitanika sa stavovima koji podrazumevaju aktivno rešavanje problema u zajednici. Tako se sa stavom: „Nije dovoljno samo pričati o tome šta ne valja, potrebno je da se nešto i uradi povodom toga“ saglasilo 98% ispitanika. S druge strane, sa stavom „Ne mogu da promenim stvari u svom okruženju, one su takve kakve jesu“ nije saglasno 70% ispitanika. Drugim rečima, može se reći da su aktivan odnos prema društvenim problemima i uverenje da se nepovoljna situacija ličnom inicijativom može promeniti, široko rasprostranjeni među učesnicima protesta *Protiv diktature*.

Podaci prikazani u tabeli 2 takođe govore u prilog zaključku da su učesnici protesta skloni preduzimanju aktivnog odgovora na različite izvore nezadovolj-

stva. Tako je, recimo, gotovo dve trećine učesnika aprilskih protesta u protekle tri godine potpisalo peticiju ili apel, oko polovine je učestvovalo u ranijim protestima, dok je približno svaki drugi bojkotovao ili namerno kupio proizvod iz etičkih ili političkih razloga. U poređenju sa opštom populacijom, šanse potpisivanja peticije među učesnicima protesta su 6,8 puta veće (u odnosu na nepotpisivanje), izgledi učešća u štrajku su 7 puta veći, a šanse<sup>10</sup> učešća u protestima čak 13 puta veće.

*Tabela 2: Poređenje učestalosti različitih oblika političkog aktivizma*

	Učesnici protesta <i>Protiv diktature, 2017</i>		Stanovništvo Srbije, 2018*	
	DA	NE	DA	NE
Kontaktiranje političara ili predstavnika vlasti	19,4%	80,6%	10,7%	89,3%
Potpisivanje peticije ili apela	63,4%	36,6%	20,2%	79,8%
Učešće u štrajku	29,7%	70,3%	5,5%	94,5%
Učešće u blokadi, okupaciji javnih prostora	14,3%	85,7%	3,6%	96,4%
Učešće u protestima, mitinzima, demonstracijama	50,9%	49,1%	7,7%	92,3%
Doniranje novca, odbijanje plaćanja	15,4%	84,6%	4,5%	95,5%
Bojkot proizvoda i usluga	41,7%	58,3%	/	/
Kupovina proizvoda iz etičkih/političkih razloga	45,7%	54,3%	/	/

\* Rezultati su dobijeni analizom podataka prikupljenih u anketnom istraživanju koje je 2018. realizovao Institut za sociološka istraživanja Filozofskog fakulteta u Beogradu na reprezentativnom uzorku građana Srbije (N=2211). Istraživanje je realizovano u okviru projekta „Izazovi nove društvene integracije u Srbiji: koncepti i akteri“ (ev. broj 179035) koji finansira Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije.

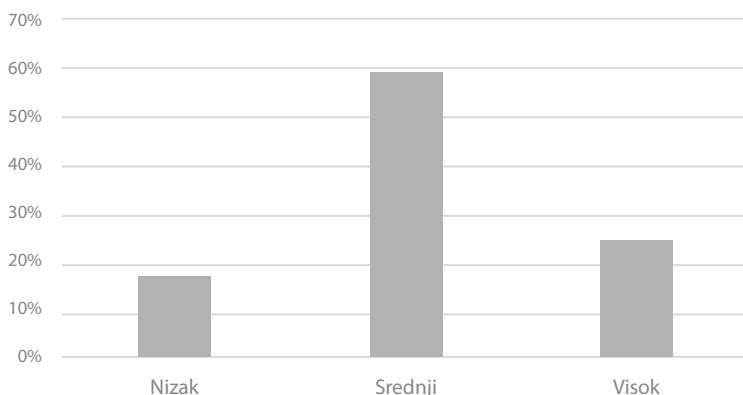
Ukoliko se kao mera političkog aktivizma u obzir uzme učešće na izborima, nalazi istraživanja ukazuju na visok nivo angažovanosti učesnika aprilskih protesta. Naime, na predsedničke izbore, koji su prethodili protestima, izašlo je

<sup>10</sup> Rezultati su dobijeni izračunavanjem količnika šansi odgovora DA (u odnosu na odgovor NE) za učesnike protesta u odnosu na opštu populaciju Srbije.

92,6% ispitanika, dok je na ranije izbore redovno izlazilo gotovo tri četvrtine ispitanih (75,3%), a povremeno 19,5% (2,9% nije izlazilo, dok 2,3% ispitanika nije imalo pravo).

Kompozitni indeks političkog aktivizma (grafikon 1) uzima u obzir sve prethodno pomenute oblike političkog delovanja<sup>11</sup>. Prema ovom indikatoru, umereno aktivno je 59% učesnika protesta *Protiv diktature*, visoko aktivan je svaki četvrti ispitanik, dok je 17% anketiranih, iako prisutno na ovim protestima, do sada bilo relativno slabo politički angažovano.

Grafikon 1: Indeks političkog aktivizma



Ako se kao pokazatelj posvećene angažovanosti u javnoj sferi uzme članstvo u različitim građanskim i političkim organizacijama, primetno je da su ispitanici iz opšte populacije nešto češće uključeni u rad „tradicionalnih“ organizacija kao što su različita verska udruženja, sindikati i političke partije, dok su učesnici protesta *Protiv diktature* učestalije članovi profesionalnih udruženja i nevladinih organizacija (tabela 3). Najveća razlika zabeležena je u pogledu članstva u nevladinim organizacijama. Naime, učesnici protesta imaju 4,5 puta veće šanse da budu članovi ovih organizacija u odnosu na pripadnike opšte populacije.

<sup>11</sup> Kompozitni indeks građanskog aktivizma konstruisan je zbrajanjem pojedinačnih oblika političkog aktivizma predstavljenih u tabeli 2 i učešća na izborima.

Tabela 3: Članstvo u građanskim/političkim organizacijama

	Učesnici Protesta, 2017		Stanovništvo Srbije, 2018*	
	DA	NE	DA	NE
Verske organizacije	2,9%	97,1%	10,7%	89,3%
Sindikati	6,3%	93,7%	7,1%	92,9%
Političke partije	9,1%	90,9%	10,8%	89,2%
Profesionalna udruženja	13,1%	86,9%	8,5%	91,5%
Nevladine organizacije	21,1%	78,9%	5,6%**	94,4%**

\* Rezultati su dobijeni analizom podataka prikupljenih u anketnom istraživanju koje je 2018. sproveo Institut za sociološka istraživanja Filozofskog fakulteta u Beogradu na reprezentativnom uzorku građana Srbije (N=2211). Istraživanje je realizovano u okviru projekta „Izazovi nove društvene integracije u Srbiji: koncepti i akteri“ (ev. broj 179035) koji finansira Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije.

\*\* preračunato radi uporedivosti

Ukupno posmatrano, za većinu onih koji su tokom više nedelja šetali ulicama gradova u Srbiji pod sloganom *Protiv diktature*, može se reći da su politički angažovani građani za koje je učešće u ovom protestu samo jedan od načina ispoljavanja generalno aktivnog odnosa prema društvenim pitanjima i političkoj situaciji u zemlji.

### 5.3. Emigracija i politički aktivizam

Istraživanje protesta *Protiv diktature* nije bilo primarno usmereno na ispitivanje stavova o emigraciji, te je samo jedno pitanje koje je u obzir uzimalo ovaj aspekt, postavljeno ispitanicima. Učesnici protesta upitani su da li su u protekle tri godine razmišljali o preseljenju u inostranstvo. Njihovi odgovori pokazuju da većina razmatra ovu opciju. Naime, tri četvrtine ispitanika jeste u poslednje vreme, makar malo, razmišljalo o tome da se preseli u neku stranu državu, dok 28% nije.

Imajući u vidu Hiršmanov *exit-voice* model, nameće se pitanje u kakvom odnosu se nalaze politički aktivizam i planovi za emigraciju učesnika protesta *Protiv diktature*. S obzirom na to da u kontekstu borbe za poboljšanje politič-

kih uslova *exit* opcija predstavlja krajnji i najnepovoljniji ishod (posmatrano iz perspektive šire političke zajednice) važno je utvrditi koji činioci utiču na to da učesnici protesta počnu da razmišljaju o tome da emigriraju. Treba imati u vidu to da učesnici ovog protesta, koji su prema većini parametara višestruko angažovaniji od prosečnog građanina Srbije, predstavljaju samo jezgro aktivnog građanstva i da bi njihov odlazak, samim tim, predstavljao veliki izazov za razvoj participativne demokratije u Srbiji.

Metod direktne logističke regresije primenjen je kako bi se utvrdio uticaj više faktora na verovatnoću da ispitanici budu skloni emigraciji (razmišljaju o iseljenju ili su već preduzeli konkretne korake). Pored varijabli političkog aktivizma i članstva u političkim organizacijama (kao indikatora angažovanosti u javnoj sferi) i (ne)poverenja u institucije sistema (kao aproksimativnog pokazatelja (ne)zadovoljstva političkim sistemom), u model su uključene i socio-demografske varijable<sup>12</sup> (pol, starost i status zaposlenja (zaposleni i studenti, referentna kategorija – (drugo) neaktivno stanovništvo).

Model se pokazao kao statistički značajan ( $H_2(7, n=160) = 40,309, p < 0,001$ ) i u celini objašnjava između 22,3% (r na kvadrat Kokska i Snela) i 31,7% (r na kvadrat Nagelkerkea) varijanse u spremnosti za iseljenje i tačno klasifikuje 77,5% slučajeva (što je više od apriorne klasifikacije (70%)).

Kao što je prikazano u tabeli 4, nezavisne promenljive: starost ispitanika, status zaposlenja (zaposleni i studenti u odnosu na (drugo) neaktivno stanovništvo), članstvo u političkim organizacijama i poverenje u politički sistem dale su jedinstven statistički značajan doprinos modelu, dok se pol i politički aktivizam nisu pokazali statistički značajnim prediktorima.

Ukoliko se u obzir uzme radni status, nalazi istraživanja pokazuju da su zaposleni i studenti oko pet puta češće spremni da se odsele u odnosu na (druga) neaktivna lica (domaćice, penzionere i druga neaktivna lica), uz sve ostale faktore u modelu jednake. Kada je u pitanju starost ispitanika, rezultati ukazuju na to da se sa svakom dodatnom godinom života za 3,7% smanjuju šanse da osoba bude spremna da emigrira. Drugim rečima, mlađi učesnici Protesta skloniji su iseljenju od starijih.

<sup>12</sup> Usled prezastupljenosti visokoobrazovanih (studenata i onih sa završenim fakultetom) u uzorku (82%), odnosno podzastupljenost ispitanika koji imaju osnovno obrazovanje (3%) ili su školovanje završili sticanjem trogodišnje srednje stručne spreme (1%), te činjenice da je uzorak relativno mali, obrazovni status ispitanika nije uključen u model. Kako uzorak čini 98% ispitanika iz urbanih sredina, nije uključena ni varijabla tip naselja (selo–grad).



Kada se svi ostali faktori drže pod kontrolom, oni koji nisu članovi političkih organizacija imaju 8,27 puta veće šanse da razmišljaju ili preduzimaju konkretne korake u pravcu iseljenja u odnosu na članove političkih organizacija. To znači da aktivno delovanje kroz političke organizacije predstavlja važan prediktor ostanka u zemlji. Na kraju, i (ne)poverenje u institucije jeste značajan prediktor emigracije. Naime, kada se poverenje u institucije poveća za jedan stepen, sklonost iseljenju se smanjuje za 8%.

Politički aktivizam se kao skup različitih (često *ad hoc*) oblika učešća građana u političkoj sferi, suprotno očekivanjima, nije pokazao statistički značajnim prediktorom namere emigracije. Međutim, nalaz da angažman u javnoj sferi kroz političke organizacije smanjuje šanse za iseljenje, u izvesnoj meri potvrđuje početnu pretpostavku da aktivno političko delovanje umanjuje spremnost za trajni odlazak iz zemlje.

Tabela 4: Binarna logistička regresija – namera emigracije

	B	Standardna greška	Wald	Stepeni Slobode	p	Količnik šansi exp (B)	Interval 95% poverenja za količnik šansi	
							Donja granica	Gornja granica
Muški pol Ref. ženski pol	-0.451	0.429	1.103	1	0.294	0.637	0.274	1.478
Starost	-0.037	0.015	5.898	1	<b>0.015</b>	0.963	0.935	0.993
Zaposleni Studenti Ref. (drugi neaktivni)	1.646 1.598	0.523 0.651	9.898 6.023	1 1	<b>0.002</b> <b>0.014</b>	5.184 4.943	1.860 1.380	14.452 17.708
Članstvo u političkim organizacijama	-2.112	0.889	5.646	1	<b>0.017</b>	0.121	0.021	0.691
Poverenje u institucije sistema	-0.083	0.042	3.831	1	<b>0.050</b>	0.920	0.847	1
Indeks aktivizma	-0.052	0.118	0.196	1	0.658	0.949	0.753	1.197
Konstanta	2.344	1.132	4.283	1	0.038	10.42		

## 6. Zaključna razmatranja

Nakon decenije u kojoj je zabeleženo izvesno smanjenje u broju iseljenih lica, u poslednjih nekoliko godina dolazi do ponovnog porasta stopa emigracije. Među iseljenicima prednjače mladi i visokoobrazovani stanovnici Srbije. Sasvim je jasno da odlazak onih koji imaju najviše potencijala predstavlja veliki gubitak za zemlju porekla te da doprinosi razvoju negativnih demografskih, ekonomskih i socio-političkih trendova. Sa druge strane, kao što smo imali prilike da vidimo, prostor za aktivno učešće građana u donošenju odluka je značajno sužen. Kanali institucionalne participacije, iako formalno postoje, teško su prohodni te građanima ostaju na raspolaganju uglavnom mehanizmi vaninstitucionalnog delovanja. Međutim, od 2000. godine na ovamo, ni ovi oblici političkog angažmana nisu bili često korišćeni, jednim delom zato što ne postoji način da se donosioci odluka primoraju da sprovedu u delo obećanja koja daju kako bi umirili nezadovoljne građane. Štaviše, predstavnici aktuelnog režima nisu ni pokušali da izađu u susret zahtevima učesnika protesta *Protiv diktature* već su sačekali da se protestna energija istroši kako bi se sve nastavilo po starom.

Namera ovog rada je bila da ispita u kakvom odnosu se nalaze različiti oblici političkog aktivizma i planovi za emigraciju među učesnicima protesta *Protiv diktature*. Nalazi istraživanja delimično idu u prilog pretpostavkama izvedenim iz Hiršmanovog modela. Naime, nezadovoljstvo političkim prilikama jeste nešto što otvara prostor za razmišljanje o emigraciji. Visok stepen nepoverenja u institucije sistema pokazuje se kao činilac koji gura građane u pravcu razmišljanja o preseljenju u zemlje koje pružaju bolje uslove života. Iako slobodniji oblici građanskog delovanja (kao što je učešće u protestima, blokadama, štrajkovima itd.) nisu na statistički značajan način povezani sa planovima za emigraciju, članstvo u političkim organizacijama, odnosno čvršće i stabilnije forme političkog angažmana koje ove organizacije pružaju, izdvaja se kao značajan prediktor ostanka u zemlji. Očekivano, istraživanje je ustanovilo da su mladi i radno sposobni građani oni koji će se među prvima odlučiti da emigriraju.

Na kraju, ne treba izgubiti iz vida to da je ovde bilo reči o posebno aktivnim građanima, koji su ovaj put podigli glas protiv nedemokratskih praksi aktuelnog režima, ali koji isto tako mogu da se odluče na iseljenje ukoliko se njihov angažman ne pokaže dovoljnim da se postojeće prilike koliko-toliko poprave. U tom smislu, za neke od učesnika je ovaj protest, koji nije uspeo da ostvari svoje ciljeve, bio *noisy exit* – glasno iskazivanje nezadovoljstva koje prethodi odlasku.

Za druge, možda, jedan od poslednjih pokušaja. Nalaz o visokoj sklonosti emigraciji među politički najaktivnijim građanima Srbije treba da bude upozorenje na to kakva može biti budućnost demokratije u Srbiji ukoliko se većina onih koji danas protestuju sutra odluči da ode. Sa druge strane, ipak, treba napomenuti da nove digitalne tehnologije i društvene mreže pružaju mogućnost iseljenicima da ostanu u toku sa političkim dešavanjima u zemlji porekla kao i da nastave sa svojim (onlajn) političkim delovanjem, iako su prostorno veoma udaljeni.

## Literatura

- Bešić, M. (2016). Poverenje u institucije u bivšim jugoslovenskim republikama. *Sociologija*, 57(2), 302–318.
- Barry, C. M., Clay, C.C., Flynn, M. E., & Robinson, G. (2014). Freedom of foreign movement, economic opportunities abroad, and protest in non-democratic regimes. *Journal of Peace Research*, 51(5), 574–588.
- Benvenisti, E. (1999). Exit and Voice in the Age of Globalization. *Michigan Law Review*, 98(1), 167–213.
- Bobić, M., Vesković Anđelković, M., & Kokotović Kanazir, V. (2015). Studija o spoljnim i unutrašnjim migracijama u Srbiji sa posebnim osvrtom na mlade. SDC, IOM, UNDP. Posećeno 12. 1. 2019. URL: <https://serbia.iom.int/sites/default/files/publications/documents/Studija%20o%20spoljnim%20i%20unutrašnjim%20migracijama%20građana%20Srbije%20sa%20posebnim%20osvrtom%20na%20mlade.pdf>.
- Bobić, M., & Babović, M. (2013). Međunarodne migracije u Srbiji – stanje i politike. *Sociologija*, 55(2), 209–228.
- Burgess, K. (2012). Migrants, Remittances, and Politics: Loyalty and Voice after Exit. *The Fletcher Forum of World Affairs*, 36(1), 43–55.
- Cvejić, S. (2004). Građanski pokret, socijalni kapital i institucionalna transformacija u post-socijalističkoj Srbiji. *Sociologija*, 46(3), 269–282.
- Dowding, K., & John, P. (2012). *Exits, Voices and Social Investment – Citizens' Reaction to Public Services*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Grečić, V. (2016, 4. oktobar). Prošla godina rekordna po iseljavanju iz Srbije. *Politika*. Posećeno: 3. 12. 2018. URL: <http://www.politika.rs/st/clanak/364849/Прошла-година-рекордна-по-исељавању-из-Србије>.
- Gredelj, S. (2000). Politička kultura građana Srbije. *Filozofija i društvo*, 16, 93–112.

- Hirschman, A. (1970). *Exit, Voice and Loyalty: Responses to Decline in Firms, Organizations and States*. Cambridge MA: Harvard University Press.
- Hirschman, A. (1978). Exit, Voice, and the State. *World Politics*, 31(1), 90–107.
- Hoffman, B. (2008). Bringing Hirschman Back In: Conceptualizing Transnational Migration as a Reconfiguration of “Exit”, “Voice”, and “Loyalty”. *GIGA Working Papers 91/2008*. Posećeno: 24. 8. 2017. URL: [https://www.giga-hamburg.de/de/system/files/publications/wp91\\_hoffmann.pdf](https://www.giga-hamburg.de/de/system/files/publications/wp91_hoffmann.pdf).
- Klačar, B. (2015). Nepoverenje u političke stranke – prolazni izazov ili problem za izbornu participaciju u Srbiji?. *Godišnjak Fakulteta političkih nauka*, 9(14), 185–199.
- Klandermans, B., Walgrave, S., Stekelenburg, J., Verhulst, J., Laer, J., Wouters, R., Troost, D., & Leeuwen, A. (2011). *Manual for Data Collection on Protest Demonstrations - Caught in the Act of Protest: Contextualizing Contestation* (CCC – Project). Version 3.0. <http://www.protestsurvey.eu>
- Kirkpatrick, J. (2018). Resistant Exit. *Contemporary Political Theory*. (online first) <https://doi.org/10.1057/s41296-018-0252-1>.
- Lyons W.E., & Lowery, D. (1986). The Organization of Political Space and Citizen Responses to Dissatisfaction in Urban Communities: An Integrative Model. *The Journal of Politics*, 48(2), 321–346.
- Marwell, G., & Oliver, P. (1993). *The Critical Mass in Collective Action: A Micro-social Theory*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mojsilović, M., Klačar, B., Sretenović, V., Žegarac, J., & Radović, N. (2011). *Neposredno učesće građana u upravljanju lokalnom zajednicom – Problemi, izazovi i preporuke za unapređenje procesa*, Beograd: OEBS. Posećeno: 16. 8. 2017. URL: <http://www.osce.org/sr/serbia/82794?download=true>.
- Norris, P. (2002). *Democratic Phoenix: Political Activism Worldwide*. Oxford: Oxford University Press.
- Olson, M. (1971). *Logic of Collective Action: Public Goods and the Theory of Groups*. 2nd edn. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Opp, K-D. (1988). Grievances and Participation in Social Movements. *American Sociological Review*, 53(6), 853–864.

- Orbell, J., & Uno, T. (1972). A Theory of Neighborhood Problem Solving: Political Action Versus Residential Mobility. *American Political Science Review*, 66, 471–489.
- Oropesa, R. S. (1989). Neighborhood Associations, Political Repertoires and Neighborhood Exits. *Sociological Perspectives*, 32(4), 435–452.
- Penev, G., & Predojević-Despić, J. (2012). Prostorni aspekti emigracije iz Srbije. Tri „vruće“ emigracione zone. *Stanovništvo*, 50(2), 35–64.
- Pešić, J. (2017). Politička participacija učesnika protesta Protiv diktature. *Sociologija*, 59(4), 452–475.
- Petrović, J., & Petrović, D. (2017). Konektivna akcija kao novi obrazac protestnog aktivizma. *Sociologija*, 59(4), 405–426.
- Petrović, J. (2018). Protestna politika u digitalno doba – slučaj Protesta protiv diktature. In J. Pešić, V. Backović, A. Mirkov (eds.), *Srbija u uslovima globalne krize neoliberalnog oblika kapitalističke regulacije* (pp. 127–146). Beograd: Univerzitet u Beogradu, ISI FF.
- Pfaff, S., & Kim, H. (2003). Exit–Voice Dynamics in Collective Action: An Analysis of Emigration and Protest in the East German Revolution. *American Journal of Sociology*, 109(2), 401–44.
- Roberts, N. C. (2015). Direct Citizen Participation – Challenges and Dilemmas. In N. C. Roberts (ed.), *The Age of Direct Citizen Participation* (pp. 3–18). London: Routledge.
- Stanojević, D., & Stokanić, D. (2014) Između Sicilije i Lombardije odnos poverenja, građanskih normi i društvene participacije među građanima Srbije. *Sociologija*, 56(2), 181–200.
- Somin, I. (2008). Tiebout Goes Global: International Migration as a Tool for Voting with Your Feet. *Missouri Law Review*, 73(4), 1–18.
- Stevanović, M. N. (2017, 30. oktobar). Emigracija iz Srbije dobila galopirajući trend. *Danas*. Posećeno: 3. 12. 2018. URL: <https://www.danas.rs/ekonomija/emigracija-iz-srbije-dobila-galopirajuci-trend/>.
- Tiebout, C. M. (1956). A Pure Theory of Local Expenditures. *Journal of Political Economy*, 64, 416–424.

- Van der Land, M., & Doff, W. (2010). Voice, exit and efficacy: dealing with perceived neighbourhood decline without moving out. *Journal of Housing and the Built Environment*, 25, 429–445.
- Van Deth, J. W. (2001). Studying Political Participation: Towards a Theory of Everything? Conference paper, April 2001. Posećeno: 22. 8. 2017. URL: <https://www.researchgate.net/publication/258239977>.
- Van Deth, J. W. (2014). A Conceptual Map of Political Participation. *Acta Politica*, 49, 349–367.
- Verba, S., & Nie, N. H. (1972). *Participation in America: Political Democracy and Social Equality*. Chicago: University of Chicago Press.
- Verba, S., Schlozman, K. L., & Brady, H. (1995). *Voice and Equality: Civic Voluntarism in American Politics*. Cambridge: Harvard University Press.
- Vujadinović, D. (2009). *Civilno društvo i političke institucije – Srbija u vrtlogu promena*. Beograd: Pravni fakultet.
- Vukelić, J. (2009). Neposredno učešće građana u donošenju odluka na lokalnom nivou vlasti u Srbiji. *Sociologija*, 51(3), 291–312.
- Vuković, D. (2016). Uloga građanskog društva u uspostavljanju odgovorne vlasti u savremenoj Srbiji: o granicama depolitizovanog građanskog aktivizma. *Sociologija*, 57(4), 637–661.

Jelisaveta Petrović

University of Belgrade, Faculty of Philosophy, Serbia

„WALKING – NOT TO WALK AWAY!": ACTIVISM AND EMIGRATION  
FROM THE PERSPECTIVE OF THE PROTESTORS AGAINST  
DICTATORSHIP

*Abstract:* The aim of this paper is to examine the characteristics of the relationship between political activism and plans for emigration among the participants of the protest Against dictatorship. A survey of the protest participants was conducted in three cities - Belgrade, Nis and Subotica (N = 175), during the spring of 2017. The paper starts from the "exit-voice" theoretical model, developed by economist Albert Hirschman (1970). Applied in a political context, this model links political activism and emigration plans in a way that – if there is a room for publicly expressed dissatisfaction – the propensity for emigration is lower. On the other hand, in the case of high dissatisfaction with social circumstances and the inability to influence them through available mechanisms of political participation, a number of citizens will decide to emigrate. The findings show that the participants of the protest Against dictatorship are more politically active than the overall population. They sign petitions more often, they protest, strike, contact government officials and donate money for different purposes. In other words, the Protest participants represent the core of the active citizenship in Serbia. However, they also take into consideration the possibility of leaving the country. The majority of respondents thought about this option; emigrating is particularly attractive to young people, students and the employed. Considering the importance of the active citizenship for the development of democracy, the high tendency for emigration among the Protest participants is worrisome. Although the more flexible forms of political activism (participation in protests, occupation of public spaces, strikes, etc.) – contrary to expectations – did not show statistically significant relation with emigration plans, the active engagement through political organizations distinguished itself as a factor reducing the chances of moving abroad, which partly confirms the assumptions derived from Hirschman's theoretical model.

*Keywords:* political activism, emigration, protest Against dictatorship, Serbia



# Vizuelno uokvirivanje protesta *Protiv diktature*<sup>1</sup>

Aleksandra Krstić<sup>2</sup>

Univerzitet u Beogradu, Fakultet političkih nauka, Srbija

Ana Milojević<sup>3</sup>

Univerzitet u Beogradu, Fakultet političkih nauka, Srbija

Jelena Kleut<sup>4</sup>

Univerzitet u Novom Sadu, Filozofski fakultet, Srbija

doi: 10.5937/comman13-20797

*Sažetak:* U radu se polazi od teorije uokvirivanja i unutar nje formulisane paradigme o medijskom izveštavanju o protestima. Protesti se posmatraju kao višedimenzionalni fenomeni u kojima je vizuelni izraz važan kako tokom protesta, tako i u njegovoj kasnijoj masmedijskoj obradi. Cilj ovog rada je da doprinese razumevanju vizuelnog medijskog uokvirivanja protesta, na osnovu studije slučaja protesta *Protiv diktature* koji je organizovan u Srbiji posle predsedničkih izbora 2017. godine. Analizom je obuhvaćeno izveštavanje televizija RTS 1, B92, Pink i N1, štampanih izdanja *Kurira*, *Informera*, *Večernjih novosti*, *Politike* i *Danasa*, i sajtova *Blic.rs*, *Telegraf.rs*. Metodom analize sadržaja ispitana je zastupljenost vizuelnih okvira nasilja, performativnosti, legitimisanja i delegitimisanja, a iz ugla socijalne semiotike kvalitativno je analiziran sadržaj ovih okvira. Rezultati pokazuju da je medijska scena podeljena između medija koji proteste prikazuju pozitivno i onih koji frekventno koriste negativne okvire nasilja i delegitimisanja. Za vizuelni performativni okvir može se reći da više od ostalih odslikava rutinu rada redakcija i stavlja u fokus vizuelnu atraktivnost događaja, dok se okvir legitimisanja i delegitimisanja pre mogu pripisati političkoj pristrasnosti i uređivačkoj politici određenih medija.

*Ključne reči:* protest, medijski okviri, vizuelno uokvirivanje, paradigma o protestima, protest *Protiv diktature*, Srbija

<sup>1</sup> Rad je jednim delom nastao u okviru naučno-istraživačkog projekta Univerziteta u Beogradu – Fakulteta političkih nauka, „Politički identitet Srbije u regionalnom i globalnom kontekstu“ (179076), a drugim delom u okviru naučno-istraživačkog projekta Filozofskog fakulteta Univerziteta u Novom Sadu „Digitalne medijske tehnologije i društveno-obrazovne promene“ (III 47020), koje finansira Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije.

<sup>2</sup> Kontakt sa autorkom: aleksandra.krstic@fpn.bg.ac.rs.

<sup>3</sup> Kontakt sa autorkom: ana.milojevic@fpn.bg.ac.rs.

<sup>4</sup> Kontakt sa autorkom: jelena.kleut@ff.uns.ac.rs

## 1. Uvod

Građanski protesti u Evropi i širom sveta se poslednjih godina sve češće organizuju povodom različitih društvenih problema. Borba protiv socijalne i ekonomske nejednakosti i represivnih mera štednje predvođena je čuvenim pokretima „Okupiraj“ (Occupy) i „Ogorčeni“ (Indignados) koji su tokom 2011. iznedrili niz protesta u Americi i Španiji, a 2012. se proširili na mnoge druge države u svetu. Samo u toku 2018. godine, u kratkom vremenskom periodu, građani su izašli na ulice kako bi protestovali protiv raširene korupcije (Rumunija), niskih ekonomskih standarda (protest „Žuti prsluci“ u Francuskoj, Belgiji, Holandiji), „ropskog“ zakona o radu kojim se unižavaju prava radnika (Mađarska), visokih školarina i loših uslova studiranja (Albanija), nezadovoljstva ministrom prosvete (Litvanija), ugrožavanja klime i životne sredine (Poljska) itd.

Određene promene u politici, kao što su sukob među elitama i pojava uticajnih saveznika, otvaraju prostor za građanske proteste (Tarrow, 2011). Protesti, kao kolektivne akcije inicirane od strane jedne grupe, otkrivaju prednosti protestovanja drugim, sličnim grupama, identifikuju potencijalne saveznike, pokazuju da su vlasti ranjive i menjaju postojeće odnose između onih koji izazivaju vlast i vlastodržaca (McAdam, Tarrow & Tilly, 1998: 164). Način na koji se određena grupa organizuje, protestne strategije koje formuliše kao i nivoi mobilizacije koje razvija zavise od političkog konteksta i režima. Vladislavljević (2014b: 153) smatra da nedemokratski režimi koji imaju određeni stepen društvenog, ekonomskog i institucionalnog ili političkog pluralizma i selektivnu represiju, odnosno autoritarni i hibridni režimi, pružaju „više prostora i sredstava potencijalnim izazivačima nego drugi režimi“.

I sam početak višestranačja u Srbiji bio je obeležen protestima, pre svega onim koji su nastajali kao bunt protiv autoritarnog režima Slobodana Miloševića. Najmasovniji su bili studentski protesti 1996–1997, a potom i građanski protesti oktobra 2000. godine. Opštih antivladinih protesta bilo je relativno malo posle 2000. godine, mada su pojedini društveni pokreti, poput Ne davimo Beograd, uspevali da okupe građane na ulicama. Protest *Protiv diktature*, održan u aprilu 2017. godine, jedan je najvećih u poslednjih 15 godina i mnogim svojim elementima prizvao je u javno sećanje proteste devedesetih (Fridman & Hercigonja, 2017).

Akadska istraživanja u Srbiji bavila su se protestima pre svega iz ugla psihologije, sociologije i politikologije (Babović et al., 1997; Čupić, 1998; Ku-

zmanović, 2003; Popadić, 2003; Vladislavljević, 2011; 2014a), dok je relativno malo istraživanja koja su protestima pristupala iz komunikološke perspektive (Dragić et al., 2003; Babović et al., 2017; Petrović & Petrović, 2017; Krstić, Parry & Aiello, 2017). S obzirom na značaj unutrašnjeg i spoljašnjeg komuniciranja demonstranata za realizaciju ciljeva protesta, proučavanje medijalizovane i neposredne komunikacije, oko i unutar protesta, neopravdano je zanemareno. Ovo se posebno odnosi na vizuelne elemente jer su protesti *par excellence* vizuelni događaj i demonstranti vizuelnim sredstvima mobilisu podršku, grade sopstveni identitet i javnu percepciju (DeLuca, 1999; Doerr, Mattoni & Teune, 2013). Slike sa događaja neretko postaju „slike događaji“ (DeLuca, 1999) koje dobijaju status „foto-žurnalističkih ikona“ (Perlmutter & Wagner, 2004), a pokreti ih često koriste kao retoričke taktike za komuniciranje svojih ciljeva široj publici.

Fokus istraživača sa Zapada na medijsku reprezentaciju protesta doveo je do formulisanja „paradigme o protestima“, prema kojoj mediji uglavnom marginalizuju proteste, naglašavajući negativne, nasilne, ili iracionalne elemente protesta, a favorizuju zvanične izvore, njihovo viđenje demonstracija i problema oko kojeg su organizovani (Chan & Lee, 1984; Gamson & Wolfsfeld, 1993; McLeod & Hertog, 1999; Boykoff, 2006; Boyle, McLeod & Armstrong, 2012; Lee, 2014; Weaver & Scacco, 2013; Harlow et al., 2017). Postojanost paradigme o protestima u različitim društveno-političkim sredinama često je proveravana primenom teorije uokvirivanja i identifikovani su dominantni okviri kroz koje mediji delegitimisu proteste (Gitlin, 1980; McLeod & Hertog, 1999; Dardis, 2006; Boykoff, 2006; Weaver & Scacco, 2013; Shahin et al., 2016). Međutim, većina ovih istraživanja je orijentisana na tekstualni deo izveštavanja o protestima, dok mali broj razmatra sliku protesta. Cilj ovog rada je da doprinese razumevanju vizuelnog medijskog uokvirivanja protesta, putem fotografija i video snimaka, u kontekstu Srbije.

Teorija uokvirivanja, prema našim saznanjima nije do sada primenjivana na proučavanje protesta u Srbiji, i ne postoje prethodna saznanja o postojanosti paradigme o protestima na ovim prostorima. Stoga, polazeći od pojma okvira i paradigme o protestima, ovaj rad razmatra kako se protest *Protiv diktature* vizuelno uokviruje u medijima u Srbiji. Analiza vizuelnih okvira sprovedena je kao deo šireg istraživanja medijskog uokvirivanja protesta *Protiv diktature* u kojem je razmatrano devet okvira: okvir nasilja, mirnog karaktera protesta,

legitimisanje, delegitimisanje, demokratičnost, nedemokratičnost, istorija u pozitivnom i negativnom kontekstu, kao i performativnost. Od navedenih okvira za četiri su razmatrani vizuelni iskazi – nasilje, performativnost, legitimisanje i delegitimisanje. Pored predstavljanja kvantitativnih podataka o zastupljenosti vizuelnih okvira, kvalitativnom analizom se produbljuje uvid u medijsku sliku protesta *Protiv diktature* kako bi se ukazalo na karakteristike vizuelne ekspresije u literaturi već identifikovanih okvira.

## 2. Protest *Protiv diktature*

Protest *Protiv diktature* nastao je spontano dan posle predsedničkih izbora 2. aprila 2017. godine, na kojima je u prvom krugu, sa 55% osvojenih glasova, pobedio Aleksandar Vučić. Prema postojećim saznanjima, protest je započeo objavom na društvenoj mreži Fejsbuk (Babović et al., 2017) i uglavnom je preko ove mreže bio organizovan, prvo u Beogradu a potom i u drugim mestima u Srbiji. Do samog kraja, početkom maja 2017. godine, organizovanje i koordinisanje protesta nije dovođeno u vezu ni sa jednom političkom ili drugom organizacijom. Ove dve karakteristike – organizovanje preko Fejsbuka i odsustvo prepoznatljivog liderstva, zajedno sa „personalizovanim obrascima političkog delanja“ dovode do zaključka da se radi o primeru „konektivnog delanja po modelu samoorganizujućih mreža“ (Petrović & Petrović, 2017: 422). Utoliko se radi o prvom lokalnom primeru protesta u kojem internetske aktivnosti ne predstavljaju produžetak analogno organizovanog pokreta, već od početka protest počiva na mrežno povezanim pojedincima.

U odnosu na klasične masovne medije, ovakav protestni obrazac je daleko više nego inače otvorio interpretativni prostor za nagađanje o organizatorima, ali i motivima i ciljevima, pošto ni oni nisu bili jasno i koherentno komunicirani sa javnošću. Zapravo, prvi zahtevi formulisani su tek pošto je protest otpočeo i odnosili su se na neposredno održane izbore – na izostanak monitoringa medijske zastupljenosti predsedničkih kandidata, neravnomernu zastupljenost kandidata u javnim medijskim servisima, rad Republičke izborne komisije i na blokadu Parlamenta. Demonstranti su zahtevali da čelni ljudi svih ovih institucija podnesu ostavku. Ovoj listi je tokom trajanja protesta dodat zahtev za poništavanjem spornih doktorata, pa potom i niz socio-ekonomskih tema, posebno oko prvomajskih praznika kada se protest *Protiv diktature* stopio sa sindikalnim manifestacijama. Istraživanje SeConS grupe za razvojnu inicijativu pokazalo je

da individualni motivi dolaska građana na proteste delimično odslikavaju ovu heterogenost javnih zahteva – najveći deo ih je bio na ulicama zbog nezadovoljstva izborima i medijima (41%), drugi deo zbog borbe protiv diktature i nepravde (32%), treći zbog želje za promenama i iz solidarnosti (19%), a pored ovih javlja se i niz drugih motiva (Babović et al., 2017: 13). Može se ipak reći da je centralni motiv okupljenih građana bilo nezadovoljstvo aktuelnim vlastima, koalicijom koju predvodi Srpska napredna stranka, i posebno izborom Aleksandra Vučića za predsednika Srbije.

Iako je protest trajao više od mesec dana, bio organizovan u svim većim gradovima i okupljao na vrhuncu po desetine hiljada ljudi širom Srbije, nijedan od zahteva protesta nije ispunjen, čak ni oni najkonkretniji, formulisani na početku. Strategija vladajuće koalicije bila je da odbacuje tvrdnje demonstiranata koje se odnose na regularnost predsedničkih izbora, a da sebe predstavi kao demokratsku vlast kojoj nije problem da istrpi kritiku sa ulica i trgova. Već na samom početku novoizabrani predsednik je poručio da je „Srbija demokratska zemlja i svako ima pravo da bude nezadovoljan rezultatom izbora“, i da su protesti u redu dok god su mirni (Milenković, 2017). Oni su to i bili, vrlo malo policije je obezbeđivalo skupove, a konflikta nije bilo osim incidenta kada je u gužvi ispred Skupštine oboren pano sa imenima stradalih na Kosovu i Metohiji i osim verbalnog sukoba sa poslanikom Vojislavom Šešeljom.

Spontano kako je i nastao protest je prekinut. Tokom uskršnjih praznika počeo je da se smanjuje broj demonstiranata, da bi se u prvim danima maja sporadično organizovali ulični performansi, uglavnom samo u Beogradu. Iako se u nekoliko navrata posle protesta u javnosti pojavljivala grupa građana pod nazivom *Protiv diktature*, tokom samog protesta nije stvoren pokret ili neki vid organizacije koja bi sa sličnim ili nekim drugim aktivnostima nastavila delovanje.

### 3. Teorijski okvir

#### 3.1. Medijski okviri i njihove vizuelne komponente

Od kada je sociolog Erving Goffman (Goffman, 1974) formulisao ideju o analizi okvira, uokvirivanje je veoma često korišćen pristup u oblastima sociologije, psihologije, studija političkog komuniciranja, kulturologije i komunikologije, podjednako u interpretativnim i empirijskim studijama. Primena

pristupa, koji se smatra jednim od najupotrebljavanijih, poslednjih decenija ne gubi na intenzitetu, naprotiv (Makhortykh & Sydorova, 2017). Polivalentnost koncepta omogućila je njegovu široku i multidisciplinarnu primenu, a u medijskim studijama je najčešća definicija Roberta Entmana, prema kojoj uokviriti određen problem znači „izabrati određene aspekte realnosti i naglasiti ih u tekstu, tako da se istakne određena definicija problema, kauzalna interpretacija, moralna evaluacija i/ili predlog rešenja problema“ (Entman, 1993: 52). Iako se u većini istraživanja okviri tretiraju kao verbalno-tekstualne kategorije, vizuelni prikazi poseduju istu komunikacionu funkciju. Slično kao što se autor teksta opredeljuje za određene izjave ili ideje koje će naglasiti u tekstu, fotograf bira koji će isečak realnosti reprezentovati celinu, određuje na čemu će biti fokus i koju će poziciju akteri i objekti imati u vizuelnom prikazu (Entman, 1993). Vizuelni okviri, poput verbalnih, funkcionišu po principima uključivanja i isključivanja, isticanja određenih odlika na uštrb drugih.

Gamson i Modigliani naglašavaju da uokvirivanje podrazumeva povezivanje informacija u manje ili više koherentnu „centralnu organizacionu ideju“ (Gamson & Modigliani, 1989: 3). Prema tome, svakim tekstom se procesima selekcije i slaganja informacija, nameće određena interpretacija društvenog problema ili događaja, koja je u skladu sa centralnom organizacionom idejom. Slikoviti prikazi takođe imaju ulogu u naglašavanju glavnog argumenta novinarske priče. Vizuelno isticanje centralne poruke teksta podrazumeva izbor onoga što će biti fotografisano, ugla, perspektive, kadra fotografisanja, a potom i fotografija koje će biti objavljene uz tekst (Coleman, 2010; Schwalbe, 2006). Slično tome, Pari (Parry, 2010) ističe da se uokvirivanje odnosi na odabir, kadriranje i kompoziciju prikaza kojima se definiše ono što je važno. Odnosno, prema rečima Pari, postupkom uokvirivanja „fotograf organizuje prikazane objekte u koherentnu celinu, u odlučujući momenat“ (Parry, 2010: 69).

Pored shvatanja fotografije kao rama u kojem je neki fenomen uhvaćen u specifičnom društveno-istorijskom trenutku, pojam okvira povezuje se i sa kulturno uslovljenim načinima interpretacije. U tom smislu, Gitlin ističe da oni koji barataju simbolima organizuju diskurse oslanjajući se na „dugoročne obrasce mišljenja, interpretacije i prezentacije“ (Gitlin, 1980: 7). Drugim rečima, okviri kao simboličke tvorevine, moraju biti široko prihvaćeni u određenoj kulturi kako bi posedovali komunikativnu funkciju. U skladu sa tim, Hertog i Makleod (Hertog & McLeod, 2001) pristupaju okvirima kao fenomenima

kulture, koji su u vezi sa društvenim institucijama i procesima, a doprinose održavanju socijalnog reda i poretka. Dakle, pojmovi ideologije i okvira međusobno su bliski i povezani. Kako Hertog i Makleod objašnjavaju, u svakom društvu postoji dominantna ideologija koja se prihvata bez osporavanja, a neki okviri se bolje uklapaju u dominantnu ideologiju, povezuju sa preovlađujućim uverenjima o osnovnim društvenim relacijama i logikom socijalnih organizacija (Hertog & McLeod, 2001: 146). Zbog toga su aktivnosti i artikulisanje ideja društvenih grupa koje izazivaju *status quo* vrlo često razmatrane primenom teorije uokvirivanja.

Mesaris i Abraham smatraju da su slike delotvornije u prenošenju ideoloških poruka od reči, zbog specifičnosti vizuelnog uokvirivanja u koje spadaju analoški kvalitet, ikoničnost i odsustvo propozicione sintakse (Mesaris & Abraham, 2001: 220). Semiotički pojmovi indeksičnosti i ikoničnost (analoški kvalitet fotografskog znaka), upućuju na to da fotografije odražavaju stvarnost, odnosno pretenduju na to da iznose neumitne istine o stvarnosti. Iako ove odlike potiču iz vremena analogne tehnologije fotografisanja, one i u vremenu digitalne manipulacije slikom ne gube na značaju jer su ugrađene u profesionalne rutine foto-žurnalizma. Fotografije sa događaja potvrđuju da se nešto dogodilo i zajedno sa drugim profesionalnim rutinama služe kao potvrda objektivnosti novinarskog izveštavanja. Sugestivnu moć fotografije, koja počiva na autentičnosti prikaza, potvrđuju i istraživanja efekata vizuelnog uokvirivanja koja pokazuju da slike efikasnije oblikuju percepcije čitaoca nego tekstualni sadržaj (Powell et al., 2015).

Kako smatraju Mesaris i Abraham, osim potvrde o zbivanju, slike ne mogu da ponude propozicionu sintaksu, bilo da se radi o uzročno-posledičnim vezama, poređenjima, uopštavanjima i slično (Mesaris & Abraham, 2001: 218–219). Ovi odnosi su implicirani i podložni većoj interpretativnoj slobodi jer gledalac u odnosu na svoje znanje ili tekstualna usidrenja iz vizuelnog inferira celokupne iskaze. Dok oko ikoničnosti i indeksičnosti foto-zapisa postoji visok stepen saglasnosti, Trivundža Tomanić (2015a: 79) naglašava da i slike – posebno ako ih je više – imaju propozicionu sintaksu koja se gradi prostornim aranžiranjem, kontrastima, delimičnim preklapanjima, ramovima ili bojama. Iz ugla okvirivanja, to znači da iako pojedinačne slike ne moraju nužno da prenesu okvire one to rade u kombinaciji sa drugim slikama što je od posebnog značaja kada se okviri posmatraju na nivou audiovizuelnog, televizijskog snimka.

Iako se još u ranim istraživanjima prepoznaje značaj fotografija kao jednog od mehanizama uokvirivanja (Gitlin, 1980; Tankard, 2001) mnogobrojni autori skreću pažnju na to da su vizuelni elementi često zanemareni i pozivaju da se oni zasebno preispituju kao specifična vrsta iskaza (Coleman, 2010; Corrigan-Brown & Wilkes, 2012; Doerr, Mattoni & Teune, 2013; Rohlinger & Klein, 2012; Tomanić Trivundža, 2015a). Pristrasnost istraživača prema tekstu se može objasniti teškoćama u operacionalizaciji vizuelnih frejmova i kodiranju semiotičkih karakteristika slike. U poslednje vreme, sa porastom značaja vizuelnog izražavanja u javnoj sferi, sve više istraživanja razmatra samo vizuelne okvire ili interakciju tekstualnih i vizuelnih okvira u konstrukciji značenja. Posebno značajna je primena u analizi konflikata (Blaagaard, Mortensen & Neumayer, 2017; Jungblut & Zakareviciute, 2019; Makhortykh & Sydorova, 2017; Ojala, Pantti, & Kangas, 2017; Parry, 2010; Schwalbe, 2006, 2013), dok je u proučavanju kolektivnih akcija i protesta vizuelno uokvirivanje i dalje relativno retko (Batziou, 2015; Corrigan-Brown & Wilkes, 2012; Douai, 2014; Krstić, Parry & Aiello, 2017). Većina novijih studija usmerena je na društvene medije (Bruns & Hanusch, 2017; Neumayer & Rossi, 2018), dok su mejnstrim mediji, posebno okviri snimaka u televizijskim vestima manje zastupljeni (Krstić, Parry & Aiello, 2017).

### 3.2. Paradigma o protestima

Istraživanje protesta je veoma razvijen segment socioloških i politikoloških studija, koje su se vremenom razgranale u srodne discipline, posebno medijske studije. Odavno je primećeno da su agende mejnstrim medija uglavnom nepropustljive za različite proteste, a redak publicitet koji mediji pružaju protestima većinom je negativan. Što više protesti odstupaju od vladajuće ideologije i društvenih normi, veća je tendencija medija da proteste marginalizuju i diskredituju načinom reprezentovanja. Čen i Li (Chan & Lee, 1984) su takvoj pristrasnosti u izveštavanju medija pripisali paradigmatički status i inspirisali niz studija koje su proveravale održivost paradigme o protestima u različitim kontekstima i vremenima (Gamson & Wolfsfeld, 1993; McLeod & Hertog, 1999; Boykoff 2006; Boyle et al., 2012; Lee, 2014; Weaver & Scacco, 2013; Harlow et al., 2017). Identifikovani su brojni faktori koji utiču na nivo delegitimiziranja protesta od strane mejnstrim medija. Harlow sa saradnicima (Harlow et al., 2017) sumira neke od faktora, pored političkog, kulturnog i socijalnog konteksta,



koji mogu relativizovati stepen ispoljavanja paradigme: ideološka orijentacija protesta i medija, stupanj nasilnosti protesta, taktike protesta (posebno koliko su taktike radikalne), ciljevi protesta, vlasništvo nad medijima koji izveštavaju o protestima. Međutim, uprkos relativnoj osetljivosti paradigme na određene uslove, istraživanja generalno pokazuju da je paradigma postojana u veoma raznorodnim društveno-političkim sredinama. Kako sumira Li, paradigma o protestima podrazumeva javnu osudu protesta kroz:

„fokus medija na nasilne aspekte ponašanja protestanata, upotrebu obrasca vesti o kriminalu, naglašavanje čudnog izgleda i načina mišljenja protestanata, opisivanje protesta kao neefikasnih, isticanje teatralnih postupaka i zanemarivanje onih koji upućuju na suštinu protesta, okretanje javnog mnjenja protiv protestanata, i privilegovanje vladinih izvora ili onih koji podražavaju vladu.” (Lee, 2014: 2727)

Navedeni obrasci delegitimizacije mogu se smatrati i dominantnim načinima uokviravanja protesta u mejnstrim medijima, i kao takvi su analizirani u brojnim studijama. Najpostojaniji u različitim kontekstima je okvir nasilja ili konflikta (Gitlin, 1980; McLeod & Hertog, 1999; Boykoff, 2006; Weaver & Scacco, 2013; Shahin et al., 2016). Pridavanje velike pažnje sukobima koji mogu nastati u slučaju primene radikalnih taktika protestovanja, delimično je posledica načina rada medija, odnosno uobičajenih kriterijuma selekcije događaja koji zavređuju status vesti. Što su događaji neuobičajeniji i socijalno devijantniji, poput konflikata, demoliranja imovine, hapšenja izgređnika i tome slično, veća je verovatnoća da će se o njima izveštavati. Često je intenzitet nasilja ekvivalentan intenzitetu izveštavanja. Međutim, favorizovanjem ovog okvira mediji protestante predstavljaju kao izgređnike, čime istovremeno deligitimišu zahteve i ciljeve protesta.

Sklonost medija ka dramatizaciji, odnosno događajima koji poseduju karakteristike drame, ogleđa se u predstavljanju protesta kroz okvir performativnosti (Gitlin 1980; McLeod & Hertog 1999; Dardis, 2006). Mediji često u prvi plan stavljaju karnevalske elemente protestovanja, performativne činove protestanata, odnosno pristupaju događajima kao spektaklu ili čak cirkusu. U ovom okviru neizbežan je prikaz protestanata kao glumaca u spektaklu, čija je spektakularnost srazmerna odstupanju od društveno prihvatljivog izgleda, odevanja, ponašanja. U meri u kojoj se demonstriranje uokviruje kao dramski nastup, predstava koja treba da zabavi ili izazove podsmeh, iz fokusa javnosti

izmiču društveni problemi oko kojih je protest organizovan. Okvir karnevala ili performansa, takođe, manje ili više suptilno, ukazuje na socijalnu neprilagođenost protestanata i neprihvatljivost ciljeva za koje se bore.

Posledica medijske logike je i davanje prednosti zvaničnim izvorima, poput organa javnog reda i mira, predstavnika vlasti, političkih lidera ili analitičara. Protestantima se retko daje reč u mejnstrim medijima, i malo medijskog prostora se izdvaja za prenošenje ključnih poruka protesta. Čak su i različiti posmatrači protesta, očevici izgreda, slučajni prolaznici koji proteste doživljavaju kao smetnju, ili prepreku za obavljanje njihovih svakodnevnih aktivnosti, češći sagovornici medija nego protestanti.

### 3.3. Vizuelni okviri i uokvirivanje protesta

Analize medijskih vizuelnih okvira pokazuju da je okvir konflikta jedan od najčešće korišćenih načina predstavljanja protesta (Perlmutter & Wagner, 2004; Coleman, 2010; Batziou, 2015; Tomanić Trivundža, 2015a; High & Bruce, 2017). Informativna vrednost konflikta uparuje sa vizuelnom dinamičnošću konfliktnih scena i njihovim emocionalnim nabojem, zbog čega su čest izbor novinara i urednika (Coleman, 2010; Tomanić Trivundža, 2015a). Nasilnost demonstiranja ponekad je implicitna u prikazu rezultata rušenja, ili na primer, u slučaju protesta u Grčkoj 2008. godine, slika spaljenih automobila, prodavnica ili novogodišnje jelke (Batziou, 2015). Lice demonstranta u Grčkoj se retko prikazuje, već ostaje skriveno iza kapuljače – koja postaje simbola izgredništva, dok se na slikama mirnih protesta lica učesnika najčešće vide. Kako se zaključuje u istraživanju, u polarizovanom medijskom sistemu Grčke publici su ponuđene dve sučeljene verzije, jedna koja prikazuje razarajuće demonstracije huligana pod kapuljačama, i druga koja proteste predstavlja kao mirna okupljanja dece iz srednje klase (Batziou, 2015: 36).

Istraživanje rađeno u Srbiji, pokazuje da je obračun policije sa huliganima i izgredništvo na ulicama Beograda u toku Parade ponosa 2010. godine bio vizuelno dominantan pristup svih nacionalnih televizija, koje su, emitujući slike nasilja i duge izjave političkih zvaničnika, potpuno pomerile fokus sa pripadnika LGBT zajednice i drugih učesnika mirne Parade ponosa na nove protagoniste – nasilne huligane i policajce „heroje“ (Krstić, Parry & Aiello, 2017). Autorke ovog istraživanja zaključuju da je vizuelni prostor pojavljivanja LGBT zajednice i drugih mirnih učesnika Parade ponosa na nacionalnim televizijama Srbije

veoma skućen ili čak potpuno izostavljen. Za razliku od njih, nasilnici, iako i vizuelno i uopšte negativno predstavljeni u TV programima, „sigurno odnose pobjedu u politici ulice“ (Krstić, Parry & Aiello, 2017: 16).

Pored vizuelnog prikaza demonstranata kao izgrednika, Doer, Matoni i Teune smatraju da u tipične slike spadaju još i demonstranti sa transparentima i demonstranti zabavljači, oni koji izvode performans (Doerr, Mattoni, & Teune, 2013). Performans može biti plod kolektivne akcije, organizovani deo protesta, a može se javiti i spontano. Oko kamere traga za ovim vizuelnim manifestacijama Drugosti zbog toga što privlači pažnju gledaoca, ali i zato što protestu daje karnevalski karakter čime se on izmešta iz svakodnevice. Vrlo često i sami protesti prisvajaju ovu taktiku što je recimo bio slučaj sa Sveslovenačkim narodnim ustankom 2012. godine kada su posle SDS-ovog tvita da se ne radi o sveslovenačkom već o ustanku zombiju, demonstranti počeli da se kostimiraju i poi-gravaju sa prikazom zombija na transparentima (Tomanić Trivundža, 2015b)

Istraživanje Korigol-Braun i Vilks o protestima kanadskih starosedelaca (First Nations) pokazuje da se zvanični izvori favorizuju i slikom. Zvaničnici se najčešće prikazuju u vizuelno dominantnijem položaju, snimaju se iz donjeg rakursa i zauzimaju većinu kadra, a njihova vizuelna legitimizacija počiva na prikazu racionalnosti i smirenosti (Corrigall-Brown & Wilkes, 2012: 13, 17). Srodnom temom, starosedelačkim protestom i okupacijom ostrva Alkatraz, bavio se i Vecel koji zaključuje da se negativni prikaz protestanata zasniva na slikama u kojima se oni prikazuju kao dokoni i lenji, pri čemu su ovakve slike nastale izvan konteksta aktivizma (Wetzel, 2012).

#### **4. Metodologija**

Metod primenjen u studiji slučaja protesta *Protiv diktature* bila je analiza sadržaja sa kodnim listom kao instrumentom i pojedinačnim medijskim sadržajem (novinskim tekstom, onlajn tekstom i TV prilogom) kao jedinicom analize. Pored formalnih elemenata teksta kao što su medij, datum, žanr i dr., kodni list su činile kategorije koje se odnose na okvire, na predstavljanje ciljeva i uzroka protesta, kao i izvore informacija. Kategorije okvira prvo su unapred definisane na osnovu prethodnih istraživanja, a potom testirane na nasumičnom uzorku. Ovo je dovelo do modifikacija i uvođenja novih kodnih kategorija, pre svih onih koje bi mogle da zabeleže polarizaciju domaće medijske sfere.

Za četiri okvira – nasilje, performativnost, legitimisanje i delegitimisanje (Perlmutter & Wagner, 2004; Coleman, 2010; Batziou, 2015; Tomanić Trivundža, 2015a; High & Bruce, 2017; Doerr, Mattoni & Teune, 2013) – razmatrani su vizuelni iskazi pošto je preliminarna analiza pokazala da ovi okviri imaju svoje učestale vizuelne realizacije. Vizuelnim okvirima smatrani su svi foto i video zapisi koji se pojavljuju kao integralni deo medijskog sadržaja, bez obzira na to da li potiču iz redakcije, iz drugih medija ili sa internetskih društvenih mreža. U tabeli 1 predstavljeni su vizuelni elementi koji su činili sadržaj okvira. Prisutnost pojedinačnog okvira beležena je na mikro nivou sintagme, pasusa, ili za ovaj rad relevantno fotografije, dela fotografije, kadra ili dela kadra. S obzirom na propozicioni sintaksu koja omogućuje građenje argumenata kroz više slika (Tomanić Trivundža, 2015a: 79), okviri nisu analizirani na nivou pojedinačne fotografije ili frejma televizijskog snimka, nego su uzeti u obzir svi vizuelni elementi medijskog teksta, odnosno TV priloga kao celine. Na ovaj način ostavljena je mogućnost da se unutar jedne jedinice analize, pojedinačnog teksta ili priloga, pojavi više okvira. Ovakav način analize usmeren je ka utvrđivanju postojanja okvira a ne na njegov intenzitet. Na primer, ako je uz tekst objavljena jedna fotografija sa performativnim okvirom, ona u istraživanju ima istu vrednost kao i tekst sa nekoliko fotografija sa performativnim okvirom.

*Tabela 1: Sadržaj vizuelnih okvira*

Vizuelni okviri	Sadržaj
Nasilje	Scene nasilja, incidenti, sukobi, neredi, posledice rušenja, aktivnosti policije u smirivanju situacije.
Delegitimisanje	Mali broj učesnika iako je iz teksta jasno da je protest bio brojniji, vide se oznake političkih partija, ili slično čime se osporavaju samonikli karakter protesta.
Legitimisanje	Veliki broj učesnika, ukazivanje na samoniklost protesta.
Performativnost	Parole koje učesnici nose, njihov nesvakidašnji izgled ili ponašanje, nekolicina učesnika sa muzičkim instrumentima ili slično

Analizom su obuhvaćene televizijske vesti emitovane na programima *RTS 1*, *B92*, *Pink* i *NI*, novinski tekstovi iz *Kurira*, *Informera*, *Večernjih novosti*, *Politike* i *Danasa*, kao i onlajn tekstovi objavljeni na sajtovima *Blic.rs*, *Telegraf.rs*. Radi se o medijima koji imaju nacionalno pokrivanje, sa izuzetkom regionalne televizije *NI* koja je uvrštena u uzorak kako bi u podskupu televizija bila jedna koja je vrlo pozitivno izveštavala o protestima. Ovo je bitno jer je glavni kriterijum za

formiranje uzorka bila raznovrsnost uređivačkih politika. Televizijski i novinski sadržaji potiču iz arhive agencije Klipping d.o.o. Beograd. Onlajn sadržaji su dobijeni pretragom po ključnim rečima preko Google *in site* opcije. Medijsko izveštavanje o protestima praćeno je u periodu od mesec dana, od 3. aprila do 3. maja 2017. godine. U ovom periodu, u svim analiziranim medijima objavljeno je 579 pojedinačnih sadržaja.

Medijske tekstove kodirali su studenti novinarstva Fakulteta političkih nauka u Beogradu. Test pouzdanosti kodiranja urađen je na poduzorku od 51 medijskog teksta (8,8% od ukupnog broja). Standardizovani Lotus koeficijenti (S-LOTUS) međusobne usaglašenosti kodera za vizuelne okvire je u proseku 0.88, sa zadovoljavajućim nivoom usaglašenosti za svaki okvir pojedinačno (Tabela 2).

*Tabela 2: Standardizovani Lotus koeficijenti (S-LOTUS)  
za vizuelne okvire*

VARIJABLE	S-LOTUS
Vizuelno nasilje	0.96
Vizuelna performativnost	0.9
Vizuelno delegitimisanje	0.88
Vizuelno legitimisanje	0.77
Prosek	0.88

U kvalitativnom smislu, fotografije su podvrgnute vizuelnoj, socijalno-semiološkoj analizi (Kress & Van Leeuwen, 2001; Kress & Van Leeuwen, 2006). Unutar notiranih vizuelnih okvira, posmatrani su glavni elementi prikaza, fokus kamere, ali i dodatna vizuelna sredstva usmeravanja pažnje posmatrača, poput zaokruživanja dela fotografije, ili umetanje meta okvira na originalan prikaz protesta – foto-montažom. Uzimani su u obzir akteri zastupljeni u vizuelnim okvirima, a zatim i kako fotografije ukazuju na relativnu moć i legitimitet prikazanih aktera. Kao posebni semiotički elementi prikaza moći, razmatrani su ugao gledanja na subjekte, frontalni prikaz, pogled subjekta u odnosu na kameru. Subjekti poseduju veću moć ukoliko su u glavnom fokusu kamere, frontalno prikazani, ako ih posmatrač gleda odozdo ili u istoj ravni, i ako subjekat gleda u kameru. Takođe, analizirano je da li se na fotografijama i video snimcima uspostavlja vizuelna barijera u odnosu na protestante, odnosno da li se vizuelno distanciraju od posmatrača.

## 5. Rezultati istraživanja

### 5.1. Kvantitativna analiza

Zastupljenost vizuelnih okvira u medijima (Tabela 3) pokazuje polarizovanost medijske scene u Srbiji u kojoj pojedini mediji vrlo pozitivno uokviruju proteste, dok drugi o njima izveštavaju koristeći negativne okvire. U tom smislu, ilustrativna je distribucija okvira legitimisanja i delegitimisanja, iz koje je evidentno da su *Blic*, *N1* i *Kurir* posvećivali veću pažnju protestima i vizuelnim elementima izveštavanja kreirali pozitivnu sliku protesta. Sa druge strane, nacionalne televizije su znatno manje izveštavale o protestima, a *Informer*, *Telegraf* i *Pink* su prednjačili u delegitimisanju protesta vizuelnim uokvirivanjem. Na okviru nasilja posebno je insistirala redakcija *Telegrafa*, i u nešto manjoj meri redakcije *Informera* i *RTS*-a.

*Tabela 3: Zastupljenost vizuelnih okvira u medijima i procentualni udeo okvira u sadržajima pojedinačnog medija*

	Ukupan broj tekstova	%*	Performativnost	%*	Legitimisanje	%**	Delegitimisanje	%**	Nasilje	%**
Blic	83	14.33	61	73.49	47	56.63	7	8.43	8	9.64
N1	35	6.04	18	51.42	17	48.57	3	8.57	1	2.86
Kurir	56	9.67	21	37.5	17	30.36	0	0	1	1.78
Danas	221	38.17	60	27.15	22	9.95	1	0.45	0	0
Politika	53	9.15	13	24.53	5	9.43	1	1.89	1	1.89
B92	10	1.73	3	30	1	10	1	10	0	0
Večernje novosti	25	4.32	14	56	7	28	0	0	1	4
RTS	15	2.59	10	66.66	5	33.33	5	33.33	2	13.33
Informer	19	3.28	5	26.31	0	0	9	36	3	15.79
Telegraf	46	7.94	23	50	11	23.91	10	21.74	11	23.91
Pink	16	2.76	2	12.5	0	0	3	18.75	1	6.25
Total	579	100.00	232	40.07	138	23.83	37	6.39	29	5.01

\* Udeo od ukupnog broja analiziranih tekstova.

\*\* Udeo od ukupnog broja tekstova u mediju

Okvir performansa pokazuje se kao okvir koji nema nužno pozitivan ili negativan predznak pošto se pojavljuje u izuzetno visokim udelima sadržaja medija koji su načinom uokvirivanja legitimisali proteste, kao što su *Blic*, televizija *NI* i *Večernje novosti*, ali i u medijima koji su težili delegitimizaciji protesta, poput *Telegrafa*. Ovakvo zapažanje, na neki način pokazuje i izveštavanje javnog servisa, u kojem su okviri deligitimisanja i legitimisanja bili jednako zastupljeni, pa izgleda kao da je redakcija težila da održi neutralnost insistirajući na performativnom okviru.

## 5.2. Kvalitativna analiza

### 5.2.1. Dođite da se zabavimo: performativni okvir

Realizacija najzastupljenijeg, performativnog okvira uslovljena je tipom i uređivačkom politikom medija. Onlajn mediji iskoristili su potencijalno beskonačni prostor koji im pružaju veb-stranice, kao i mogućnost publikovanja fotogalerija i audio-vizuelnih zapisa. Tabloidni mediji, poput *Kurira*, pravili su kolaže preklapajućih fotografija, dok je ozbiljna štampa, poput *Danasa*, u svojim pravim linijama stubične racionalnosti (Kress & Van Leeuwen, 2006) donosila uglavnom jednu fotografiju po tekstu. *Kurir* organizuje veći deo svojih tekstova u formi razglednica iz različitih gradova Srbije čime indirektno legitimise proteste kao masovne (slika 1). Karnevalski karakter prenosi se fotografijama koje predstavljaju učesnike zabavljače, one sa šarenim rekvizitima, ili one koji svojom garderobom uneobičavaju protest. Performansu kao spektaklu doprinose slike poznatih i slavni. Skoro istovetni prikaz može se pronaći u onlajn izdanju *Blica*, s tim što forma veb-stranice prednost daje blog vestima u kojima se slike ne preklapaju već se nižu jedna za drugom.



*Slika 1: Kurir, 11. 4. 2017.*

Okvir performansa uglavnom korespondira sa prikazom lica demonstranata, osim u slučajevima kada je fokus na detalju uz onoliko konteksta koliko je dovoljno da se prepozna protest. Kako slika 1 pokazuje, rukom ispisani transparenti čest su izbor urednika jer imaju auru autentičnosti te implicitno legitimišu proteste kao samonikle. Facijalna ekspresija demonstranata je sasvim vidljiva i služi da prenese poruku da na protestu prevlađuju pozitivne emocije.



*Slika 2: Danas, 5. 4. 2017.*

Na televizijama se okvir performativnosti ne razlikuje mnogo od objavljenih fotografija jer u fokusu ima lica demonstranata, transparente i pištaljke, s tim što u TV priložima zvukovi buke, zviždaljki, bubnjeva koji predvode kolonu i



glasnog uzvikivanja parola pojačavaju doživljaj protesta. Performativni okvir se na *TV NI* najčešće upotrebljava u kombinaciji živopisne televizijske slike i javljanja reportera sa lica mesta. Reporter *NI* su u priložima performativnog karaktera neposredni svedoci protesta, veoma često pozicionirani unutar dešavanja, ili se javljaju uživo pre, za vreme i nakon protesta.

Ovakvo uokvirivanje dodatno pojačava uređivačku odluku ove televizije da redovno izveštava o protestima, smeštajući novinare u centar događanja, ponekad i u tok same šetnje demonstranata. Druge televizije u uzorku, kao *B92* i *Pink*, imaju zanemarljiv broj priloga u ovom okviru, dok *RTS*-u slika karnevalske atmosfere najčešće služi kao dopuna tekstu koji izgovaraju prezentari ili autori malobrojnih priloga, ili čak kao slika kojom se pokrivaju rezovi u izjavama sagovornika.

### 5.2.2. Svi su na protestu: okvir legitimisanja

Mediji koji su slikom legitimisali proteste, objavljivali su fotografije na kojima se videla masovnost protesta – bilo dinamično tokom šetnje, bilo statično tokom govora ili performansa ispred glavnih institucija u zemlji. Neki od karakterističnih prikaza uključuju „reku ljudi“ koja teče glavnim ulicama Beograda (slika 3), masu ljudi koja zauzima prostranu raskrnicu ispred Vlade Srbije slike sa trgova u Novom Sadu, Kraljevu, Nišu ali i ispred Republičkog parlamenta. Kurir je na svojim stranicama često koristio kolažni prikaz, uklapajući fotografije iz različitih gradova u jednu celinu, dok je *Blic* koristio onlajn prostor da bi izvestio o glavnim karakteristikama protesta, nižući slike iz gradova u različitim regionima u Srbiji.



*Slika 3: Blic, 6. 4. 2017.*

*Blic* i *Danas* su vizuelnim prikazom insistirali na samoorganizujućem karakteru protesta. Redakcije kao da odgovaraju drugim medijima na pitanje: Ko je organizator protesta? Na primer, *Blic* izdvaja kao reprezente protesta grupu mladih kojoj nije potrebno vođstvo i hijerarhijska struktura, a koja je odranije imala iskustva u spontanom organizovanju tokom poplava u Obrenovcu (slika 4). *Danas* posvećuje naslovnici da javnosti pokaže poruku protestanata, u kojoj se političari mole da svojim prisustvom ne demantuju samoniklost protesta (slika 5).



Slika 4: *Blic*, 12. 4. 2017.



Slika 5: *Danas*, 8. 4. 2017.

Ovi mediji su veoma pažljivo uokvirivali podršku koja je stizala iz redova političara, vodeći računa da se ne poremeti predstava o samoorganizovanosti protesta. Na primer, *Danas* daje reč političarima kao spoljnim akterima i poznavacima političkih prilika, vizuelno ih odvajajući od samog toka protesta (slika 6).



Dragoljub Mićunović, bivši predsednik  
Političkog saveta DS, za *Danas* o protestima

## Studenti brane građansko dostojanstvo od populističke obmane i zastrašivanja

Kad su me pitali da li podržavam „studentbilo protest protiv diktature“, pomislio sam da je skoro nekorektno da mi se takvo pitanje postavlja. Većina aktivno učesnika u velikoj pobuni studenata 1968. godine protiv Titove diktature, dobrim delom je obdelačila dalji smer moje biografije. Tu spadaju svi oblici represije političko-političkog samovolja i kršenja ljudskih prava. Naravno, to je bilo pre pola veka, što je većina mnogo kod zaboravne publike. Drugo, svaka generacija ima prava na svoje izraz i pravo na svoju pobunu, kako sam i preda-



Vladavina jednog čoveka lako nastaje diktatura: Dragoljub Mićunović

Slika 6: *Danas*, 17. 4.2017.

Sa druge strane, mediji su koristili svaku priliku da ukažu na širinu podrške koju protest uživa u društvu, pokazujući da pored mladih među učesnicima ima i predstavnika drugih generacija, kao na primer *Blic* (slika 7), vizuelno izdvajajući jedan par penzionera koji transparentom šalje poruku o jedinstvu starijih i mlađih. Učestalo se ukazivalo na učešće i podršku umetnika ili elite iz domena kulture i obrazovanja kao i na podsticaj koji su protestu davali posmatrači sa prozora i terasa.



Slika 7: *Blic*, 6. 4. 2017.

Prikazivanje velikog broja okupljenih na protestima i kadrovi masovnih šetnji su dominantne slike koje, propraćene izjavama učesnika i drugih relevantnih sagovornika, čine okvir legitimisanja protesta. Dok na *B92* i *TV Pinku* ovog okvira gotovo da uopšte nema, na *RTS* je on mahom prisutan u priložima u kojima se protesti inače ne nalaze u glavnom fokusu, već u sporednom i to tamo gde se pojavljuje (tadašnji) premijer Vučić, koji sopstvenim izjavama legitimise pravo „manjine“ da iskaže svoje mišljenje ili gde lično podržava proteste (*RTS*, 13. 4. 2017). Televizija *NI* obiljem snimaka pokazuje masovnost protesta, upotpunjujući ih izjavama učesnika o samoorganizovanju i izjavama političarima opozicije o podršci „hiljadama građana“ koji protestuju.

### 5.2.3. Političari, plaćenici, manjina: okvir delegitimisanja

Vizuelno delegitimisanje uglavnom počiva na slikama malog broja demonstranata, kao i na foto-montažama i grafičkim intervencijama koje za cilj imaju da proteste povežu sa političarima. Na primer, u tekstu iz *Telegrafa* od 5. 4. 2017. se pod naslovom „Ovo nije studentski bunt, već politički protest zbog izbornog rezultata“ na tri od osam fotografija pojavljuje ministar policije. Koriste se njegove slike sa konferencija za štampu, na kojima je ministar u krupnom kadru, gleda u objektiv i prikazan je ispred mikrofona, kao ugledna ličnost pozvana da komentariše proteste. Prikaz demonstranata je obrnut, na fotografijama ih predstavljaju mladići koji skidaju izborne plakate sa zida, Sima Redžepović, okarakterisan kao Legijin čovek, koji se fotografiše u majicama jedinica „čiji su članovi učestvovali u ubistvu premijera Zorana Đinđića“, kao i Boško Obradović slikan sa „srednjoškolcima“. Ovako kontrastiran prikaz apostrofira foto-montažu, na kojoj je dominantan zabrinut izraz lica ministra policije, umetnut u prikaz protestanata ispred Skupštine, koji su jedva vidljivi u pozadini, prikazani iz daljine, sa visine, sa leđa i raštrkani (slika 8).



Slika 8: *Telegraf*, 5. 4. 2017.

*Informer* i *Telegraf* u masi demonstranata vizuelno ističu one koji se mogu povezati sa političkim partijama, pri čemu obe redakcije propratnim tekstom usmeravaju interpretaciju fotografije, a *Informer* koristi žuti marker da dodatno podvuče elemente na koje recipijent treba da obrati pažnju (slike 9 i 10).



Slika 9: *Informer*, 14. 4. 2017.



Slika 10: *Informer*, 6. 4. 2017.

Pored ukazivanja na učesnike protesta zbog kojih se oni ne mogu smatrati spontanima, *Informer* nameće sliku opozicionih lidera kao organizatora protesta. Redakcija gotovo uvek bira fotografije na kojima lideri imaju čudne izraze lica, facijalnu ekspresiju negativnih emocija, ili su neprimereno obučeni. Na primer, koriste se fotografije Bojana Pajtića u kupaćim gaćama i Čedomira Jovanovića nagog do pojasa, pri čemu se uz istetovirano telo Jovanovića dodaje konstatacija „sprema batinaše“ (Slika 11). Dodatno se foto-montažom ubacuju vizuelni

elementi kojima se kreira prikaz „loših ili zlih ljudi“. Na primer, u pozadini se dodaje crveni plamen, konotirajući da lideri možda „dolaze iz pakla“ ili da će nas odvesti u pakao ukoliko ih budemo sledili (Slika 12).



Slika 11: Naslovna strana *Informera*,  
7. 4. 2017.



Slika 12: Naslovna strana *Informera*,  
6. 4. 2017.

Na fotografijama *Telegrafa*, uz naslov „ZLOUPOTREBA DECE: Boško Obradović izveo osnovce na protest“, lider pokreta Dveri je predstavljen i u naklonu, koji se može tumačiti kao zahvalnost „školarcima“ zato što su izašli na protest (slika 13). Zamagljivanjem dela lica mlađih ženskih osoba se pojačava čitanje prikazanih subjekata kao „maloletnih“, i impresija o visoko profesionalnoj redakciji koja se pridržava etičkih standarda. Međutim, lica su zamagljena tako da je ostao vidljiv smeh osoba koje su u interakciji sa Obradovićem, na čijem licu je gotovo klovnovski izraz. U celini fotografija konotira da je reč o akteru koji zavređuje podsmeh.



Slika 13: *Telegraf*, 5. 4. 2017.

Ne samo da ih predvode loši političari, i kriminalci, nego su i sami demonstranti skloni lošim navikama i ponašanju, i neki mediji ih javno osuđuju. Tekst *Telegrafa* (3. 4. 2017.) koji uokviruje demonstrante kao vandale koji oštećuju srpske svetinje pod dejstvom alkohola „Sramota: Pijani demonstranti uništili ‘Srpski zid plača’ ispred Skupštine“, kao nepobitne dokaze prilaže osam fotografija na kojima demonstranti nose kese sa pivom, ili drže limenke ili flaše piva, ili konzumiraju pivo tokom protesta. Njihova lica su zamagljena, čime se pojačava utisak „posramljivanja“. Posebno je efektna fotografija na kojoj je u prvom planu učesnica protesta, koja pije pivo, obučena u majicu sa natpisom na engleskom jeziku „BAD“ – loša. Identičnu fotografiju tri dana kasnije (6. 4. 2017) koristi i TV *Pink*, i to u prilogu u kojem se demonstranti prikazuju kao nemoralni i poročni, a protesti uokviravaju kao nasilni.

Ne manje snažno je i delegitimisanje putem isticanja malobrojnosti. Izdvaja se fotografija objavljena u „Udarnim vestima“ *Informer*, na kojoj se vidi raštrkana grupa protestanata iz ptičije perspektive, na osnovu koje nije moguće prebrojati učesnike (slika 14). Međutim, prazan prostor vidljiv na platou ispred Palate Srbije, iskorišćen je da se čitaocima nametne ironičan izazov pomoću pitanja: Koliko vidite ljudi? U kontrastu sa argumentom „Dosisti kažu da ih je 80.000“, redakcija priziva meta okvir sa istorijskim prizvukom. Ne samo da se protest povezuje sa DOS-om, kao koalicijom koja se brzo nakon dolaska na vlast raspala, implicira se i da dosisti lažno predstavljaju brojnost protesta.



Slika 14: *Informer*, 10. 4. 2017.

Malobrojnost učesnika na protestima postaje jedna od glavnih tema izveštavanja o televizijama u drugoj polovini analiziranog meseca. Na *NI* manji broj učesnika se u ovom okviru interpretira najpre sa aspekta mesta održavanja protesta, odnosno poredi se masovnost na beogradskim ulicama i malobrojnost u manjim gradovima Srbije, da bi se do kraja aprila emitovali kadrovi u kojima se vidi da je prisutan mali broj ljudi. Delegitimisanje učesnika protesta TV *NI* koristi i kao način da istakne kako sve političari i tabloidi bliski vlasti etiketiraju učesnike protesta *Protiv diktature*, emitujući izjave demonstiranja koji sami za sebe govore da su „Soroševi plaćenici“, „huligani“, „ološ“ (TV *NI*, 18. 4. 2017). Za razliku od drugih televizija, delegitimisanje u vidu malobrojnosti prisutnih protestanata se na TV *Pinku* naglašava putem izjava Aleksandra Vučića i Aleksandra Vulina koji, interesantno, ne napadaju organizatore i učesnike protesta, nego javni servis *RTS* koji „pravi petominutni prilog kada neko sakupi 60 ljudi, a nema vesti kada neko drugi sakupi 600 ljudi“ (*Pink*, 17. 4. 2017).

#### 5.2.4. Rat u Srbiji: okvir nasilja

Vizuelni okviri nasilja koncentrisani su oko tri događaja kojima je ovaj okvir pripisan. To su konflikt između demonstiranja i poslanika Vojislava Šešelja, rušenje panoa ispred Skupštine Srbije sa slikama stradalih na Kosovu i pojava grafitu sa govorom mržnje uperenih prema Aleksandru Vučiću. Priroda ovih događaja delimično je diktirala njihov foto-žurnalistički prikaz, ali okviri u koje su postavljeni pre svega su rezultat uredničke odluke da se protest prikaže u pozitivnom ili negativnom svetlu. Ove razlike vidljive se u načinu na koji *Informera* i *Kurir* na osnovu bezmalo istovetnih fotografija grade drugačiju „propozicionu sintaksu“, i verbalnim sadržajem dodatno osnažuju svoje interpretacije. „Ulaz“ u tekst *Informera* čini zabrinuto lice Vojislava Šešelja, a razlog za zabrinutost elaboraciju dobija u foto-priči koja se razvija linearno po modelu „kontakt (konflikt) – komešanje – razrešenje“ (slika 15). Dominantna pozicija u *Informeru* data je zvaničniku, dok u *Kuriru* njegova fotografija nema dominantni položaj i krupni kadar „razrešenja“ uz pozdrav upućuje na srećni završetak (slika 16). Takođe, tačka dodira vozila i demonstranta je u *Informeru* maskirana tekstom, dok je u *Kuriru* naglašen kontakt čime se postiže efekat da su kola u napadu, a ne da ih demonstranti blokiraju. Blaga razlika u Šešeljevom položaju ruke ima različita čitanja – u *Informeru* upućuje na odbranu, u *Kuriru* na odmahivanje.





Slika 15: *Informer*, 21. 4. 2017.



Slika 16: *Kurir*, 20. 4. 2017.

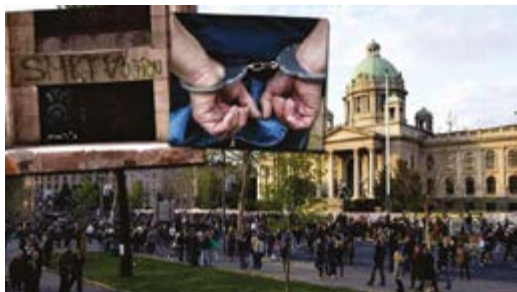
Slika porušenog panoa ispred Skupštine jedna je od najfrekventnijih u uzorku i pojavljuje se u *Politici*, *Večernjim novostima* i na sajtu *Telegrafa*. Snimljena u mraku, sa skupštinskim zdanjem kao pozadinom slika upućuje vandalizam demonstranata. Za *Telegraf* ni sama fotografija nije bila dovoljna pa je smešta u jukstapoziciju sa slikom panoa tokom dana (slika 17). Ova druga slika ne samo što potencira značaj parlamenta i njegove simbolike oličene u zastavi, već kadri- ra slike poginulih na panou kako bi se podstaklo emocionalno čitanje rušenja panoa predstavljeno prvom slikom. Audiovizuelni zapis rušenja panoa pojavio se nekoliko dana kasnije i redakcija *Telegrafa* je preuzima od građana i prenosi na svom sajtu.



Slika 17: *Telegraf*, 8. 4. 2017.

Koristeći se foto-montažom *Telegraf* spaja okvire delegitimisanja i nasilja tako što slici šetnje u kojima se vidi razvučena kolona, dodaje grafite mržnje, a

potom i ruke u lisicama uz naslov „Palo hapšenje na protestima: Huligani divljali po Beogradu, na zgradama ispisali „Smrt Vučiću“, „Smrt Vulinu“ (FOTO) (VIDEO)“. Navodnom uhapšenom izgređniku ne vidi se lice, te lisice služe kao simbol nereda i izgređništva, i potvrđuje čvrste reakcije države (slika 18). Sličnu tehniku ali sa drugačijom porukom šalje list *Informer* koji foto-montažom kombinuje slike demonstracija iz Skoplja uz potpis „Hoće ovo i u Beogradu“, a u prvom planu je slika Amerikanca Džordža Soroša čije ime se učestalo koristi da bi se pojedine grupe građana okarakterisale kao „plaćenici“ (slika 19). Dok vatra dolazi uz Soroša, slika ruskog predsednika Vladimira Putina izdvojena iz ovog narativa i on se predstavlja kao zabrinuti prijatelj koji nas iz svoje dominantne pozicije upozorava na rat koji se sprema.



Slika 18: *Telegraf*, 5. 4. 2017.



Slika 19: *Informer*, 5.4.2017.

Vizuelizacija nasilja u televizijskim informativnim programima povezana je sa istim događajima o kojima se izveštava u onlajn i štampanim medijima, ali poreklo slika i kontekst u kome se upotrebljavaju snimci gađanja nisu najjasniji. Na primer, u prilogu *TV Pink* od 6. 4. 2017. („Studentske organizacije se ogradile od organizacije protesta“) pojavljuju se snimci gađanja koju predvodi jedna grupa ljudi u mraku, ali ne znamo ni kad ni gde, niti da li takvo ponašanje ima veze sa protestima *Protiv diktature*. Manipulacija slikom evidentna je u pokušajima *TV Pink* da pojača „nasilni“, „nemoralni“ karakter učesnika protesta, kombinujući pokretne slike na kojima se prikazuje bacanje rolni toalet papira i paljenje baklji ispred Vlade Srbije sa fotografijama mladih koji piju pivo. Međutim, sada možemo da potvrdimo da ove fotografije devojaka koje nose kese sa pivom i piju iz limenke na ulici nemaju veze sa tim događajem i ne mogu se

povezati sa tim datumom. Kao što smo iz analize fotografija u okviru delegitimiziranja videli, ta fotografija je originalno objavljena tri dana ranije u *Telegrafu*, a 6. 4. 2017. se pojavljuje foto-montirana u prilogu *TV Pinka* sa namerom da manipuliše istinom i zavede gledaoce. Na *RTS* se vizuelni frejm nasilja prikazuje samo u kontekstu saopštenja jedne organizacije („Patku daj tati“) koja osuđuje „skrnavljenje državnih simbola“ i prikazuje snimke upaljenih baklji i bacanje rolni toalet papira na zgradu Vlade.

## 6. Zaključak

Protest *Protiv diktature* nije trajao dugo i nije bio efikasan poput nekih ranijih anti-vladinih protesta u zemlji i svetu, ali je bio prvi lokalni protest koji je začët u virtuelnom svetu, organizovan od strane pojedinaca povezanih na internetu i kao takav prenesen na ulice Beograda i drugih većih gradova. U našoj kvantitativno-kvalitativnoj analizi sadržaja posmatran je iz perspektive teorije medijskih okvira, kako bi se utvrdio način na koji nacionalni i regionalni mediji u Srbiji vizuelno pristupaju ovoj temi.

Naša analiza pokazuje da je u medijskom izveštavanju najčešće korišćen okvir performativnosti, koji je fotografijama uglavnom realizovan prikazom učesnika kao zabavljača, neobično obučeni, sa šarenim rekvizitima. Fokus je bio na licima demonstiranata, autentičnim transparentima i rekvizitima poput pištaljki, dok je utisak performansa na televizijama dopunjen zvukom buke, zviždaljki, bubnjeva, uzvicima učesnika. Ovakav prikaz se može smatrati tipičnim (Doerr, Mattoni & Teune, 2013), a kao takav je najmanje osetljiv na različite društveno-političke kontekste, odnosno najpostojaniji je unutar dominantne paradigme. Na osnovu rezultata našeg istraživanja, za performativni okvir se može reći da više od ostalih odslikava rutinu rada redakcija bez obzira na njihove uređivačke politike, jer sam događaj stavlja u fokus. Takođe, performativno je uvek vizuelno bogato i prijemčivo za medije, ali ne mora uvek biti vizuelno benigno, odnosno faktografski odslikavati ono što se zaista dešava na ulicama. Na primer, kako Erik Gordy (Gordy, 1999: 207) pokazuje, nošenje američkih i nemačkih zastava, na ulicama Beograda 1996/97. godine, su tadašnji režimski mediji koristili da osude protestante i pokažu kako demonstracijama upravljaju „neprijateljske“ države, iako je namera protestanata bila da se pošalje poruka da je Beograd svet, ili zahtev „da se bude uključen u svet i u sve što svet nudi“ (Gordy, 1999: 208). Međutim, u slučaju protesta *Protiv diktature*, okvir per-

formativnosti više je korišćen kao strategija izbegavanja vrednosnog tumačenja događaja, što potvrđuje prisustvo performativnog okvira kako u medijima koji su gradili pozitivnu tako i u medijima koji su gradili negativnu sliku o protestima.

Zastupljenost i vizuelne realizacije ostalih okvira pokazuje podeljenost medijske scene u Srbiji. Slično kao što su u polarizovanom medijskom sistemu Grčke publici ponuđene dve sučeljene verzije demonstracija iz 2008. godine (Batziou, 2015), tako su se mediji u Srbiji razlikovali prema tome da li su protestu *Protiv diktature* davali i oduzimali legitimitet. *Blic*, *NI*, *Kurir* i nešto manje *Danas* su prednjačili u upotrebi okvira legitimisanja, i to predstavljanjem protesta kao masovnih, rasprostranjenih širom Srbije, ukazujući na istrajnost demonstranata i postojanost podrške protestima koja je dolazila od strane spoljnih aktera iz raznih slojeva društva. Takođe, slikom se ukazivalo na autentičnost i spontanost protesta, a postojala je i tendencija da se protesti personifikuju. Od vizuelnih strategija legitimisanja televizije su koristile prikaz velikog broja okupljenih i kadrove masovnih šetnji. Dok je na *B92* i *Pinku* ovaj okvir gotovo izostao, na *RTS*-u je bio prisutan, ali najčešće u priložima koji u fokusu imaju izjave zvaničnika i njihovo viđenje protesta.

Okviru delegitimisanja frekventno su koristili *Informer*, *Telegraf* i televizija *Pink*. Reč je o tri različita tipa medija (štampa, onlajn, televizija), pa se favorizovanje delegitimišućeg okvira pre može pripisati političkoj pristrasnosti, odnosno uređivačkoj politici medija, nego kriterijumima vrednosti vesti i rutinama novinarskog posla. Kvalitativnom analizom je izdvojeno nekoliko načina vizuelne delegitimizacije protesta. Fotografijama se ukazivalo na nedolično ili devijantno ponašanje demonstranata, njihov loš karakter i vulgaran rečnik vidljiv na transparentima, ili su dovodeni u vezu sa kriminalom. Takođe, prikazom se dovodila u pitanje brojnost protesta, i favorizovani su zvanični izvori i njihova interpretacija protesta. Posebno su televizije insistirale na malobrojnosti učesnika, i izjavama zvaničnih izvora. Svi navedeni mehanizmi identifikovani su unutar paradigme o protestima, kao i u analizama vizuelnog uokvirivanja (Corrigall-Brown & Wilkes, 2012; Wetzel, 2012). Međutim, određeni mehanizmi delegitimisanja specifični su za protest *Protiv diktature*, kao i za način izveštavanja nekih medija, poput *Informera* i *Pinka*. Pošto protest nije imao jasno rukovodstvo i jasnu organizacionu strukturu, mediji su ga povezivali sa političkim strankama i liderima opozicije sa namerom da pokažu da se ne radi

o samoniklom buntu građana. Ističući se u upotrebi vizuelnog delegitimisanja *Informera* i *Pink* se nisu libili da prekrše etičke i profesionalne standarde, čak i da ponekad pređu granicu uokviravanja ka dezinformisanju. Takvim se mogu smatrati primeri predstavljanja lidera opozicije u lošem svetlu, fotografijama neadekvatnim za situaciju, upotreba fotografija izvučenih iz drugog konteksta, kao i obilato korišćenje foto-montaže i umetanje fotografija u televizijske priloge.

Još jedan način diskreditovanja protesta jeste fokus na nasilje, konflikt i izgrede učesnika. Rezultati našeg istraživanja potvrđuju prethodna, koja pokazuju da je ovaj okvir jedan od najpostojanijih u svim kontekstima (Coleman, 2010; Tomanić Trivundža, 2015a; Krstić, Parry & Aiello, 2017, 2017). Iako tokom protesta *Protiv diktature* nije bilo većih incidenata, okvir nasilja je bio zastupljen i implicitno (Batziou, 2015) i eksplicitno. Međutim, i na osnovu foto-žurnalističkog prikaza istovetnih incidenata, uviđa se da mediji slikama grade različitu „propozicionu sintaksu“ (Messaris & Abraham, 2001) tako da bude u skladu sa uređivačkom politikom medija, što najbolje ilustruje uokvirivanje *Kurira* i *Informera*.

Vizuelni iskazi performativnog, legitimišućeg, delegitimišućeg i okvira nasilja korespondiraju sa nalazima koji su u prethodnim istraživanjima protestne paradigme pokazali da, kao i verbalni, i vizuelni iskazi funkcionišu tako da uključuju i isključuju pojedine aktere, odnosno da ističu ili zanemaruju odlike određenih grupa o kojima se izveštava. Izveštavajući o protestu koji nema prepoznatljive organizatore, mediji su vizuelnim sredstvima protestu dali lice a izbor lica vođen je okvirima koje su mediji izabrali iz svog simboličkog repertoara.

## Literatura

- Babović, M., Blagojević, M., Bogdanović, M., Cvejić, S., Čičkarić, L., Ilić, V., ... Vuletić, V. (1997). *Ajmo, ajde, svi u šetnju!: građanski i studentski protest 96/97*. Beograd: Medija centar.
- Babović, M., Bajčeta, S., Veličković, K., Petrović, D., Stefanović, S., & Cvejić, S. (2017). *Da li like-uješ proteste?!*. Beograd: SeConS grupa za razvojnu inicijativu Beograd.
- Batziou, A. (2015). A Christmas Tree in Flames and Other Visual Stories: Looking at the Photojournalistic Coverage of the Greek Protests of December 2008. *Social Movement Studies*, 14(1), 22–41.
- Blaagaard, B., Mortensen, M., & Neumayer, C. (2017). Digital Images and Globalized Conflict. *Media, Culture & Society*, 39(8), 1111–1121.
- Boykoff, J. (2006). Framing Dissent: Mass-media Coverage of the Global Justice Movement. *New Political Science*, 28(2), 201–228.
- Boyle, M. P., McLeod, D. M., & Armstrong, C. L. (2012). Adherence to the Protest Paradigm: The Influence of Protest Goals and Tactics on News Coverage in US and International Newspapers. *The International Journal of Press/Politics*, 17(2), 127–144.
- Bruns, A. & Hanusch, F. (2017). Conflict Imagery in a Connective Environment: Audiovisual Content on Twitter Following the 2015/2016 Terror Attacks in Paris and Brussels. *Media, Culture & Society*, 39(8), 1122–1141.
- Chan, J. M., & Lee, C. C. (1984). The Journalistic Paradigm on Civil Protests: A Case Study of Hong Kong. In A. Arno & W. Dissanayake (eds.), *The News Media in National and International Conflict* (pp. 183–202). Boulder, CO: Westview.
- Coleman, R. (2010). Framing the Pictures in Our Heads: Exploring the Framing and Agenda-Setting Effects of Visual Images. In P. D'Angelo & J.A.

- Kuypers (eds.), *Doing News Framing Analysis: Empirical and Theoretical Perspectives* (pp. 233–261). New York: Routledge
- Corrigall-Brown, C., & Wilkes, R. (2012). Picturing Protest: The Visual Framing of Collective Action by First Nations in Canada. *American Behavioral Scientist*, 56(2), 223–243.
- Čupić, Č. (1998). *Duh vedrine: kultura protesta – protest kulture*. Beograd: Fakultet političkih nauka.
- Dardis, F. E. (2006). Marginalization Devices in U.S. Press Coverage of Iraq War Protest: A Content Analysis. *Mass Communication and Society*, 9(2), 117–135.
- DeLuca, K. M. (1999). *Image Politics: The New Rhetoric of Environmental Activism*. New York: The Guilford Press.
- Douai, A. (2014). “The Police and the Populace”: Canadian Media’s Visual Framing of the 2010 G20 Toronto Summit. *Canadian Journal of Communication*, 39(2), 175–192
- Doerr, N., Mattoni, A., & Teune, S. (2013). Toward a Visual Analysis of Social Movements, Conflict, and Political Mobilization. In N. Doerr, A. Mattoni, S. Teune (eds.), *Advances in the Visual Analysis of Social Movements* (pp. xi–xxvi). Emerald Group Publishing Limited.
- Dragić, J., Mirković, J. M., Stanković, S., Tomić-Bugarčić, T. (2003). Prikaz Studentskog protesta u televizijskim informativnim emisijama. *Psihološka istraživanja*, 13(2003), 193–215.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58.
- Fridman, O., & Hercigonja, S. (2017). Protiv Nenormalnog: An Analysis of the #protivdiktature Protests in the Context of Memory Politics of the 1990s in Serbia. *Contemporary Southeastern Europe*, 4(1), 12–25.
- Gamson, W. A., & Modigliani, A. (1989). Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach. *American Journal of Sociology*, 95(1), 1–37

- Gamson, W. A., & Wolfsfeld, G. (1993). Movements and Media as Interacting Systems. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 528(1), 114–125.
- Gitlin, T. (1980). *The Whole World is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left*. Berkeley: University of California Press.
- Goffman, E. (1974). *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Gordy, E. (1999). *The Culture of Power in Serbia – Nationalism and the Destruction of Alternatives*. Pennsylvania: Pennsylvania State University Press.
- Haigh, M. M., & Bruce, M. (2017). A Comparison of the Visual and Story Frames Al Jazeera English and CNN Employed During the 2011 Egyptian Revolution. *International Communication Gazette*, 79(4), 419–433.
- Harlow, S., Salaverria, R., Kilgo, D. K., & Garcia-Perdomo, V. (2017). Protest Paradigm in Multimedia: Social Media Sharing of Coverage about the Crime of Ayotzinapa, Mexico. *Journal of Communication*, 67(3), 328–349.
- Hertog J. K., & McLeod M. D. (2001). A Multiperspectival Approach to Framing Analysis: A Field Guide. In S. D. Reese, O. H. Gandy & A. E. Grant (eds.), *Framing Public Life*, (pp. 141–162). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Jungblut, M., & Zakareviciute, I. (2019). Do Pictures Tell a Different Story? A multimodal frame analysis of the 2014 Israel-Gaza conflict. *Journalism Practice*, 13(2), 206–228.
- Kress, G., & Van Leeuwen, T. (2001). *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*. Arnold: London.
- Kress, G., & Van Leeuwen, T. (2006). *Reading images: The grammar of visual design*. 2nd Edition. London: Routledge.
- Krstić, A., Parry, K. & Aiello, G. (2017). Visualising the politics of appearance in times of democratisation: An analysis of the 2010 Belgrade Pride Parade television coverage. *European Journal of Cultural Studies*. Online First, doi: 10.1177/1367549417743042, 1–19.



- Kuzmanović, B. (2003). Studentski protesti: dizanje i sagorevanje feniksa. *Psihološka istraživanja*, 13(2003), 311–313.
- Lee, F. L. (2014). Triggering the Protest Paradigm: Examining Factors Affecting News Coverage of Protests. *International Journal of Communication*, 8(22), 2725–2746.
- Makhortykh, M., & Sydorova, M. (2017). Social Media and Visual Framing of the Conflict in Eastern Ukraine. *Media, War & Conflict*, 10(3), 359–381.
- McAdam, D., Tarrow, S. & Tilly, C. (1998). Toward an Integrated Perspective on Social Movements and Revolution. In M. Lichbach & A. Zuckerman (eds.), *Comparative Politics* (pp. 142–173). Cambridge: Cambridge University Press.
- McLeod, D. M., & Hertog, J. K. (1999). Social Control, Social Change and the Mass Media's Role in the Regulation of Protest Groups. In D. Demers & K. Viswanath (eds.), *Mass Media, Social Control, and Social Change* (pp. 305–330). Ames: Iowa State University Press.
- Messaris, P., & Abraham, L. (2001). The Role of Images in Framing News Stories. In S. D. Reese, O. H. Gandy, Jr., & A. E. Grant (eds.), *Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World* (pp. 215–226). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.
- Milenković, M. R. (2017). Vučić: Protesti su u redu dok su mirni. *Danas*, 5. 4. 2017., str. 2.
- Neumayer, C., & Rossi, L. (2018). Images of Protest in Social Media: Struggle over Visibility and Visual Narratives. *New Media & Society*, Online first, doi: 10.1177/1461444818770602.
- Ojala, M., Pantti, M., & Kangas, J. (2017). Whose War, Whose Fault? Visual Framing of the Ukraine Conflict in Western European Newspapers. *International Journal of Communication*, 11(25), 474–498.
- Parry, K. (2010). A Visual Framing Analysis of British Press Photography During the 2006 Israel- Lebanon Conflict. *Media, War & Conflict*, 3(1), 67–85.

- Perlmutter, D. D., & Wagner, G. L. (2004). The Anatomy of a Photojournalistic Icon: Marginalization of Dissent in the Selection and Framing of 'A Death in Genoa.' *Visual Communication*, 3(1), 91–108.
- Petrović, J., & Petrović, D. (2017). Konektivna akcija kao novi obrazac protestnog aktivizma. *Sociologija*, 59(4), 405–426.
- Popadić, D. (2003). Studentski protesti - istine i mitovi. *Psihološka istraživanja*, 13(2003), 25–101.
- Powell, T. E., Boomgaarden, H. G., De Swert, K., & de Vreese, C. H. (2015). A Clearer Picture: The Contribution of Visuals and Text to Framing Effects. *Journal of Communication*, 65(6), 997–1017.
- Rohlinger, D. A., & Klein, J. (2012). Visual Landscapes and the Abortion Issue. *American Behavioral Scientist*, 56(2), 172–188.
- Shahin, S., Zheng, P., Sturm, H. A., & Fadnis, D. (2016). Protesting the Paradigm: A Comparative Study of News Coverage of Protests in Brazil, China, and India. *The International Journal of Press/Politics*, 21(2), 143–164.
- Schwalbe, C. B. (2006). Remembering Our Shared Past: Visually Framing the Iraq War on US News Websites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(1), 264–289.
- Schwalbe, C. B. (2013). Visually framing the invasion and occupation of Iraq in Time, Newsweek, and US News & World Report. *International Journal of Communication*, 7(1), 239–262.
- Tankard, J. W. (2001). The Empirical Approach to the Study of Media Framing. In S. D. Reese, O. H. Gandy, & A. E. Grant (eds.), *Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World* (pp. 95–106). London, Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates.
- Tarrow, S. (2011). *The Power in Social Movement: Social Movements and Contentious Politics*. Third Edition. Cambridge: Cambridge University Press.
- Tomanić Trivundža, I. (2015a). *Press Photography and Visual Framing of News*. Ljubljana: Faculty of Social Sciences.

- Tomanić Trivundža, I. (2015b). And the Word Was Made Flesh, and Dwelt Among Us: On Zombies, Political Protests and the Transmodality of Political Metaphors. *Družboslovne razprave*, 31(80), 29–46
- Vladisavljević, N. (2011). Protesti u nedemokratskim režimima. *Političke perspektive*, 1 (2011), 57–83.
- Vladisavljević, N. (2014a). Competitive Authoritarianism and Popular Protest: Evidence from Serbia under Milošević. *International Political Science Review*, 37(1), 36–50
- Vladisavljević, N. (2014b). Popular Protest in Authoritarian Regimes: Evidence from Communist and Post-communist States. *Southeast European and Black Sea Studies*, 14(2), 139–157.
- Weaver, D. A., & Scacco, J. M. (2013). Revisiting the protest paradigm: The Tea Party as filtered through prime-time cable news. *The International Journal of Press/Politics*, 18(1), 61–84.
- Wetzel, C. (2012). Envisioning Land Seizure: Diachronic Representations of the Occupation of Alcatraz Island. *American Behavioral Scientist*, 56(2), 151–171.

**Aleksandra Krstić**

University of Belgrade, Faculty of Political Sciences, Serbia

**Ana Milojević**

University of Belgrade, Faculty of Political Sciences, Serbia

**Jelena Kleut**

University of Novi Sad, Faculty of Philosophy, Serbia

## VISUAL FRAMING OF THE PROTEST *AGAINST THE DICTATORSHIP*

*Summary: This paper builds on the framing theory and its paradigm related to media coverage of protests. Protests are considered as multidimensional phenomena with important visual manifestations both at the time they take place and in later treatment in the media. The aim of this research was to contribute to understanding of visual framing of protests in Serbian media. For that purpose, we analyzed “Against the Dictatorship” protest held after presidential elections in 2017. Our analysis was focused on TV news aired on RTS1, B92, Pink and N1, photographs published in print outlets Kurir, Informer, Vecernje novosti, Politika and Danas, and photos from web sites blic.rs and telegraf.rs. The method of content analysis was used to examine the representation of visual frames of violence, performance, legitimization and delegitimization, and social semiotics to analyze the content of frames. Results of our study show that the mediascape in Serbia is divided between outlets which positively represent protests and others which frequently use negative frames of violence and delegitimization. More than other frames, visual performance is linked with newsrooms’ work routines and focuses on the visual attractiveness of the event, while legitimization and delegitimization frames reflect political bias and editorial policies of certain media outlets.*

*Key words: protests, media frames, visual framing, protest paradigm, protest Against dictatorship, Serbia*

# Više od fudbala: izveštavanje medija o učešću reprezentacije Srbije na Svetskom fudbalskom prvenstvu 2018. godine

Smiljana Milinkov<sup>1</sup>

Univerzitet u Novom Sadu, Filozofski fakultet, Srbija

Zoran Strika<sup>2</sup>

Univerzitet u Novom Sadu, Filozofski fakultet, Srbija

doi: 10.5937/comman13-18829

*Sažetak:* U radu se analizira izveštavanje medija u Srbiji o Svetskom prvenstvu u fudbalu, koje je 2018. godine održano u Rusiji i problematizuje se korelacija sporta, politike i medija u oblikovanju ideološkog nacionalnog diskursa, kao i širenju netrpeljivosti i mržnje prema drugima. Pošto je reč o sportskom spektaklu kojem se pridaje važan društveno-politički značaj na globalnom, ali i na nacionalnom nivou, jer je reprezentacija Srbije učestvovala nakon što je osam godina pokušavala da se plasira, fokus istraživanja nije bio na specijalizovanim sportskim medijima, već su analizirani internet portali medija opšteg karaktera. Istraživanje je sprovedeno kritičkom analizom diskursa tekstova objavljenih na portalu nacionalnog javnog servisa Radio-televizije Srbije (RTS), komercijalnih medija B92 i Informer i internet izdanju tradicionalnog dnevnog lista Politika. Rezultati analize pokazuju da je izveštavanje analiziranih medija, kada je reč o učešću reprezentacije Srbije, pristrasno i emocionalno obojeno, lišeno profesionalne novinarske distance, što može da pospeši učvršćivanje i širenje nacionalnih stereotipa o nama i drugima, dominantnih u diskursu političke i intelektualne elite.

*Ključne reči:* sport, Svetsko fudbalsko prvenstvo, fudbal, medijsko izveštavanje, diskurs, etnički stereotipi, politika, Srbija

---

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

<sup>2</sup> Kontakt sa autorom: strika@021.rs.

## 1. Uvod

Sport i nacionalizam mogu se posmatrati kao uzajamno komplementarne sile koje jačaju organsku solidarnost, navodi Đulijanoti (Đulijanoti, 2008: 21), pojašnjavajući da moderni međunarodni događaji, kao što su Olimpijske igre i razna svetska prvenstva, poseduju brojne rituale koji oslikavaju naciju kao svetu i time povećavaju kolektivnu integraciju. Masovni mediji imaju presudnu ulogu u prenošenju tih sportskih megadogađaja širom nacije, uz komentare koji teže da identifikaciju publike vežu za reprezentacije, kroz upućivanje na nacionalne karakteristike koje se podrazumevaju (Đulijanoti, 2008: 21). Fudbal, kao „najvažnija sporedna stvar” na svetu i nacionalni sport Srbije, neraskidivo je povezan i sa predstavom prototipičnog srpskog muškarca. Fudbal omogućava muškarcima da ispolje svoj hegemoni maskulinitet kroz fizičku snagu, agresivnost, čvrstinu, „emotivni stoicizam i takmičarski nagon” (Jansen & Sabo u Silaški, Đurović & Radić-Bojanić, 2009: 21), ali i junaštvo u „borbi” za otadžbinu, na terenu i tribinama.

Dvadeset prvo Svetsko prvenstvo u fudbalu održano je od 10. juna do 15. jula 2018. godine u Rusiji. Kvalifikovanje reprezentacije Srbije za učešće na Svetskom prvenstvu u fudbalu 9. oktobra 2017. godine, od strane sportskih stručnjaka i funkcionera, ali i državnih zvaničnika predstavljeno je kao istorijski uspeh, budući da je to drugo učešće nacionalne reprezentacije od uspostavljanja samostalne Srbije (od 2006. godine kada je Crna Gora na referendumu proglasila nezavisnost, čime je prestala da postoji Državna zajednica Srbija i Crna Gora), a četvrti put od raspada Jugoslavije i ratova na teritoriji bivše države. Čestitku reprezentaciji uputio je predsednik države Aleksandar Vučić, napisavši na zvaničnom Tviter nalogu „Bravo momci! Tako se bori za svoju zemlju. Napred Srbija!” (Srbija danas, 9. 10. 2017), čime je na početku prvenstveno sportski događaj obeležen vojnim, borbenim i ratničkim diskursom.

Upotreba sporta kao državne politike, smatra Koković (2004: 93), susreće se u slučajevima kada se uz pomoć sporta stvara, širi, stabilizuje i pojačava politička saglasnost oko ključnih institucija i sistema vrednosti. Države koje su stekle nezavisnost upravo preko sporta traže svoje mesto u međunarodnoj zajednici, dok one superiorne u njemu vide potvrdu svoje moći i interesa (Koković, 2004: 94). Govoreći o političkoj upotrebi i instrumentalizaciji sportskih strasti, Koković navodi da je „očigledna privlačnost sporta za politiku kao novog ‘opijuma

za narod', jer je sport postao prijemčiv za sve vrste ideološke i političke isključivosti, manipulaciju i komercijalizaciju" (Koković, 2004: 9).

Sport pruža svojevrsnu identifikaciju gledaocima, ne samo sa grupom i ekipom, već sa etničkom zajednicom ili širim globalnim društvom. „Ranije se govorilo da fudbal zblizava narode i nacije; međutim, danas postaje način za izražavanje nacionalnih netrpeljivosti. Izražena želja za uzdizanjem nacije može poništiti elemente igračkog u sportu i dovesti do zagađenja igre" (Koković, 2004: 93). Koković dodaje da mediji često utiču na to da sport može postati drastičan primer i ishodište svih isključivosti – od nacionalizma, šovinizma, etnocentrizma i „iluzionizma" (Koković, 2004: 93). Budući da mediji mogu da „oblikuju individualne i kolektivne identitete, ali i političke obrasce" (Koković, 2004a: 47), predmet ovog rada je analiza izveštavanja četiri internet portala – rts.rs, b92.net, politika.rs i informer.rs – o učešću reprezentacije Srbije na Svetskom prvenstvu.

Cilj istraživanja je da se utvrdi koliko su analizirani tekstovi u skladu sa profesionalnim i etičkim novinarskim načelima, a koliko predstavljaju propagandno sredstvo za širenje vladajuće ideologije utemeljene na nacionalnim stereotipima o Srbima i *drugima*. Rad problematizuje odnos domaćih medija prema fudbalskoj reprezentaciji Srbije, ali i reprezentaciji susedne Republike Hrvatske, kao i prema igračima albanske nacionalnosti koji igraju u reprezentaciji Švajcarske.

## 2. Sport i politika u Srbiji: društveno-istorijski kontekst

Proučavaoci države u XX veku, piše Čolović (2000: 349), već su zapazili da se ona za sport i fizičku kulturu uglavnom interesuje kao za neku vrstu predvojničke obuke, što se posebno odnosi na države koje karakteriše totalitarni poređak i na države koje se pripremaju za rat. Fašistička Italija je prva država koja je instrumentalizovala fudbal u političke svrhe, zloupotrebivši drugo Svetsko prvenstvo u fudbalu, organizovano 1934. u Italiji. „Musolini je tom prilikom članove italijanske fudbalske reprezentacije nazvao 'vojnicima u službi nacije'" (Milza u Čolović, 2000: 349).

Čolović, osvrćući se na novinske tekstove koji prate svaki važan susret fudbalera iz Srbije sa stranim ekipama, navodi da su „usredsređeni na jednu temu: na odmeravanje snaga između Nas i Njih. Pored toga, očigledno je da se to

odmeravanje snaga ne svodi na sportsko nadmetanje, da tu ima, kako se obično kaže, više od fudbala” (Čolović, 2007: 39–40).

Tema etničkog identiteta u navijačkom fokloru u Srbiji, koji čine pesme, parole, zastave, grbovi i transparenti, kao dominantni sadržaj javlja se sredinom osamdesetih godina prošlog veka, paralelno sa pojavom te teme u političkom diskursu. „I navijači hoće pre svega da se predstave kao pripadnici *svog naroda*, Zvezdaši i Partizanovci kao Srbi, i da istovremeno protivničke klubove i navijače vide kao predstavnike drugih, njima neprijateljskih naroda” (Čolović, 2000: 338–339). Početkom devedesetih godina, nasilje u jugoslovenskom sportu, posebno izraženo među fudbalskim huliganima, pretvara se u vređanje i sukobe na nacionalnoj osnovi i prenosi se na „teren međuetničkih sukoba i *velikonacionalne* politike i odatle na bojno polje” (Čolović, 2000: 321). Sportska štampa (*Sport*, *Sportski žurnal*, *Tempo*, *Partizanov vesnik* i *Zvezdina revija*) izveštava o međunacionalnim incidentima na sportskim događajima, ali se kritika pojave nacionalizma i šovinizma uglavnom odnosi na „protivnike” (u najvećoj meri fudbalske navijače iz Hrvatske), dok među „našim” navijačima neodgovornih ima malo. „Kad među *našim* navijačima ima šovinističkih ispada, onda su njihovi vinovnici „podmetnute nam grupe nazovi navijača”, odnosno *ekstremni deo navijača*” (*Partizanov vesnik* u Čolović, 2000: 326). Sličan komentar se odnosi i na članak naslovljen „Nisu svi Delije” u kojem se pominje „deo Zvezdinih navijača, koji po svojim šovinističkim zabludama i postupcima ne zaostaju za svojim zagrebačkim vršnjacima (*Zvezdina revija* u Čolović 2000: 327). Čolović dodaje da su početkom ratnih sukoba u Sloveniji i Hrvatskoj „sportski novinari od svojih kolega političkih komentatora preuzeli glavne topose ratno-propagandnog govora (Čolović, 2000: 328).

### 3. Teorijski okvir

#### 3.1. Sport i nacionalni stereotipi

Sociolozi smatraju da je sport pogodan za uspostavljanje, održavanje i apsolutizaciju društvenog razlikovanja i suprostavljanja: mi i oni; naš–njihov; domaći–tuđi teren; prijatelj–neprijatelj. Jezik sportskog novinarstva konstruiše određenu ideologiju, a mediji igraju važnu ulogu u tom komunikacijskom konceptu izveštavanja, šireći kolektivne predstave i predrasude (Koković, 2004a: 38–39).



Pre no što se osvrnemo na problem stereotipizacije, neophodno je pojasniti nastanak nacionalnog identiteta. Pojam identiteta definiše se u okviru psihologije ličnosti kao doživljaj suštinske istovetnosti i kontinuiteta *ja* tokom dužeg vremena, bez obzira na njegove mene u različitim periodima i okolnostima.

„Identitet je u normalnim okolnostima nesvestan jer ga pojedinac stiće rođenjem u određenoj grupi. On postane svestan kada zapadne u krizu identiteta, „specifično psihičko stanje u jednom prekretnom periodu” a jedan od mogućih izlaza iz krize identiteta predstavlja za pojedinca donošenje političke odluke da se identifikuje sa grupom koju je odabrao.” (Trebješanin, 2008: 9–10)

Razmatrajući razliku između etničkog i nacionalnog identiteta, Bugarski (Bugarski, 2004: 123–125) piše da je svest o pripadanju sopstvenoj grupi i o različitosti te grupe od drugih svojstvena i narodu i naciji, samo što je u prvom slučaju možda više izvorna i spontana, a kod nacije pre stečena i voljna, manifestovana kroz htenje da se živi zajedno. Za razliku od naroda kao etničke zajednice tradicionalnog tipa, nacija predstavlja političku zajednicu savremenog tipa, sa modernijim oblikom društvenog organizovanja. „Stoga se ponekad kaže da se čovek u narodu rađa, a na naciju pristaje svesnim opredeljenjem” (Bugarski, 2004: 123–125).

Ukoliko se predrasude zasnivaju na mišljenju bez prethodnog prosuđivanja, stereotipi predstavljaju šablone koji daju uvek isti otisak. Analizirani u istorijskoj perspektivi, stereotipi se pojavljuju kao uprošćeni bespogovorni argumenti, odnosno, kao dogmatske automatske poštapalice, koje se, budući da su zasićene emocijama uporno održavaju i teško koriguju (Milosavljević, 2002: 21). Prema Holu (2018: 55), stereotip je jednostrani opis koji nastaje kada se kompleksne različitosti svedu na jednodimenzionalne predstave, a potom ta preuveličana simplifikacija postaje dokaz pomoću kojeg se neki subjekt spoznaje. „Dva ključna svojstva diskursa o *drugom* su: 1. Stereotipiziranje, odnosno svodenje nekoliko karakteristika na jednu uprošćenu figuru koja predstavlja *suštinu* jednog naroda. 2. Deljenje ili dualizam: stereotip se deli na dve polovine – *dobru* i *lošu*“ (Hol 2018: 55).

Milosavljević (2002: 22) takođe smatra da nacionalni stereotipi, pošto imaju funkciju generalizacije, omogućavaju percipiranje čitave grupe, druge nacije, kao individue dominantnih manje vrednih *osobina*, na isti način kao što omogućavaju viđenje sopstvene nacije, kao individue preovlađujućih poželjnih

osobina. Problematizujući puteve oblikovanja javnog mnjenja kojim se učvršćuju dominantni stereotipi, Milosavljević (2002) kao važne navodi medije, izdavačku delatnost, školske udžbenike i uopšte sistem vaspitanja.

„Osobine koje se prepisuju *sebi* i *drugima* (mučenik, junak, separatista, slobodar, remetilac i sl.) najčešće ne proističu iz svakodnevnog života već se stereotipi o drugim nacijama stvaraju namenski i uslovljeni su političkim interesima, a čine ih političke i intelektualne elite, budući da su jedino njima dostupni svi putevi uticaja na javno mnjenje u pogledu formiranja poželjne slike *drugog*” (Milosavljević, 2002: 23).

### 3.2. Sport i mediji

Novine, časopisi, knjige sa vizuelnim i onlajn medijima, pomažu u određivanju društvenog i političkog položaja sporta u društvu, ali i deluju kao interfejs između sportskog, političkog i ideološkog diskursa (Boyles & Haynes, 2009: 145). Kako navodi Koković (2010: 110), komercijalizacija sporta, masovne identifikacije ljudi sa lokalnim ili nacionalnim zajednicama, međunarodni prestiž učinili su da stadioni, kao sabirni centri najmasovnijeg okupljanja ljudi, postanu „frontovi modernog doba”, sport „rat bez pucnjave”, a sportski novinari među najznačajnijim posrednicima, jer utiču na javno mnjenje i odnose u sportu.

„Sportski novinari umesto da smiruju strasti, često ih jače raspljuju, a njihov jezik izveštavanja vrlo često nalikuje na jezik ratnih izveštača. Svojim nekritičkim pisanjem, u stilu *oni protiv nas*, mediji često podstiču ratničku atmosferu praćenu hipertrofijom identiteta, grupne pripadnosti i, na kraju, gubljenjem sopstvenog *ja* pod diktatom *usamljene gomile*.” (Koković 2010: 152)

Prisustvo hegemonije, medijska homogenizacija nacije i podrazumevani grupni nacionalni identitet pokazuje i analiza izveštavanja britanske štampe (Bishop & Jaworski, 2003) o Evropskom fudbalskom prvenstvu 2000. godine. Primer kako mediji doprinose jačanju tradicionalnih nacionalnih stereotipa, ali i da mogu da ih, ukoliko je to u funkciji zvaničnog sportsko-političkog diskursa koji se očekuje od domaćina takmičenja, prošire inkluzivnim vrednostima u skladu sa internacionalizmom Olimpijskih igara, daje studija koja se bavi

analizom izveštavanja britanske štampe o Olimpijskim igrama održanim 2012. godine u Londonu (Vincent et al., 2017).

Prethodno navedeno pokazuje da je izveštavanje medija o sportu uglavnom poistovećeno sa „ideologijama društveno dominantnih grupa” (Blejn & Bojl, 2005: 634), a manje se zasniva na etičkim standardima koji podrazumevaju odgovornost novinara, jer su, kada je reč o medijskom sadržaju, „novinari odgovorni da daju veran i potpun prikaz javnih stvari i događaja, da iznose kritičko viđenje i da donose informacije u kojima se poštuju činjenice i ličnosti” (Korni, 1999: 84). Prema Minhenskoj deklaraciji (1971), odgovornost novinara prema javnosti „preča je od svake druge odgovornosti, posebno one prema poslodavcima i javnim vlastima“ (Korni, 1999: 37). Kako Korni dalje navodi (1999: 35), analiza 31 evropskog novinarskog kodeksa pokazuje da se etička načela, na koje se novinari pozivaju, mogu svesti na tri osnovne novinarske dužnosti: odbrana slobode informisanja i nezavisnosti novinara, traganje za istinom i poštovanje čovekove ličnosti.

### 3.3. Kolektivne predstave i sport

Kolektivne predstave, navodi Ristić (2018: 30), kao strukturirani oblici značenja cirkulišu u društvu zahvaljujući diskursima i one u tom smislu predstavljaju artikulirane društvene prakse. Ipak, treba imati na umu da su reprezentacije društveno redukovane činjenice, „one su između društvene stvarnosti i našeg poimanja te stvarnosti i predstavljaju fenomene u onom obliku u kojem ih mi vidimo, a ne stvari po sebi (Nojman u Ristić, 2018: 31).

U kritičkoj sociologiji sporta, važno mesto zauzimaju kulturološke studije koje „usmeravaju pažnju na kulturne strategije koje se javljaju između dominantnih grupa (koje stvaraju zvaničnu kulturu) i podređenih grupa (koje stvaraju popularnu kulturu uključujući i sport)” (Đulijanoti, 2008:76). U tom smislu treba pomenuti i teoriju hegemonije (Gramsci, 1971), koja *zarobljava* kulturne tradicije i običaje u lične odnose, slobodno vreme, umetnost i zabavu. Intelektualci stvaraju i komuniciraju idejama, verovanjima i diskursima koji stvaraju hegemoniju širom građanske zajednice, a u obezbeđivanju društvene dominacije učestvuju represivni državni i ideološki aparati, koje čine obrazovni sistem i masovni mediji (prema: Đulijanoti, 2008: 83).

Hol takođe smatra da svako društvo ili kultura teže, sa različitim stepenima zatvorenosti, da nametnu svoje klasifikacije društvenog, kulturnog i političkog

sveta. Te klasifikacije čine dominantni kulturni poredak, gde je ključno pitanje strukture vladajućih diskursa. „Različite oblasti društvenog života javljaju se kao unete u diskurzivne domene, hijerarhijski organizovane u vladajuća ili poželjna značenja” (Hol, 2013: 19). Mas-mediji imaju integrativnu, pojašnjavajuću i legitimišuću moć da oblikuju i definišu političku stvarnost, pogotovo u nepoznatim problematičnim ili u pretećim situacijama (Hol, 2013: 58).

O velikom uticaju medija u reprodukciji ideologija govori i Van Dejk (2006: 251), navodeći da su „uobičajeni postupci, događaji i institucionalno upravljanje proizvodnjom vesti pristrasni prema reprodukciji ograničenog niza dominantnih, elitnih ideologija” (Van Dijk, 2006: 252). Kako zapaža:

„Rasprave, suprotstavljanja, razlike u mišljenju, kao i razlike među novinama kreću se unutar granica podnošljivih ideoloških razlika. Uprkos osobnim razlikama i slobodi korisnika medija u njihovoj obradi i uporabi medijskog diskursa, ukupni su ideološki učinci medija nesporni – doseg prihvatljivih društvenih ideologija više je ili manje istovetan s onima koji imaju povlašten pristup masovnim medijima.” (Van Dijk, 2006: 253)

Društveno-politički i ekonomski kontekst utiču na konstruisanje medijskog sadržaja o sportu, mediji imaju značajnu ulogu u određivanju društvenog i političkog položaja sporta, a medijski diskurs o sportu doprinosi reprodukovanju, pa čak i konstruisanju vrednosti, stavova i predrasuda koje kruže u društvu, a koje se odnose na rasu, pol i nacionalnost (prema Boyles & Haynes, 2009: 15).

#### **4. Metoda istraživanja**

Jezik je pokazatelj odnosa moći i kontrole, ali i potencijalno sredstvo diskriminacije. Odnosom jezika i moći prvenstveno se bavi kritička analiza diskursa, stoga je i odabrana za metodološki okvir našeg istraživanja. Ova kvalitativna metoda shvata diskurs kao „društveno konstitutivan u istoj meri koliko je i društveno uslovljen”, a osnovni princip kritičke analize diskursa jeste identifikacija i analiza lingvističkih manipulacija (Fairclough & Wodak u Silaški, Đurović & Radić-Bojanić, 2009:14). Kritička analiza diskursa bavi se upravo analizom uloge diskursa u (re)produkciji odnosa moći i dominaciji određenih članova zajednice nad drugim pokušavajući da tumačenjem datih jezičkih fenomena utiče na iskorenjivanje socijalnih nejednakosti, razlika, predrasuda i stereotipa (Van Dijk, 1993: 249).

Van Dejk pokreće pitanje kako diskurs izražava i reprodukuje osnovne predrasude o *drugima* u društveno-političkom kontekstu (Van Dijk, 2015: 11). Prema autoru, strategija govora zasnovana na etničkim predrasudama i stereotipima počiva na pozitivnoj samoprezentaciji i negativnoj prezentaciji *drugog*. Mnoge studije o etničkoj i rasnoj nejednakosti otkrivaju izražen stepen sličnosti između stereotipa, predrasuda i drugih formi verbalne diskriminacije sa diskursnim strategijama, medijima i postavljenim nacionalnim granicama (Van Dijk, 2015:11). Govoreći o „strukturi ideološkog diskursa”, Van Dejk navodi da se bilo koja struktura ili strategija može upotrebiti u datom tekstu i kontekstu: „Ista struktura diskursa može ideološki funkcionirati u jednom kontekstu a u drugom ne, ovisno o namjerama, ciljevima, ulogama ili skupnoj pripadnosti sudionika” (Van Dijk 2006: 353).

Uzevši u obzir društveno-politički kontekst Srbije, analiza medijskog diskursa o učešću reprezentacije Srbije na fudbalskom prvenstvu fokusirana je na model semantičke makrostrukture, odnosno, izbor teme, budući da proizlazi (fomalno ili strategijama proizvodnje i shvatanja) iz pretpostavke diskursa ili nekog modela događaja (Van Dijk, 2006: 355). „Ideološki zasnovane stereotipe i predrasude možemo istaknuti: njihovom bitnom semantičkom funkcijom teme koja organizira semantičke mikrostrukture nekog diskursa i njihovim semantičkim naglaskom na početku ili vrhuncu priče” (Van Dijk 2006: 355).

Analiza britanske štampe pokazuje da se prisustvo nacionalizma, homogenizacije i jedinstva nacije odvija kroz tri osnovne diskursne strategije: razdvajanje, konflikt i tipizacija. Razdvajanje se najšće realizuje retoričkim razlikovanjem *nas* i *njih*, sukob se manifestuje kroz upotrebu vojnih metafora i ratnih slika, dok se tipizacija postiže upotrebom stereotipa (Bishop & Jaworski 2003). Pomenute diskursne strategije čitaju se i u medijskom diskursu analiziranih internet portala u Srbiji. Međutim, važno je osvrnuti se i na lokalna značenja u razumevanju diskursa, u smislu da se iskazuju one pretpostavke za koje pošiljalac poruke (novinar/novinarka) očekuje da ih primalac zna. Van Dejk pojašnjava važnost funkcije iskazivanja ili potiskivanja informacija u interesu pisca/govornika, što predstavlja deo strategije ideološke komunikacije koja se sastoji od iskazivanja/naglašavanja informacija koje su pozitivne za *nas*, kao i onih koje su negativne za *njih* (Van Dijk, 2006: 356). Takođe se koristi strategija suzbijanja ili ublažavanja informacija koje su pozitivne za *njih*, kao i onih koje su negativne za *nas* (Van Dijk, 2006: 356).

Ideologije, piše Ristić (2018: 202), predstavljaju diskurzivne resurse koji doprinose formiranju kolektivnih društvenih identiteta, a u odnosu na istoriju, kolektivna iskustva, društvene pozicije i društvene veze sa drugim grupama. Imajući u vidu važnost lokalnog značenja, ali i istoričnost medijskog diskursa, ideja ovog rada je da upravo komparira dikursne strategije sa najučestalijim nacionalnim stereotipima o *nama* i *drugima*, na osnovu klasifikacije koju je postavila istoričarka Olivera Milosavljević (Milosavljević, 2002) proučavajući diskurs srpskih intelektualaca tokom XX veka, veku koji je „zatvorio krug balkanskih nacionalizama” (Milosavljević, 2002: 9).

U percepciji „srpskih intelektualaca”, a u neposrednoj zavisnosti od dneвно-političkih okolnosti kao primarni „neprijatelji” podrazumevaju se teritorijalno najbližiji narodi – Albanci, Bugari, Hrvati, kao konvertiti Muslimani i Makedonci, a uz njih po automatizmu idu katoličanstvo i islam (Milosavljević 2002: 187). Milosavljević (2002:185) pojašnjava da nema nacionalizma bez stereotipa o *drugima*, te da su stereotipi o *drugima* nužni za identifikaciju, ne toliko njih, koliko nas samih.

„Tek pored *prevrtljivih* Muslimana, *divljih* Arnauta, *krvoločnih* Bugara, *jezuitski pokvarenih* Hrvata, *lukavih* Grka, *remetilačkih* Srba... mi se možemo javiti kao pravdoljubivi i tolerantni, slobodarski i demokratični, pitomi i naivni, u konstantnoj poziciji ugroženosti, odnosno u stanju stalne spremnosti na odbranu.” (Milosavljević, 2002: 185)

U analizi medijskih tekstova prepoznatljivi su prethodno pomenuti stereotipi o tradicionalnim neprijateljima Hrvatima i Albancima, vekovnoj braći Rusima, konstrukt o svetskoj zaveri protiv Srba i sudbini srpskog naroda, kao i osobine koje se stereotipno pripisuju Srbima: junaštvo, jedinstvo, mučeništvo i sloga.

Analizirajući strukturu diskursa, važno je skrenuti pažnju i na funkciju retoričkih figura, posebno metafore.

„Retorika definisana u tom smislu, bitno je usmerena prema uverljivoj komunikaciji poželjnih modela društvenih događaja i tako upravlja načinom na koji će primatelji shvatiti, a osobito kako će vrednovati te događaje. Stoga ne iznenađuje što retoričke strukture imaju tako važnu ulogu u ideološkoj manipulaciji.” (Van Dijk, 2006: 281)

Pojmovne metafore unutar šireg konteksta kognitivne lingvistike predstavljaju mehanizam na osnovu kojeg jedan pojam razumemo pomoću nekog drugog, iskustveno bližeg pojma (Lakoff & Johnson u Silaški, Đurović & Radić-Bojanić, 2009: 173). Zahvaljujući svojim ključnim osobinama (jasno izdiferencirani protivnici, definisan cilj igre – pobjeda, timski duh, ograničen teren sportskog poprišta, taktika igre, striktna pravila podložna sankcijama), sportsko nadmetanje u procesu metaforizacije često je u funkciji izvornog domena kao sredstvo za konceptualizaciju složenih pojava u društvu (Silaški, Đurović & Radić-Bojanić, 2009: 177).

#### 4.1. Korpus istraživanja

U okviru istraživanja, analizirana su četiri portala: onlajn izdanje republičkog javnog servisa *Radio-televizije Srbije* (rts.rs), komercijalnih medija *B92* (b92.net) i *Informer* (infomer.rs) i internet strana dnevnog lista *Politika* (politika.rs), mešovitog državno-privatnog kapitala, uz nedostatak transparentno naznačenog vlasništva.

Portal *RTS*-a uvršten je u korpus jer je reč o Svetskom prvenstvu, na kojem učestvuje fudbalska reprezentacija Republike Srbije, a dužnost javnog servisa je da informiše o događajima od državnog značaja. Takođe, zakonska obaveza je i da izveštava nepristrasno, profesionalno i u interesu svih građana Srbije, bez obzira na njihovu nacionalnu pripadnost (*Zakon o javnim medijskim servisima*, 2014).

Onlajn verzija dnevnog lista *Politika* odabrana je jer je reč o najstarijem informativno-političkom dnevniku koji izlazi u Srbiji (osnovan 1904. godine), koji neguje ozbiljan novinarski pristup bez primesa senzacionalizma. Ideološka pozicija ovog medija najbliža je desnom centru (Pralica & Janjić, 2016: 46).

Veb sajt *B92.net* nastao je 1996. godine kao deo tadašnjeg *Radija B92*, jednog od nezavisnih medija osnovanih u Srbiji devedesetih godina kao odgovor na dominaciju prorežimskih medija javnim prostorom. Za vreme režima Slobodana Miloševića, taj radio je predstavljao „simbol slobode” i borbe za prava svih građana, bez obzira na nacionalnu, versku ili političku pripadnost (prema Milinkov 2016: 40). Većinski udeo konglomerata *B92* (*Radio-televizija B92*, *B92 info* i *b92.net*) 2015. kupuje medijski konzorcijum Antena grupa, radio i televizija menjaju naziv u *Play radio* i *O2 televiziju*, dok pod starim nazivom trenutno funkcioniše samo veb sajt *b92.net*. Promenom vlasništva dolazi do

komercijalizacije medijskog sadržaja, nespojivom sa nekadašnjim ozbiljnim informativno-političkim medijem kakav je bio *B92*. Bez obzira na navedenu transformaciju, sportska strana portala *b92.net* po posećenosti je deseta u Srbiji (Alexa, n.d.), a druga kada je reč o informativnim portalima i spada u medije koje tradicionalno posećuje publika koja prati sport.

Internet verzija tabloida *Informer*, osnovanog 2012. godine, kao i štampano izdanje, odlikuje se izrazitim senzacionalizmom, a često i izraženim govorom mržnje. Odras takvog novinarskog pristupa može se sagledati i u izveštaju Saveta za štampu<sup>3</sup>, prema kojem je *Informer* jedan od medija sa najvećim brojem prekršaja Kodeksa novinara Srbije. Portal *informer.rs* može se okarakterisati kao desničarski i rusofilski (prema Pralica & Janjić, 2016: 47).

Istraživanjem su obuhvaćeni novinarski tekstovi koji se odnose na utakmice koje je reprezentacija Srbije igrala u grupnoj fazi takmičenja (sa reprezentacijom Kostarike 17. juna, Švajcarske 22. juna i Brazila 27. juna), a nakon što je Srbija eliminisana u daljem toku prvenstva, pažnja je posvećena izveštajima sa polufinalne (11. jul) i finalne utakmice (15. jul) u kojima je učestvovala reprezentacija Hrvatske. Osnovna jedinica analize je medijski tekst, a analiziran je ukupno 71 tekst objavljen na četiri portala (*RTS* 12, *Informer* 16, *B92* 27 i *Politika* 16). Analizirani su samo tekstovi, dok audio-vizuelni sadržaji koji postoje na portalima *RTS* i *B92* nisu, kako bi vrsta uzorkovanog materijala bila identična u sva četiri medija.

Svaki navedeni primer u ovom radu sadrži šifru teksta, sačinjenu od skraćene SR (oznaka za Srbiju), broja 18 (oznaka za 2018. godinu), početnog slova medija (*RTS* – *Radio televizija Srbije*, I – *Informer*, P – *Politika*, *B92* – *B92.net*) i redni broj analiziranog teksta u mediju.

## 5. Rezultati istraživanja

### 5.1. „Cela nacija – reprezentacija”

Mediji, piše Koković (2004a: 46), mogu stvoriti sliku da je udaranje lopte, trčanje i skakanje za njom prezentovanje najvažnije nacionalne vrline. U izveštavanju četiri analizirana portala (*RTS*, *B92*, *Politika* i *Informer*), o utakmicama reprezentacije Srbije na Svetskom prvenstvu dominira strategija imenovanja

<sup>3</sup> Izveštaj Saveta za štampu „Kršenje Kodeksa novinara Srbije u dnevnim novinama od avgusta do decembra 2018. godine” [http://www.savetzastampu.rs/cirilica/uploaded/szs\\_monitoring\\_avg-dec\\_2018.pdf](http://www.savetzastampu.rs/cirilica/uploaded/szs_monitoring_avg-dec_2018.pdf) Posećeno 24.02.2019.



kojom se označava zajedništvo, pripadnost istoj grupi ili kategoriji, što se u datom slučaju svodi na izjednačavanje fudbalske reprezentacije sa celokupnom srpskom nacijom, pri čemu se nacija dalje poistovećuje sa državom.

Navedeno ilustruje prijem predsednika Srbije Aleksandra Vučića za rukovodstvo Fudbalskog saveza Srbije, stručni štab i igrače pred odlazak u Rusiju, o čemu su izvestila sva četiri medija (*RTS* i *B92* su preneli *Tanjugov* izveštaj, *Informers* je preuzeo informaciju sa *Televizije Pink*, dok je *Politika* objavila autorski tekst). U izveštaju je preneti najava predsednika Srbije da je za osvajanje zlatne medalje predviđena „rekordna nagrada svih vremena u iznosu od deset miliona evra”, kao i da će: „Cela Srbija, svaki građanin svim srcem biti uz vas. Verujemo u vašu snagu, timski duh, borbenost, znanje. Hvala što volite našu zemlju, što se za nju borite.” (SR18RTS\_1)

Poistovećivanje reprezentacije sa nacijom najizrazitije je u intervjuu koji prenosi *Informers* „LAZANSKI: Srbi su posle Kostarike konačno **postali Srbi i u fudbalu!**” (SR18I\_10), gde se o sportu govori u političkom diskursu kojim dominira poruka da je Srbija pobedom protiv reprezentacije Kostarike vratila ponos naciji. U sličnom tonu je i autorski izveštaj prožet nacionalnim nabojem i frazeološkim terminima, što je primetno i u drugim analiziranim tekstovima objavljenih u onlajn izdanju *Politike*:

„A kad se koji tren pre poslednjeg kruga najbrže kazaljke na časovniku završi intoniranje himne „Bože pravde”, **srce svih Srba**, bez obzira gde su, u Rusiji ili u otadžbini, počće da kuca u istom ritmu” (SR18P\_5).

Analiza pokazuje da se i u profesionalno najuravnoteženijim izveštajima objavljenim na *b92.net* podrazumeva izveštavanje u prvom licu množine *mi*, *naša reprezentacija*:

„**Mi** ne treba da tugujemo. **Ponosni** na sve što su pružili na ovom Mondijalu sudijskih lakrdija” (SR18P\_16)

„Paulinjo **nas** je probudio iz sna” (SR18P\_16)

„Išao je **naš** štoper glavom gde neko ne bi ni nogom...” (SR18I\_9)

„Viđen je period od 15 minuta najbolje igre Srbije, tokom kojeg **smo** imali nekoliko prilika” (SR18B92\_23).

## 5.2. Junaštvo i zajedništvo u borbi za nacionalni interes

Sportski novinari su jedna od glavnih kategorija tvoraca nekonvencionalnih metafora (Kovecses u Silaški, Đurović & Radić-Bojanić, 2009: 21), pri čemu je u sportskim izveštajima dominantna upotreba ratnih metafora, pa sport predstavlja borbu, utakmica je okršaj, rogovska borba, dok se protivnički tim predstavlja kao neprijatelj koji je savladan, razbijen, uništen, polomljen.

Ratne metafore u cilju jačanja nacionalnog ponosa nedvosmisleno su izražene u pesmi: „Pukni zoro”, koja je deo reklame za Jelen pivo, zvaničnog sponzora reprezentacije Srbije i koja je postala neformalna navijačka himna. Pesma ima ratnu tematiku, vojnik se vraća kući iz boja, a u simboličkom tumačenju i reprezentativci Srbije se ispraćaju u boj, jer se fudbalski teren posmatra kao bojište, a igrači ratnici svoje zemlje.

„**Pukni zoro**” odjekuje Samarom pred prvu utakmicu Srbije” (SR18P\_4)

„Uz **Pukni zoro** u Rusiju” (SR18P\_2)

Diskursna strategija „tipizacije” ogleda se u stereotipu o junaštvu Srba i najprisutnija je kada se pominju uspesi igrača. Prva utakmica i prva, a ujedno i jedina pobeda reprezentacije Srbije protiv Kostarike, u analiziranim medijima praćena je hvalisavim izveštajima, gde se metaforično pogodak naziva „bomba”, uspeh je „san” a reprezentacija i pojedini igrači predstavljeni su kao „lavovi”:

„BRAVO „ORLOVI”, SAMO GAZITE! Kolarov **bombom razneo** Kostarikance na startu SP!” (SR18I\_9).

„**Nestvarno, fantastično, kao u snu**: Kejlror Navas video je u „Kosmos areni” sve zvezde iz srpskog planetarijuma” (SR18P\_6)

„Srbija - Kostarika: „**Bomba**” Kolarova za prva tri boda Srbije na Mundijalu” (SR18RTS\_3)

Koliko su novinarski izveštaji bili pristrasni, pokazuje i izjava selektora reprezentacije Srbije Mladena Krstajića, koji pojašnjava da igra fudbalera nije bila baš najbolja, ali da su igrači pokazali *srce*: „Krstajić: Možda nije bila neka igra, ali se videlo srce” (SR18B92\_6).

U *junačkoj* borbi veoma je važno zajedništvo, što se čita i u naslovu: „Mitrović: **Mi smo Srbi**, ništa nije nemoguće!” (SR18B92\_22). U ovom primeru implicitna je izjava koja je odabrana za naslov, dok se u tekstu uglavnom govori o tome da je u sportu sve moguće, pa i pobeda onih koji nisu favoriti, a ishod utakmice se ne povezuje sa nacionalnim poreklom tima.

Ponos, sloga i zajedništvo nacije prisutno je i u eliminaciji reprezentacije iz daljeg toka takmičenja: „Krstajić: Igrači zaslužili veliko **poštovanje** svih u Srbiji” (SR18B92\_24). Nakon poraza Srbije, *RTS* prenosi izjavu predsednika republike: „Vučić: Neka nas mrze, to govori o njihovoj i o našoj veličini”, u kojoj se, takođe, podvlači zajedništvo u porazu „Ponosan sam na naše građane, jer je **naša nacija bila ujedinjena u tuzi** sinoć i mislim da teško da smo ikad bili tužniji” (RS18RTS\_9).

### 5.3. *Drugi* kao tradicionalni neprijatelji

Navijanje, bodrenje, isticanje državnih simbola (zastava, grb, himna) uobičajeni su folklor koji prati nastupe gotovo svih reprezentacija koje učestvuju na fudbalskom prvenstvu. Međutim, ukoliko se ima u vidu kontekst ratova devedesetih na prostoru Jugoslavije, vojni govor koji podrazumeva borbu, rat i sukob u političkom, pa i u medijskom diskursu, može se okarakterisati kao vrlo negativna, pogotovo ako se izdavaju dve nacionalne grupe (Hrvati i Albanci) protiv kojih je Srbija ratovala, a i danas je prema tim grupama veoma izražena socijalna i etnička distanca u Srbiji. Navedeno potvrđuje istraživanje o kulturnim i vrednosnim stavovima maturanata srednjih škola u Srbiji koje je sproveo Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.

„Najveća netrpeljivost od strane maturanata, kada se sagleda broj negativnih odgovora, bez obzira na odnos koji se ocenjuje, ispoljava se prema narodima sa kojima je Srbija bila ili je još uvek u napetim ili ratnim odnosima – prema Albancima i Hrvatima. Netrpeljivost prema Bošnjacima je nešto blaža, što se verovatno može objasniti tezom da se u političkom diskursu Hrvati prepoznaju kao veća pretnja po srpske nacionalne interese.” (Subašić & Opačić, 2013: 43)

Rezultati analize četiri navedena medija pokazuju da je najprisutnija dikur-sna strategija razdvajanja, gde se *drugi* predstavljaju kao istorijski neprijatelji. Ta *drugost*, koja se u izveštajima postavlja kao izrazito negativna u odnosu na *nas*,

u najvećoj meri odnosi se na dva igrača albanske nacionalnosti u reprezentaciji Švajcarske, koja je pobedila reprezentaciju Srbije. U tekstovima se kao drugi pojavljuju i igrači reprezentacije Hrvatske, koji su prvenstvo završili sa srebrnom medaljom.

U tabloidu *Informer*, drugi se označavaju diskriminatornim nazivima *Ustaše* i *Šiptari*, a navedeni izrazi pojavljuju se i na portalu *B92*:

„NEKA SE TERAJU U TRI P.M. SVI KOJI SU NAVIJALI ZA OVE USTAŠE! Hrvati slavili srebro uz PESME O KLANJU SRBA!” (SR18I\_1).

„FIFA HRVATIMA ZABRANILA USTAŠKE DRESOVE” (SR18I\_1).

„Živa o ‘gospodinu’ Murinju, Šiptarima i tome kakvi su Srbi” (SR18B92\_11)

U izveštavanju *Informera*, osim diskriminatornog govora, prisutno je i širenje netrpeljivosti plasiranjem neistinitih i neproverenih informacija, među koje spada i tekst naslovljen „ŠVAJCARCI POBESNELI: Da li je ovo ALBANSKA ILI NAŠA REPREZENTACIJA!? (SR18I\_13), koji se zasniva na neimenovanom izvoru. Slična je poruka i u tekstu „Šaćiri je ponizio Švajcarsku – ni oni ih ne vole” (SR18B92\_13), koji je *B92* preuzeo iz *Večernjih novosti*.

U primeru teksta „Mitrović o Šaćiriju: Ako toliko vole Kosovo, što igraju za druge zemlje? (RS18B92\_4), koji je objavljen uoči utakmice sa Švajcarskom, problematizuje se pitanje nedovoljnog patriotizma *drugog*. Politikin izveštaj „Ključ uspeha protiv Švajcarske”, o fudbalerima Srbije, govori u superlative, dok se sportske veštine *drugog* svode na konstrukt „izvikani asovi” (SR18P\_8). Navedeni primeri upućuju na ideološku komunikaciju koja se sastoji od iskazivanja i naglašavanja informacija koje su pozitivne za *nas*, kao i onih koje su negativne za *njih*.

Uzimajući u obzir prirodu ideologija, smatra Van Dijk (Van Dijk, 2006: 274), koja se zasniva na grupama, polarizacija grupa i društvena borba prototipski se izražavaju parom Mi i Oni. „Doista, postoji malo reči u jeziku koje mogu biti tako društveno i ideološki „nabijene” kao jednostavno *mi*“ (Van Dijk, 2006: 274).

Naslov: „Srpski navijači u ‘transu’; „Ko ne skače taj je...” (SR18B92\_16), dat bez ikakvog kritičkog otklona, iako je jasno šta se podrazumeva u nastavku parole, ilustruje zaključak Kokovića (2004a: 46) da mediji podgrejavaju modernu naviku identifikovanja, rast nacionalizma, masovna deblokiranja

iracionalnog i proizvodnja jakih osećanja, što odvlači sport od njegove istinske suštine. „Sve ovo utiče da u prvi plan izbiju neželjeni nanosi, drugo lice sporta i sve ono što se dešava oko sporta u režiji političara i medijskih manipulatora” (Koković, 2004a: 46).

Na sajtu *RTS*-a nije primetna verbalna diskriminacija, ali se *drugi* takođe pominju u negativnom kontekstu: „Tošić i Tadić: Nećemo nasesti na **provokacije iz Švajcarske**” (SR18RTS\_5). U datom tekstu, na samom početku je stavljeno do znanja da problem predstavljaju fudbaleri Albanci koji igraju za Švajcarsku. Tekst naslovljen „Dačić: Pobjeda nad Kostarikom je bila **mala slatka osveta**” pokazuje kako se bez ikakve distance novinara i urednika javnog servisa dominantni politički diskurs učitava u sportski izveštaj. Reč je izjavi ministra spoljnih poslova Srbije Ivica Dačića, gde on postavlja pitanje da li Srbija igra protiv švajcarskih reprezentativaca ili „fudbalera Albanije ili Prištine”, „istakavši da je pobjeda protiv Kostarike bila mala osveta za priznanje jednostrano proglašene nezavisnosti Kosova” (SR18RTS\_6).

#### 5.4. Svetska zavera protiv Srba

Ukoliko su *drugi*, istorijski neprijatelji, bolji od *nas*, uglavnom se uzrok traži u nepravdi i svetskoj zaveri, dok se pitanje grešaka i krivice sa *naše* strane ne pokreće, a upravo pokretanje tih pitanja trebalo bi da bude jedan od osnovnih zadataka novinarstva. Analiza pokazuje da su, u slučaju Svetskog prvenstva, vinovnici zavere protiv reprezentacije Srbije: fudbalske sudije, VAR kao nova mera tehničke kontrole spornih momenata tokom utakmice, svetska fudbalska organizacija FIFA, a pojavio se i Međunarodni sud pravde u Hagu, koji se, kao pravosudna institucija nepravedna prema Srbima, tradicionalno pominje u političkom diskursu.

U tekstu „Krstajić: **Nekad Hag, a sad VAR**” (SR18RTS\_8), *RTS* je preneo objavu sa Instagrama selektora reprezentacije Krstajića u kojoj on poručuje: „Izgleda da su Srbi osuđeni na selektivnu pravdu”, što predstavlja jasnu zloupotrebu sportskog događaja u političke svrhe.

Izveštaj naslovljen sa „**Sudije unakazile Srbiju – Šaćiri srušio ‘Orlove’ u 90. minutu!**” (SR18B92\_17) ukazuje na greške igrača, ali i potencira propust fudbalskih sudija. U komentaru „**Kosovo, FIFA, trice i kućine**” (SR18B92\_21), pominje se „licemerje” svetske fudbalske organizacije FIFA, kao i švajcarske fudbalske reprezentacije.

Tekst naslovljen sa „Bitka Srbije za osminu finala” (SR18P\_10) počinje rečenicom „Nebo se otvorilo! Oluja! Provala Oblaka!”, a u nastavku se navodi kako je apokalipsa dočekala „Orlove”, što sem svetske političko-sportske zavere protiv Srba koja dominira u analiziranim tekstovima („velika pljačka u Kalinjingradu”, „FIFA je otvoreno favorizovala Švajcarsku” (SR18P\_15)), uvodi i pojam *prirodne nepogode* protiv koje ni „najbolji” ne mogu ništa.

U izveštaju *Politike* „Reprezentativci Srbije **ponosni, gordi, ali pokradeni** napuštaju Svetsko prvenstvo” (SR18P\_16), čita se poruka da svetska *nepravda* ne može da utiče na nacionalni ponos i gordost, što se takođe može svrstati u deo patriotskog, junačkog diskursa.

### 5.5. Vekovna braća Rusi

U nacionalne stereotipe o Srbima, sem *drugih* koji važe za tradicionalne neprijatelje, značajno mesto zauzimaju i stereotipi koji govore o *vekovnoj braći* Rusima. U navodima „SRBIJA UDARA NA ŠVAJCARSKU ŠIPTARE U PUTINOVOJ TVRĐAVI: Kaljiningrad LEDI KRV U NATO!” (SR18I\_12), uočava se strategija konflikta, jer se „neprijateljima” (reprezentacija Švajcarske i NATO) upućuje pretnja da se čuvaju Srbije, jer ona uz sebe ima prijateljsku snagu oličenu u „Putinovoj tvrđavi”.

Na stereotip o bratskom odnosu Rusije i Srbije u medijskom diskursu, upućuju i naslovi tekstova objavljenih na portalu B92: „Rusi dočekali „Orlove” – **jedna boja, jedna vera, jedna krv**” (RS18B92\_2) i „Krstajić: Došli smo u **bratsku zemlju**, borićemo se za Srbiju” (RS18B92\_3), kao i izveštaj *Politike* „Rusi i Srbi stvorili su ambijent dostojan **bratstva dva naroda**, uspevali su čak i da nadjačaju Brazilce na tribinama, ali nisu preplašili njihove majstore u kopačkama” (SR18P\_16).

U sličnom tonu je i *Tanjugova* vest koju je prenela *Politika*: „Vučić pozvao Srbe širom sveta da navijaju za reprezentaciju” (SR18P\_9), u kojoj se navodi i da je predsednik Srbije na „pitanje novinara da li je bezbednost **naše** reprezentacije ugrožena na Svetskom prvenstvu u fudbalu u Rusiji uoči utakmice protiv Švajcarske, kazao da **naše** službe rade sve što mogu i da će se o bezbednosti postarati i naši **ruski prijatelji**.”

Stereotipi o *braći Rusima* u medijskim izveštajima sa Svetskog fudbalskog prvenstva jedino se ne pojavljuju u tekstovima na portalu javnog servisa RTS-a.

## 6. Zaključna razmatranja

Rezultati istraživanja izveštavanja medija o učešću reprezentacije Srbije na Svetskom prvenstvu u fudbalu održanom u Rusiji 2018. godine pokazuju da postoji međusobna zavisnost sporta, politike i medija u procesu oblikovanja nacionalnog identiteta, ali i širenju netrpeljivosti i mržnje prema *drugima*.

Analizom medijskog diskursa konstatovane su strategije imenovanja (izjednačavanje fudbalske reprezentacije sa nacijom), razdvajanja (*mi* i *oni*), sukoba (upotreba ratnih, borbenih metafora) i tipizacije (stereotipno prikazivanje). Dikursne strategije uočene u izveštavanju analiziranih medija podudaraju se sa pojedinim nacionalnim stereotima koje su konstruisali „srpski intelektualci nacionalističke provenijencije tokom proteklog veka” (Milosavljević, 2002: 131). Tako se mogu izdvojiti junaštvo, zajedništvo, ponos, gordost, kao i stereotipni konstrukti: svetska zavera protiv Srba, vekovna braća Rusi i *drugi* (Hrvati i Albanci) kao tradicionalni neprijatelji.

Imajući u vidu složenost društvenih struktura, okolnosti i faktora koji utiču na formiranje medijskog dikursa, neophodno je naglasiti važnost profesionalnih standarda i etičkih normi, pogotovo ukoliko je reč o dikursnoj strategiji naglašavanja/prećutkivanja, koja je u osnovi suprotstavljena osnovnom pravilu selekcije informacija, a to je javni interes (Zakon o javnom informisanju i medijima, 2014) nasuprot parcijalnim interesima *nas* ili *njih*.

U pojedinim analiziranim medijskim tekstovima, fudbalske utakmice su sagledane nekritički, bez novinarske distance, uz prenaplašavanje uspeha reprezentacije Srbije. U izveštavanju analiziranih medija uočeno je da u najvećoj meri izostaju profesionalni standardi u smislu nepristrasnosti, objektivnosti, a u tekstovima dominiraju subjektivnost i emocije.

U izveštajima se navodi i pesma „Pukni zoro”, koja je reklama za pivaru, sponzora reprezentacije, što pokazuje da u „nacionalnom naboju” prilikom izveštavanja sa Svetskog prvenstva, u potpunosti izostaje medijska distanca u odnosu na komercijalni deo sportskog događaja. Na ovom primeru se jasno vidi uticaj komercijalizacije na medijski sadržaj, te da ne postoji svest o potrebi razgraničenja inoformativnog dela programa od reklamnog. Zamerka se posebno odnosi na RTS, koji se u većinskoj meri finansira iz sredstava građana i pomenut način izveštavanja nespojiv je sa idejom i misijom medijskog javnog servisa.

Politički diskurs vladajuće strukture mediji prenose bez ikakvog kritičkog otklona i na taj način postaju produžena ruka u širenju dominantnih nacional-

nih stereotipa o *nama* i *drugima*, koji dalje mogu da doprinesu razvoju kriznih situacija i problematičnih međunacionalnih odnosa u regionu. Koristeći emocionalne naboje i politički diskurs, jezik sportskog novinarstva u navedenim primerima prelazi u funkciju podizanja konflikta i manipulacije navodnim nacionalnim interesima.

U dva medija (*Informers* i *B92*) *drugi* su predstavljeni diskriminatornim izrazima *Ustaše* i *Šiptari*, što je izrazito kršenje etičkih normi. Kodeks novinara Srbije je jasan kada je reč o verbalnoj diskriminaciji: „Novinari moraju da izbegavaju fraze koje imaju šovinističke, sektističke ili na bilo koji drugi način diskriminatorne odredbe” (Kodeks novinara Srbije, 2015: 19).

Prema Đulijanotiju (2008: 269), geopolitički posmatrano, nacija je veoma problematičan koncept. Posmoderna društva gaje dvojne i višestruke identitete, kao i izoštren smisao za međunarodnu razliku. Međutim, različiti kulturni i politički nacionalizmi, i to najuspešnije na postkomunističkom istoku, osporavaju moderne, zvanične nacionalne identitete čije su oznake više estetičke, a manje u vezi sa teritorijalnim zajednicama (Đulijanoti, 2008: 270). Ipak, sport može da ima ključnu ulogu u stvaranju postmodernih, polietničkih ili „postnacionalističkih” identiteta. Određeni nacionalni timovi mogu da budu polietnički po sastavu, zahvaljujući čemu se sportski komentatori bore da opisuju naciju na osnovu starih pretpostavki koji se odnose na nacionalni identitet (Đulijanoti, 2008: 271).

Istraživanje je pokazalo da mediji ne doprinose konstruktivnom razvoju društva u smislu stvaranja nadnacionalnih vrednosti i višestrukih identiteta, već reprodukuju retrogradne stavove učvršćivanjem stereotipne slike o *drugima*, koja je i prouzrokovala ratove devedesetih godina na teritoriji bivše Jugoslavije, sa nesagledivim i nenadoknadivim posledicama i brojnim ljudskim žrtvama.



## Literatura

- Alexa (n.d.). Top sites in Serbia. Posećeno 6. 9. 2018. URL: <https://www.alexa.com/topsites/countries/RS>.
- Bishop, H., & Jaworski, A. (2003). We Beat 'Em': Nationalism and the Hegemony of Homogeneity in the British Press Reportage of Germany versus England during Euro 2000. *Discourse & Society*, 14(3), 243–271.
- Blejn, N., & Bojl, R. (2005). Sport. In Brigs, A. & Kobli, P. (eds.) *Uvod u studije medija* (pp. 622–644). Beograd: Clio.
- Boyle, R., & Haynes, R. (2009). *Power Play Sport, the Media and Popular Culture* (Second Edition). Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Bugarski, R. (2004). *Jezik u društvu* (drugo izdanje). Beograd: Čigoja.
- Dulijanoti, R. (2008). *Sport. Kritička sociologija*. Beograd: Clio.
- Gramsci, A. (1971). *Selection from the Prison Notebooks*. London: Lawrence & Wishart.
- Hol, S. (2013). *Mediji i moć*. Loznica: Karpos.
- Hol, S. (2018). *Zapad i ostatak sveta: diskurs i moć*. Loznica: Karpos.
- Kodeks novinara Srbije. (2015) (četvrto izdanje). Beograd: Savet za štampu.
- Koković, D. (2004). *Sociologija sporta* (peto izdanje). Beograd: Sportska akademija.
- Koković, D. (2004a). *Sport i mediji*. Novi Sad: Fakultet za uslužni biznis.
- Korni, D. (1999). *Etika informisanja*. Beograd: Clio.
- Milinkov, S. (2016). *Novinarke u Vojvodini: Obrazovanje, profesionalni status i rodni identitet*. Novi Sad: Pokrajinski zavod za ravnopravnost polova.
- Milosavljević, O. (2002). *U tradiciji nacionalizma ili stereotipi srpskih intelektualaca XX veka o "nama" i "drugima"*. Beograd: Helsinški odbora za ljudska prava u Srbiji.

- Pralica, D., & Janjić, S. (2016). Evropska unija na portalima štampanih medija Srbije. *CM: Časopis za upravljanje komuniciranjem*, XI (37), 41–61.
- Ristić, D. (2018). *Granice diskursa*. Novi Sad: Mediterran Publishing.
- Savet za štampu (2018). Posećeno 24. 2. 2019. URL: [http://www.savetzastampu.rs/cirilica/uploaded/szs\\_monitoring\\_avg-dec\\_2018.pdf](http://www.savetzastampu.rs/cirilica/uploaded/szs_monitoring_avg-dec_2018.pdf).
- Silaški, N., Đurović, T., & Radić-Bojanić, B. (2009). *Javni diskurs Srbije: kognitivističko-kritička studija*. Beograd: Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta
- Aleksandar Vučić uputio čestitku fudbalerima: Momci, tako se bori za svoju zemlju (2017, 9. februar). *Srbija danas*. Posećeno 8. 9. 2018. URL: <https://www.srbijadanas.com/vesti/info/aleksandar-vucic-uputio-cestitku-fudbalerima-tako-se-bori-za-svoju-zemlju-foto-2017-10-09>.
- Subašić, B., & Opačić, B. (2013). *Vrednosti i kulturni aktivizam maturanata Srbije*. Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.
- Trebješanin, Ž. (2008). Eriksonova teorija identiteta. In Erikson, E (ed.). *Identitet i životni ciklus* (pp. 7-20). Beograd: Zavod za udžbenike.
- Čolović, I. (2000). *Politika simbola*. Beograd: Biblioteka XX vek.
- Čolović, I. (2007). *Bordel ratnika*. Beograd: Biblioteka XX vek.
- Van Dijk, T. A. (1993). Principles of Critical Discourse Analysis. *Discourse and Society*, 4(2), 249–283.
- Van Dijk, T. A. (2006). *Ideologija. Multidisciplinarni pristup*. Zagreb: Golden marketing – Tehnička knjiga.
- Van Dijk, T. A. (2015). Critical Discourse Analysis. In D. Tannen, H. E. Hamilton & D. Schiffrin (eds.), *The Handbook of Discourse Analysis* (Second Edition) (pp. 466–485). Chichester: Wiley Blackwell
- Vincent, J., Hill, J.S., Billings, A., Harris, J., & Massey, D. (2017). “We are GREAT Britain”: British Newspaper Narratives during the London 2012 Olympic Games. *International Review for the Sociology of Sport*, 53(8), 895–92
- Zakon o javnim medijskim servisima, *Službeni glasnik RS* br 83/2014, 103/2015, 108/2016.

**Smiljana Milinkov**

University of Novi Sad, Faculty of Philosophy, Serbia

**Zoran Strika**

University of Novi Sad, Faculty of Philosophy, Serbia

## **MORE THAN FOOTBALL: MEDIA COVERAGE ON SERBIAN TEAM IN WORLD CUP 2018.**

***Abstract:** In this article, we are analyzing Serbian media coverage of the Football World Cup, held in Russia in 2018, and we explore the correlation between sports, politics and media in the process of shaping ideological and national discourse, as well as in spreading intolerance and hate towards others. Since this was a huge sports spectacle with important social and political significance on global and national level, since Serbian team participated after eight years of trying, the focus of the research was not on specialised sports media, but on the analysis of general interest news portals. The research was conducted using critical discourse analysis of the texts published on news portal of the public broadcaster Radio-television of Serbia (RTS), commercial media B92 and Informer and online edition of the traditional daily newspaper Politika. The results of analysis show that reporting of these media, when it comes to the Serbian team participation, was biased and emotionally charged, deprived of the professional journalistic distance, and as such this reporting can facilitate consolidation and expansion of national stereotypes about us and the others, which are dominant in discourse of political and intellectual elite.*

***Key words:** Sports, World Cup, football, media coverage, discourse, ethnic stereotypes, politics, Serbia*



# Jezik i stil Nušićevih kolumni<sup>1</sup>

Jelena Spasić<sup>2</sup>

Univerzitet u Kragujevcu, Fakultet pedagoških nauka, Srbija

doi: 10.5937/comman13-19902

*Sažetak:* Predmet proučavanja su jezičke i stilske odlike Nušićevih tekstova objavljenih u Politikinoj rubrici *Iz beogradskog života*. Cilj istraživanja je izdvajanje odlika kolumne, kao prelaznog žanra između književnosti i publicistike, ali i izdvajanje individualnih jezičkih i stilskih odlika Nušićevog stila. Ukazaćemo na stilske efekte ostvarene upotrebom elemenata književnoumetničkog i razgovornog publicističkog stila u Nušićevim kolumnama. Lingvostilistička i funkcionalnostilistička analiza odabranih tekstova rubrike *Iz beogradskog života* pokazuje da je opravdano smatrati Branislava Nušića pretečom današnjih kolumnista i da kolumne u *Politici* dele stilske odlike Nušićevog književnog stvaralaštva. U elemente književnoumetničkog funkcionalnog stila u Nušićevim kolumnama spadaju različite vrste ponavljanja, kojima se ostvaruje komičan efekat, a najčešće sintaksički paralelizam kombinovan sa drugim stilskim figurama ponavljanja. Smenjivanje kraćih i dužih rečenica i parcelacija rečenice služe privlačenju i održavanju čitaočeve pažnje. U odlike književnoumetničkog stila spadaju i upotreba individualizacije govora lika, neprecizna prostorna lokalizacija i parodiranje administrativnog funkcionalnog stila. Elementi razgovornog funkcionalnog stila u Nušićevim kolumnama su odstupanja od ortoepske norme, česta upotreba imperativa, pokaznih reči sa ekspresivno-emocionalnom funkcijom, upotreba razgovorne frazeologije i realizacija kontaktne (fatičke) funkcije jezika. Oponašanje razgovornog stila unosi u tekst kolumne familijarni ton, ekspresivnost, emocionalnost i afektivnost izraza.

*Ključne reči:* novine, novinska stilistika, stilistika, Politika, kolumna, Branislav Nušić

<sup>1</sup> Rad je nastao u okviru projekta 178014 *Dinamika struktura savremenog srpskog jezika* koju finansira Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije.

<sup>2</sup> Kontakt sa autorom: jelenaspasic2410@gmail.com.

## 1. Uvod

Cilj istraživanja je da detaljnom analizom jezika i stila tekstova Branislava Nušića objavljenih u dnevnom listu *Politika* u okviru stalne rubrike *Iz beogradskog života* pokaže zašto se Nušić naziva pretečom žanra kolumne (Boarov & Barović, 2011: 186). Rad predstavlja doprinos razvoju novinarske stilistike srpskog jezika, odnosno proučavanju novinskih žanrova iz dijahrone perspektive.

Novinski tekstovi se ne mogu izučavati preslikavanjem gotovih modela iz teorije književnosti, neophodno je baviti se konkretnom novinskom građom, uzimajući u obzir vanjezičke faktore kao što su razdoblje, priroda medija kojim je posredovana poruka, masovni recipijent, ali i značaj ovog vida komunikacije (Jovanović, 2007: 62). Novinski tekstovi, kao i ostali nefikcionalni tekstovi srpskog jezika, nisu dovoljno proučeni sa funkcionalno-stilskog aspekta (Stojanović, 2002: 99), pa rad predstavlja doprinos stilistici nefikcionalnih tekstova, odnosno uže posmatrano novinarskoj stilistici i istorijskoj stilistici. Nušićev novinarski rad žanrovski je različito određivan. O Nušiću se govori kao o piscu feljtona (Ivanić, 2014), koserija ili kolumni (Barović, 2012).

U radu se nećemo baviti pravopisnom i gramatičkom analizom tekstova objavljenih u rubrici *Iz beogradskog života*. U primerima koje navodimo kao ilustraciju jezičkih i stilskih odlika Nušićevih kolumni zadržavamo ortografska rešenja koja nalazimo u originalnom tekstu.

Nušićev novinarski rad posmatramo u kontekstu celokupne Nušićeve poetike. U okviru proučavanja Nušićevog književnog rada ne samo da je „nebrojeno puta rečeno da je Nušićeva komika verbalna“ (Lešić, 1981: 142), već su u Lešićevoj studiji Nušićev smijeh u poglavlju *Komično u riječima* izdvojena najčešća jezička sredstva kojima se ostvaruje satiričnost (Lešić, 1981: 142–192). Analiza će pokazati koja jezička sredstva doprinose oblikovanju Nušićeve komike u novinskoj rubrici *Iz beogradskog života*. Pokazaćemo da novinski tekstovi Ben Akibe nisu samo motivski povezani s komedijama Branislava Nušića, već se i jezički repertoar za oblikovanje komičnog iz novinskih tekstova u velikoj meri podudara sa elementima verbalne komedije u Nušićevim komedijama. Dnevni list *Politika*, koncipiran prilikom osnivanja „po ugledu na moderno novinarstvo zapadne Evrope“ (Aleksić, 2018: 63), svojim jezikom i stilom u prvim godinama izlaženja stiže brojnu publiku i postaje najčitaniji list u zemlji (Aleksić, 2018: 63). Jedan od ciljeva našeg istraživanja je da temeljnom analizom jezika i stila Nušićevih tekstova u *Politici* ukažemo na stilske dominante Nušićevih

kolumni, koje su doprinele njihovoj čitanosti, a samim tim i pridobijanjem čitalačke publike novoosnovanog lista.

Termin *stilska dominantna* se tumači dvojako. U užem smislu, funkciju stilske dominante mogu imati svi elementi stila, stileme na svim nivoima jezičke analize, dok se u širem smislu stilska dominantna tumači kao najznačajniji element stila nekog autora, grupe tekstova, pravca ili žanra (Katnić-Bakaršić, 1999: 38). U radu pod terminom *stilska dominantna* podrazumevamo najznačajniji element grupe analiziranih novinskih tekstova Branislava Nušića.

## 2. Kolumna kao prelazni žanr između književnosti i publicistike

Naša analiza ima za cilj da izdvoji elemente jezika i stila karakteristične za kolumnu. Strukturne odlike žanra kolumne date su u žurnalističkoj i stilističkoj literaturi. U *Leksikonu novinarstva* izdvojene su glavne odlike kolumne:

„Kolumna je u novinarstvu stubačni tekst – često sa fotografijom autora – pisan u prvom licu s neskrivenom ironijom i čak satiričnim karakteristikama. Rezervisana je samo za najistaknutije autore, stalne ili „gostujuće“ kolumniste. Obično je na stalnom mestu u listu, stalnog formata (ponekad na dva stupca), sa stalnim nadnaslovom; fotografiju često zamenjuje karikatura autora.“ (Đurić 2003: pod *kolumna*)

Za kolumnu je karakteristično odloženo uvođenje u glavnu temu (Kato-Yoshioka, 2016). Kolumna dozvoljava i pikanteriju, jezičku bravuru (Todorović, 1998: 15), odlikuju je beletrizacija i hibridizacija, pa se svrstava u literarni žurnalizam (Todorović, 2011: 35), koji predstavlja vrstu literature u kojoj se činjenično izveštavanje kombinuje sa narativnim tehnikama karakterističnim za književnost (Potočnik Topler, 2017: 85). U okviru novinske žanrologije, kolumna se svrstava u analitičke novinske žanrove (Katnić-Bakaršić, 1999: 59), ali i u *žanrove mišljenja* (De Melo & De Assis, 2016: 49), a to su potpisani tekstovi u kojima se iskazuje novinareva tačka gledišta o nekom problemu (De Melo & De Assis, 2016: 50), u koje kolumna spada zajedno sa uvodnikom, komentarom, pismom uredniku, stripom i blogom (Gascon, 2010: 83). U kolumni se u 500 do 750 reči čitaoci pridobijaju pričom, poukom ili ubedljivim argumentom, a odlikuje je živost pripovedanja, nezaboravan kraj i stil kolumniste, prepoznat-

ljiv čak i bez potpisa (Standring, 2008). Forma bloga se posmatra kao kolumna u digitalnim medijima, koja se krije pod novim imenom (Pérez Bahón, 2019).

Slobodniji novinski žanrovi, koje odlikuje veća figurativnost i ekspresivnost izraza, među kojima je i kolumna, imaju neke jezičko-stilske odlike književnoumetničkog funkcionalnog stila (Vrsaljko, 2011: 119), a ujedno ih odlikuje javljanje nenormiranih jezičkih sredstava koja pripadaju razgovornom funkcionalnom stilu (Vrsaljko, 2011: 120). Kolumna je granični žanr i sadrži odlike književnoumetničkog, razgovornog i publicističkog funkcionalnog stila. Književnoumetnički podstil publicističkog funkcionalnog stila javlja se u kratkim formama s visokim stepenom individualizacije, koje često pišu književnici, ali svoj stil prilagođavaju masovnoj recepciji (Tošović, 2002: 315). Kolumnisti su pera zbog kojih se list ceni i kupuje (Malović, 2003: 103), a svaki kolumnista razvija svoj stil, specifične figurativnosti izraza (Udier & Banković Mandić, 2009: 114).

Za određenje karakteristika kolumne veoma je važan međuodnos kolumne sa drugim novinskim žanrovima. Nušić je svrstavan i u pisce koserija. Koserija spada u kratke novinske tekstove koji nemaju podnaslov (Korošec, 1998: 92), a odlikuje je dinamičnost pripovedanja ostvarena čestom upotrebom glagolskih oblika, direktnog govora, ritmom rečenice koji je karakterističan za razgovorni stil (Mladenov, 1980: 50). U koseriji se satirično-ironično komentariše aktuelna tema svakidašnjice, koja se može „pretočiti u priču, a može se i temom poslužiti kao povodom i polazištem za kazivanje raznih zgoda i nezgoda i za duhovito ukazivanje na simptomatične pogreške, karakteristične slabosti ili tipične devijacije ne samo javno odgovornih pojedinaca, grupa ljudi, kolektiva, organa i foruma, institucija i organizacija, nego i takozvanih običnih ljudi i njihovih sredina i okolina“ (Rajnvajn, 1988: 179). Žanr koserije od drugih humorističkih novinskih žanrova odvaja prisniji stil, jezik i rečnik, konkretnost i aktuelnost teme, elementi humora koji potiču iz svakodnevnog života date sredine i datog vremena (Rajnvajn, 1988: 180).

Kolumna je žanr na granici između književnosti i novinarstva (Penezić, 2013: 117), a mnogi književnici, među kojima su Markes i Eko, najpre su bili poznati kao kolumnisti (Todorović, 2011: 25). Novinarski žanrovi su predmet proučavanja *novinarske žanrologije* (termin je u upotrebi od osamdesetih godina XX veka), mlade discipline koja proučava žanrovske varijetete, kulturni kontekst nastanka žanrova, razgraničavanje žanrova i njihove međuodnose (Wolny-



Zmorzyński & Kozieł, 2013: 1). Analiza kolumni u ukrajinskim novinama je pokazala postojanje modifikovanih, hibridnih formi kolumne: koluma esej, kolumna komentar, kolumna prikaz, kolumna ogleđ, kolumna feljton, kolumna reportaža, kolumna portret, kolumna priča, i dr. (Burić, 2018: 184–189).

Istorija štampe i socio-politički kontekst bitni su za razumevanje strukture savremenih medija, uključujući i lingvističku strukturu novinskih tekstova, pa je prilikom proučavanja štampe neophodan dijalog istoričara štampe i lingvista (Conboy, 2010). U svetu je u okviru proučavanja istorije štampe istican uticaj društveno-istorijske perspektive na jezik novina, ali bez konkretnih lingvističkih analiza i s retkim korišćenjem konkretnih primera, uglavnom u vidu novinskih naslova (Conboy, 2010). U okviru proučavanja razvoja modernog novinarstva u Srbiji analiziran je značaj novinskog rada Pere Todorovića analizom žanrova u *Malim novinama* (Aleksić & Vidić, 2014: 83–106), kao i novinarskog rada Dimitrija Davidovića, oca srpskog novinarstva, koji je „u naše novinarstvo uneo rubriciranje i osnovne obrise žanrovske strukture“ (Barović, 2010: 230). Jezičko-stilska sredstva upotrebljena sa propagandnom svrhom analizirana su u okviru analize sadržaja novinskih tekstova objavljenih u *Politici* na početku Prvog balkanskog rata (Aleksić, 2018: 57–78).

U okviru dosadašnjeg proučavanja Nušićevog dela detaljno je pisano o biografskim detaljima i novinarskom radu (Barović, 2012: 541–544). Žanr kolumne nastaje dvadesetih godina XX veka, prvim piscem kolumni kod nas smatra se Jug Grizelj, dok se Nušić smatra pretečom kolumne u srpskom novinarstvu (Barović, 2012: 541). Matoš napominje da je Nušić stvorio u Srbiji posebnu književnu vrstu, fantazijski feljton, nešto između novinskog teksta i komične pripovetke (Lešić, 1989: 130). Kolumna je analitička forma, napisana u prvom licu, s ličnom notom i dozom humora ili satire, pa „je ono što se kod Nušića uglavnom kvalifikuje kao koserija, u suštini preteča kolumne u našoj žurnalistici“ (Boarov & Barović 2011: 186). Prilikom proučavanja Nušićevih kolumni izdvojene su neke stilske karakteristike, kao što su satiričan i familijaran ton, česta upotreba poređenja (Barović, 2012: 543), ali nije detaljnije analiziran jezik i stil kolumni, nije ispitana figurativnost izraza i stilski efekti jezičkih oneobičenja koja se javljaju u Nušićevim tekstovima objavljenim u *Politici*. Istinano je da motivi i postupci likova u Nušićevim novinskim tekstovima predstavljaju nukleuse Nušićevih komedija (Ivanić, 2014: 695). Dosadašnja analiza tekstova koje je pod pseudonimom Ben Akiba objavljivao od početka izlaženja *Politike*

u rubrici *Iz beogradskog života* bila je prevashodno tematska, istaknuto je da su u kolumnama obrađeni aktuelni događaji i fenomeni na početku vladavine Karadževića, ali nije data analiza jezika i stila kolumni (Boarov & Barović, 2011: 186–188).

### 3. Metodologija rada

U radu koristimo lingvostilističku i funkcionalnostilističku metodu. Lingvostilistička metoda obuhvata identifikaciju, klasifikaciju i deskripciju lingvističkih i stilističkih sredstava i njihovu komparativnu analizu u odnosu na celokupnu poetiku autora. Funkcionalnostilistička metoda podrazumeva izdvajanje onih lingvističkih i stilskih sredstava koja pripadaju publicističkom, razgovornom i književnoumetničkom funkcionalnom stilu. Uz korišćenje lingvostilističke i funkcionalnostilističke metode analiza je usmerena je na utvrđivanje frekvencije lingvističkih i stilističkih sredstava. Korpus čini deset izdanja lista *Politika* iz 1907. godine. Jedinica analize je novinski tekst objavljen u rubrici *Iz beogradskog života*, koji potpisuje Ben Akiba, a fokus analize je na žanrovskom određenju tekstova.

### 4. Stilistička analiza Nušićevih kolumni

Novinarski rad Nušićev često se tumači u svetlu prirode medija za koji piše, brzinom pisanja za dnevne novine, popunjavanjem praznog prostora u novinskim stupcima i egzistencijalnim razlozima nastanka novinskih tekstova, odnosno pisanjem za honorar (Ivanić, 2014). I pored kritika upućenih na račun Nušićevog novinarskog rada, opservacije objavljene u *Politici* ostale su zapamćene zbog oštine i duhovitosti (Ilić, 2008: 19). Nušić je „celoga života stremio za smehom kao jedinim lekovitim sredstvom za sopstvenu i opštu migrenu nacije, žudeo za veselom katastrofom na kraju vodviljskog zapleta“ (Suvajdžić, 2008: 25).

Analizom ćemo izdvojiti elemente jezika i stila koji predstavljaju invarijante tekstova našeg korpusa, a koji u svom sadejstvu doprinose formiranju jedinstvenog stila kolumni B. Nušića. U dosadašnjim proučavanjima Nušićevog rada, kako književnog tako i novinskog, žanrovski veoma razuđenog, već je isticana činjenica da iako žanrovi podrazumevaju prepoznatljivije indikatore, stilsko-tematske i kompozicione odlike, Nušić često prelazi granice žanrova, što izaziva

negodovanje kritike (Ivanić, 2014: 693; Lešić, 1996: 212). Nušićevi tekstovi u rubrici *Iz beogradskeg života* imaju odlike kolumne, jer je reč o stalnoj rubrici, pisanoj u prvom licu, objavljenoj na trećoj strani *Politike*, ređe, kada je reč o dužim tekstovima, na drugoj i trećoj strani, potpisanoj sa „Ben-Akiba“.

#### 4.1. Elementi književnoumetničkog funkcionalnog stila u Nušićevim kolumnama

Prilikom proučavanja Nušićevih novinskih tekstova pošli smo od pretpostavke da se oni mogu posmatrati u kontekstu celokupne Nušićeve poetike.

Različite vrste ponavljanja, kojima se ostvaruje komičan efekat, predstavljaju glavno stilsko obeležje Nušićevih kolumni. Ponavljanja postoje na fonološkom, morfološkom, leksičkom, sintaksičkom i tekstualnom nivou (Kovačević, 2000: 291). Svrha ponavljanja u govorništvu je uveravanje, jer je rekapitulacija kao metoda uveravanja podesna za sve vrste govorništa (Aristotel, 1997: 186). Figure ponavljanja formiraju lančane veze rečenica u književnoumetničkom tekstu, u kom se različite figure ponavljanja istovremeno javljaju u uzastopnim rečenicama (Kovačević, 2000: 302), a mogu voditi i ostvarivanju komičnog efekta. U tehnici komičnog ponavljanja je jedan od najčešćih i najraznovrsnijih postupaka, pa se tako u dijalogu mogu ponavljati pojedine reči, delovi rečenice ili čitave fraze (Lešić, 1981: 158).

U našem korpusu najzastupljenije su sintaksičke figure ponavljanja i to najpre sintaksički paralelizam, koji je veoma čest u Nušićevim kolumnama, a javlja se uz druge vrste ponavljanja. Sintaksički paralelizam „otvara mogućnost oslozňavanja anaforam, epiforam, simplokom ili kojom drugom figurom ponavljanja, što će taj tip veze učiniti ne samo očiglednijim nego će tekstu „zadati“ i veću ekspresivnu vrijednost“ (Kovačević, 2000: 297). Analiza je pokazala da se našem korpusu sintaksički paralelizam javlja udružen s još jednom ili sa više figura ponavljanja, a to su polisindet, amplifikacija, paragmenon, anafora, epi-zeuksa, epanalepsa, poliptoton i kumulacija.

Sintaksički paralelizam je u analiziranim tekstovima često praćen polisindetom, kojim se posebno ističe svaki član niza. Polisindet kao figura konstrukcije u kojoj ponavljanje veznika ima za cilj da zadrži čitaocu pažnju na svakom pojmu ponaosob (Popović, 2007: pod *polisindetom*) dodatno uslozňava strukturu rečenice i sa sintaksičkim paralelizmom pojačava ekspresivnu vrednost novinskog teksta.

Ajd što nismo svi ljudi jednaki, što nismo *ni* jednake boje *ni* jednaka lika, *ni* jednakih običaja *ni* jednoga jezika ali nemamo zajedničko *ni* ono što bi odista moglo biti zajedničko za ceo svet (*Satovi u raznim Evropama*, 16. 1. 1907).

To nam je jedan jedini put u godini kad se nećemo *ni* zlim pogledom pogledati, *ni* zlu reč reći, *ni* ogovarati se, već raširiti ruke pa gde god se sretnemo grlićemo se i ljubićemo se (*Srećna vam Nova godina*, 1. 1. 1907).

Vi bar, koji me redovno čitate, znate da ja ne mislim tako rđavo *ni* o ženama, *ni* o taštama, *ni* o kućnim prijateljima. Može *i* gospodin Pera *i* gospodin Arsa *i* gospodin Paja čak i misliti da su oni bračne lisice, ali ja ne mislim tako (*Bračne lisice*, 20. 1. 1907).

Emfatički polisindet nastaje ponavljanjem veznika ispred svake od koordiniranih jedinica, čime „se ističe značaj svakog od članova koordiniranog niza“ (Kovačević, 2000: 327). Distribucija je stilska figura u kojoj se „semantički apstraktan pojam razlaže na svoje sastavne elemente, tek čijim navođenjem se i razotkriva njegov sadržaj“ (Kovačević, 2000: 149). Oneobičenje je u Nušićevim kolumnama višestruko postignuto upotrebom sintaksičkog paralelizma, emfatičkog polisindeta i distribucije, odnosno tekstualne kataforski uslovljene kumulacije.

A sve, *sve vi i vi* o kojima se govori po nešto *i vi* o kojima se još ništa ne govori, *i vi* što imate matore muževe, *i vi* što imate mlade muževe, *i vi* koje za sobom imate kakvu malu prošlost *i vi* kojima pristoji kakva mala budućnost *i vi* koje sam prošle godine ogovario *i vi* koje ću iduće godine ogovarati (*Srećna vam Nova godina*, 1. 1. 1907).

Pa onda odite *i vi*, *vi gospođice beogradske*, *vi* sa Kalemegdana *i vi* sa zabava, *vi* sa korza u Knez-Mihajlovoj ulici *i vi* iz raznih odbora; odite na moje grudi da na njima održimo jednu sednicu (*Srećna vam Nova godina*, 1. 1. 1907).

Poziciono uslovljene figure ponavljanja formiraju ritamsku strukturu govora (Simić, 2000: 208). Anaforsko oblikovanje teksta praćeno sintaksičkim paralelizmom nalazimo na početku kolumne *Bračne lisice*, kao potencijalne odgovore na pitanje šta su to bračne lisice, kojima se formira ritamska struktura govora.

– Bračne lisice to su žene – odgovorio bi gospodin Pera inspektor, koji se u poslednje vreme nešto mnogo druži s popovima i džedži pred konzistorijskim vratima.

– Bračne lisice, to su tašte! – odgovorio bi gospodin Arsa, koji se isušio kao pastrma od kako se oženio.

– Bračne lisice, to su kućni prijatelji! – odgovorio bi gospodin Paja, koji u poslednje vreme prekida sve prijateljske veze pa čak i sa onima sa kojima je od detinjstva živeo (*Bračne lisice*, 20. 1. 1907).

Ponavljanje reči je tipično za Nušićevo građenje dijaloga, a njime se ostvaruju „raznovrsna komična značenja, asocijacije, tonski i emotivni akcenti, stilske figure“ (Lešić, 1981: 160). Sintaksički paralelizam se javlja udružen s leksičkim ponavljanjima, ostvarenim postupkom paliloškog intenziviranja, a to su epinalepsa, stilska figura ponavljanja u kojoj se javlja „ponavljanje strukturno nepodudarnih sintaksičkih jedinica“ (Kovačević, 2000: 326), i epizeuksa, stilska figura ponavljanja u kojoj se uzastopno ponavlja homoforna sintaksička jedinica (Kovačević, 2000: 325), (označene italikom), koje se smenjuju u kolumni *Srećna vam Nova godina*.

Ali prvo se moram *izmiriti, izmiriti sa svima onima koje sam cele godine pakosno zadirkivao, sa svima onima koje sam stalno upotrebljavao u mojim feljtonima, ili prostije rečeno o koje sam se stalno česao. Sa njima se moram na današnji dan namiriti, sa njima se moram najpre izljubiti*. Pre nego sa vama čitaocima. E, pa *odite, odite u moj zagrljaj najpre vi sve beogradske tašte (Srećna vam Nova godina, 1. 1. 1907)*.

Ben-Akiba raširio ruke a *tašte, sve beogradske tašte*, popadale mu na grudi a naišle im suze na oči. I to *slane, slane suze koje taštama svega jednom u godini kanu iz očiju (Srećna vam Nova godina, 1. 1. 1907)*.

*Odite, odite svi da se na današnji dan izmirimo, da poželimo jedno drugom lepe želje, da se izgrlimo i izljubimo (Srećna vam Nova godina, 1. 1. 1907)*.

Poliptoton je sintaksičko-semantička figura „koja nastaje reduplikacijom aoleksi (tj. različitih gramatičkih oblika iste lekseme)“ (Kovačević, 1998: 37).

U kolumni *Srećna vam Nova godina* poliptoton je ostvaren ponavljanjem leksema *tašte* i *suze*. U kolumni *Srećna vam Nova godina* nalazimo semantičko ponavljanje ostvareno upotrebom bliskoznačnica u primeru *grličemo se i ljubićemo se* i primeru *izgrlimo i izljubimo*.

Kumulacija, odnosno reduplikacija homofunkcionalnih sintaksičkih jedinica (Kovačević, 1998: 36), javlja se udružena s nizanjem bliskoznačnica, čime se naglašava arhisema.

Poispadali iz džepova *notesi, cvikeri, g. Lazina priznanica za akonto, muštikle, tabakere, dugmad sa menžetni* i već ko zna gde bi mu bio kraj da ja i g. sekretar ne povikasmu: – Dosta je, dodirnuo je zemlju plećima (*Hrvanje*, 12. 4. 1907).

Pa onda, odite i vi, vi bezimena gomilo *popova, oficira, poreznika, ministara, novinara, đumrugđija, trgovaca, konduktera, državnih savetnika* i svih ostalih tipova koji ste se stalno provlačili kroz moje feljtone (*Srećna vam Nova godina*, 1. 1. 1907).

Posebnu vrstu ponavljanja predstavlja paragmenon, upotreba dve ili više reči istog korena u istoj rečenici ili odeljku teksta, kojom se oblikuje značenjsko uporište fragmenta teksta (Bagić, 2012: pod paragmenon). Paragmenon nalazimo u primerima *pogledom pogledati, reč reći, dan današnji* u tekstu *Srećna vam Nova godina*, uz ponavljanje zajedničkog korena u rečima *zagrljaj, grljenje* i *izgrliti*:

To može biti zaseban *zagrljaj* recimo sa svim opštinskim komisijama i toga se ne bih mogao da primim danas nego bi recimo počeo sutra pa terao jedno šest meseca svakodnevnog ljubljenja i *grljenja* dok ne bi tako *izgrlio* i izljubio sve opštinske komisije. Pa onda odite u *zagrljaj* vi moje drage gospođe (*Srećna vam Nova godina*, 1. 1. 1907).

Ponavljanje čitave fraze nalazimo u kolumni *Otvorilo se nebo*, jer se prva rečenica teksta ponavlja tri puta: „Sinoć su gospodin Sima i gospođa Zorka vrlo rano legli“ (*Otvorilo se nebo*, 6. 1. 1907). Pri svakom ponavljanju mi saznajemo nešto više o bračnom životu gospodina Sime i gospođe Zorke i ovu činjenicu sagledavamo iz novog ugla. Mehaničko ponavljanje fraze predstavlja element verbalne komike i u *Narodnom poslaniku* (Lešić, 1981: 159).

Smenjivanje kraćih i dužih rečenica je često u našem korpusu, naročito na početku i na kraju teksta. Autor na taj način čitaocima drži pažnju, koristeći istovremeno sintaksostileme ostvarene različitim stilističkim postupcima. Sintaksostilema oformljena postupkom osamostaljivanja, koja je česta u našem korpusu je parcelacija rečenice, pod kojom se podrazumeva „intonaciono i poziciono osamostaljenje nekog rečeničnog konstituenta: sintakseme, sintagme ili klauze.“ (Kovačević, 2000: 348). Poslednja rečenica teksta *Srećna vam Nova godina*, u kojem je imperativ *odite* višestruko ponovljen, glasi: „Oдите.“ Osamostaljivanjem se mnogobrojnim ponavljanjima naglašena leksema dodatno emocionalno ističe i postaje stilema izrazite stilogenosti. U kolumni *Pozorišno pitanje* prvi pasus odlikuje segmentacija rečenice i smenjivanje kraćih i dužih rečenica, a u kolumni *Godišnji zborovi* pred kraj teksta nalazimo upotrebu parcelacije.

Ovo kod nas, sve neka pitanja. *Sama pitanja*. Te svešteničko pitanje, te činovničko pitanje, te učiteljsko pitanje, te pozorišno pitanje. *Sama pitanja a nikako odgovori* (*Pozorišno pitanje*, 11. 1. 1907).

E sad, svaki je Srbin prosečno u pet udruženja. *Bilo to banka, esnaf ili pevačko društvo*. I tu glasa jedan put za izbor uprave. U toku godine u svakom se udruženju izjavi upravi nepoverenje, i tu glasa jedan put a za tim glasa za izbor nove uprave. Dakle, jedno na drugo, svaki Srbin glasa šest puta godišnje. Nosim se nešto mišlju, ako mi da Bog te jednog dana budem Ministar Finansija, da udarim porez na glasanje. *Po marijaš od jednog glasanja* (*Godišnji zborovi*, 18. 1. 1907).

I to je sad već postala moda, izjave kipte, puni stupci sviju partijskih listova. *Izjave o jeseni, izjave o proleću, izjave za zimsku sezonu. A sasvim je i prirodno*. Kao god što se ne može u svako doba nositi isto odelo, tako se ne može u svako doba verovati u isto načelo (*Političke izjave*, 7. 4. 1907).

Individualne govorne karakteristike Nušićevih likova u komedijama imaju dramsku funkciju i doprinose uverljivosti, živopisnosti i komičnosti (Lešić, 1981: 150). Govorna individualizacija je češća kod epizodnih nego kod glavnih Nušićevih likova i najčešće je koristi za oblikovanje negativnih likova (Lešić, 1981: 150). Ovaj komediografski postupak Nušić koristi i kada u kolumni stvara lik age, koji personifikuje državu, koristeći veliki broj turcizama kako bi

dočarao lenjost, bahatost i samovolju negativnog lika. Turcizmi *aga*, *kafa*, *dašto*, *javaš*, *minderluk*, *čibuk*, *fildžan*, *rahat* i *džezva* imaju izrazitu stilsku funkciju u segmentu teksta *Pozorišno pitanje* koji podseća na jednu dramsku sliku, uvedenu u novinski tekst poređenjem *naša država kao kakav aga sedi na minderluku, puši na čibuk i srče kafu iz fildžana*. Personifikovana *država* odgovara na pitanja građana u dramskom dijalogu, punom turcizama.

A mi građani došli pa tom *agi* postavljamo pitanja: – *Dašto* mi ti *dašto*, činovničko pitanje? A *aga* pije *kafu* i gleda nas glupo. – *Dašto* mi ti *dašto*, svešteničko pitanje? A *aga* puši, diže obrve na čelo i maše rukom te rasteruje dim. – *Dašto* mi ti *dašto*, pozorišno pitanje? – *Javaš*, *javaš* – veli država i gladi brkove – pa ne mogu ja to tako najedanput da odgovorim. Da se promislim, da ispijem najpre *rahat džezvu* dve *kafe*. Ne može zagonetke tako brzo da se reše (*Pozorišno pitanje*, 11. 1. 1907).

Dok je u informativnim žanrovima moguća upotreba manjeg broja stilskih figura, *slobodniji* novinski žanrovi dozvoljavaju i upotrebu troja koji su ređi u opštoj upotrebi. Tako se u novinskom izveštaju češće javljaju jedino metafora, perifraza i korekcija, uglavnom u okviru tuđeg govora (Spasić, 2017: 621), dok je u žanru kolumne moguća i upotreba kalambura, kao figure koja je u opštoj upotrebi retka, a češće se javlja u književnosti, na primer u književnim delima za decu (Spasić, 2010).

Kalambur je igra rečima (Živković, 2001: pod *igra rečima*), koja se temelji na sličnosti zvuka i različitosti značenja (Simeon, 1969: pod *kalambur*). Kalambur nastao asocijacijom sličnih zvukova, a različitog smisla izdvojen je kao element verbalne komike Nušićevih komedija (Lešić, 1981: 148), a javlja se i u Nušićevim kolumnama.

„Dragi Ben-Akiba! (*dragili* te đavoli, da Bogda!) A zar se ovakva pitanja postavljaju jednom čestitom mužu i ocu koji ima dvoje dece“ (*Bračne lisice*, 20. 1. 1907).

Izvor humora u Nušićevim kolumnama je i igra rečima koja počiva na višeznačnosti romanizma *partija*. Imenica *partija* je francuskog porekla i ima više mogućih značenja, a u tekstu je upotrebljena u osnovnom značenju „organizacija sa određenim idejnim programom, stranka“, a potom u značenju „osoba dobrog imovnog stanja i s osobinama poželjnim za bračnu zajednicu“ (Klajn & Šipka, 2008: pod *partija*), pa je polisemičnost izvor humora.



I tu u privatnom životu ima *partija* kao god i u političkom. Eto na primer, zar se za devojkicu koja nosi 20.000 dinara ne kaže: „A, to je dobra *partija*“. Pa onda, kad se već uđe u brak, to valjda tek nećete sporiti da i tu ima *partija* (*Partijske izjave*, 7. 4. 1907).

Figura konstrukcije koja predstavlja često stilsko sredstvo Nušićevih kolumni je i antipofora. Retoričko pitanje je često u govorništvu, ali je ujedno čest element dramskog izraza (Popović, 2007: pod *retoričko pitanje*). Antička retorika razlikovala je nekoliko vrsta retoričkog pitanja (erotezu, eperotezu, antipoforu, erotemu, puzmu, anacenozu, simbuleuzu), a sva retorička pitanja svode se na dva osnovna tipa: „na retorička pitanja koja zahtevaju odričan odgovor i na ona kojima se izaziva afekt“ (Popović, 2007: pod *retoričko pitanje*). U našem korpusu često stilsko sredstvo predstavlja antipofora, pitanje za kojim odmah sledi odgovor (Popović, 2007: pod *retoričko pitanje*), i to pitanje u kome se navodi pitanje ili mišljenje kao tuđe, a onda se svojim odgovorom to pitanje ili mišljenje pobija (Zima, 1988: 148).

Antipoforom, koja je figura konstrukcije, oblikovan je početak kolumne *Bračne lisice*. Kolumna počinje pitanjem o naslovnoj sintagmi, potom se navode mogući tuđi odgovori, još jednom postavlja pitanje šta su *lisice* uopšte, daje se odgovor i na to pitanje, a onda se svi ti odgovori pobijaju, što je temeljna odlika antipofore.

Kad bih vam ja nešto postavio ovakvu zagonetku: Dašto mi ti dašto de ko pogodi šta su to bračne lisice? – vi bi svi digli ruku, i odgovorili bi mi kao deca na ispitu: [...] Vi znate valjda šta su to lisice u opšte? To je ona sprava što se krivcu natakne na ruke te se tako okovan vodi u policiju i na sud. E, sad zamislite tu spravu u minijaturi, toliko veliku da se samo na jedan prst može nataći a napravljenu od plemenitijeg metala. Eto to je bračna lisica, koja se krivcu natakne na prst, pa se tako okovan vodi na strašni sud. Ta se sprava inače zove i burma (*Bračne lisice*, 20. 1. 1907).

Antipoforu nalazimo i na početku kolumne *Svinjska njuška*, upotrebljenu sa svrhom privlačenja pažnje čitaoca. Kao i na početku kolumne *Bračne lisice*, i početak kolumne *Svinjska njuška* predstavlja figuru konstrukcije kojom se naslovna sintagma, odnosno glavna tema kolumne, javlja kao tema retoričkog pitanja na koje se potom daje negativan odgovor.

Ajd nek digne ruku i neka kaže ko je taj koji je sad o Božiću ili o Novoj Godini pojeo praseću glavu ali ne okrnjenu? Ovo naročito pitam one koji imaju u kući devojaka ili udovica. U takvoj se kući ne može pojesti glava s njuškom, njuške prosto nestane pre no što glava dođe na astal (*Svinjska njuška*, 13. 1. 1907).

Element verbalne komike koji je zajednički za Nušićev komediografski i novinarski rad je i parodiranje različitih funkcionalnih stilova i žanrova (politički govor, novinski tekstovi, filozofski tekstovi), kakvo postoji u komedijama *Narodni poslanik*, *Put oko sveta*, *Dr* (Lešić, 1981: 154–155). Od deset tekstova našeg korpusa, tri su gotovo u celosti parodije administrativnog funkcionalnog stila. U kolumnama *Političke izjave*, *Pozorišno pitanje* i *Godišnji zborovi* parodirani su lični oglasi, političke izjave, ukazi, depeša Ministarstvu i bilans dvojnog knjigovodstva. Ismevajući govor političara, Nušić najpre oblikuje političku izjavu kao lični oglas, koji očekuje da jednog dana pročita.

Moj privrženik Petar Mikić, bez ikakvog naročitog razloga napustio me je i otumarao u drugu partiju. Opominjem sve prijatelje i poznanike da Petru ništa na moje ime ne veruju a njega pozivam da se u roku od 15. dana vrati u svoju partiju inače ću smatrati da je između nas svaka veza prekinuta (*Političke izjave*, 7. 4. 1907).

Na početku kolumne *Političke izjave* Nušić ilustruje glavnu temu kolumne primerima.

Čitate li vi koj put te izjave kojima se prelazi iz partije u partiju. Mislim na one izjave koje počinju s „Pošto sam se uverio...” a svršavaju sa „i od sada ću pa do groba potpomagati je, i samo za nju raditi (*Političke izjave*, 7. 4. 1907).

Nušić potom objašnjava da i u privatnom životu ima partija i koristi obrnut postupak parodiranja, plan ličnog jezički oblikuje kao političke izjave s početka teksta, navodeći tri potencijalne izjave žena koje menjaju muževe kao što se menjaju partije. Navodimo jednu od izjava zarad ilustracije postupka parodiranja jezika političkih izjava.

U mladosti mojoj, dok još nisam bila dovoljno obaveštena o svetu i odnosima u njemu, pripala sam mome današnjem mužu Jovi Petroviću. Docnije, kad sam zašla u zrelije godine, uvidela sam da on ništa nije uradio na dobru

svoje Otadžbine, umesno na meni, s toga od danas prestajem biti njegova žena. Uverena međutim, da g. Sima Janković kao mlad čovek, želi svako dobro meni i da će na tome dobru iskreno i snažno poraditi, ja mu od danas prilazim i od sada pa do smrti svoje pripadaću samo njemu. Olga, bivša žena Jovina“ (*Političke izjave*, 7. 4. 1907).

Kolumna *Pozorišno pitanje* gotovo u celosti predstavlja parodiju pravno-administrativnog podstila u kojoj se ismeva jezik birokratije, jer se Ben Akiba ruga odnosu države prema pozorištu.

Zamislite kako bi to izgledalo kad bi se glumci postavljali ukazom: „Za dramskog junaka I. klase g. Milorada Gavrilovića, dosadašnjeg...“ ili „Za dramatkinju I. klase g-đicu Velu Nigrinovu dosadašnju ljubavnicu I. klase“ (*Pozorišno pitanje*, 11. 1. 1907).

Stilski jaka mesta Nušićevog književnog dela predstavljaju komični nesporezumi, humorističke katastrofe, kao i motiv intrige, momenat koji preokreće tok radnju (Ivanić, 2014: 694). Na kraju kolumne *Pozorišno pitanje* parodirana je depeša Ministarstvu u kojoj partijski čovek kome se po svaku cenu moralo naći mesto za premeštaj u Beograd daje ostavku na novu funkciju zato što njegova supruga nije zadovoljna premeštajem, jer je došlo do komičnog nesporazuma.

Neosećajući se sposoban za vršenje dužnosti prvoga ljubavnika u Beogradu, čast mi je ovim podneti vam ostavku na svoj novi položaj (*Pozorišno pitanje*, 11. 1. 1907).

U novijim radovima o literarnom žurnalizmu temporalnost predstavlja relevantnu temu izučavanja (Morton, 2018), a stilistička dimenzija iskazivanja vremena i odnos između učestvovanja u događajima i retrospektive predstavljaju neke od centralnih problema (Wilson, 2018).

Za razliku od informativnih žanrova, koje odlikuje precizna vremensko-prostorna lokalizacija data na početku teksta (Čutura & Spasić, 2016: 3–22), Nušićeve tekstove odlikuje iskazivanje temporalnosti kakvo srećemo u književnim delima, uz čestu upotrebu egzoforičke deikse u prvoj rečenici. Prostorna lokalizacija je data u nazivu rubrike *Iz beogradskog sveta*, akteri mogu biti *gospodin Sima i gospođa Zorka* ili *ceo svet beogradski*, a odredbe vremena variraju od priloga koji ukazuju na aktuelnost teme (*danas, sutra, sinoć*), priloških izraza

(*vrlo često*) i predložko-padežnih konstrukcija (*za vreme toplih dana*), pa do temporalnih klauza:

To je bilo još *za vreme toplih dana*, zaboravio sam samo da vam pričam *tada* o tome. (*Dve buve*, 9. 1. 1907); *Vrlo* sam *često* sedeo tako pa razmišljao kako li je to Bože čudno udešeno na ovoj zemaljskoj kugli (*Satovi u raznim Evropama*, 16. 1. 1907).

*Od kako je počelo ovo hrvanje u cirkusu*, ceo svet beogradski je kao u nekoj groznici. (*Hrvanje*, 7. 4. 1907); *Sinoć* su gospodin Sima i gospođa Zorka vrlo rano legli (*Otvorilo se nebo*, 6. 1. 1907).

Pa *danas* ćemo da se svi izgrlimo i izljubimo, dragi moji čitaoci i čitateljke (*Srećna vam Nova godina*, 1. 1. 1907).

Ajd nek digne ruku i neka kaže koji je *sad o Božiću ili o Novoj godini* pojeo praseću glavu ali ne okrnjenu (*Svinjska njuška*, 13. 1. 1907).

Bez detaljnije analize jezika, u okviru studije o Nušićevom životu i delu istaknuta je i činjenica da je tokom pet godina (1905–1910) pod pseudonimom Ben Akiba objavio stotine tekstova, pisanih dijaloški ili ispovedno, u kojima je specifičan *nušićevski smeh* ostvaren različitim ponavljanjima, dok su likovi ostvareni najčešće skiciranjem, isticanjem karakterističnog detalja i živopisnim govorom (Lešić, 1989: 128–129). Analiza je pokazala da elementi književnoumetničkog stila koji su invarijante proučavanog korpusa novinskih tekstova B. Nušića predstavljaju elemente Nušićeve poetike komičnog, otvorene komediografske forme, u kojoj je komika prvenstveno verbalna i predstavlja suočavanje oči u oči s manama društva i pojedinca (Lešić, 1981: 192). Važno je napomenuti da pri poređenju jezika i stila Nušićevih komedija i Nušićevih kolumni ne poredimo tekstove koji pripadaju različitim funkcionalnim stilovima po uspešnosti, jer se jezik novinskih tekstova ne može porediti po uspešnosti s drugim jezičkim varijetetima, već se može porediti samo s drugim, manje ili više uspešnim, novinskim tekstovima (Jonke, 1952: 102), iako je nesumnjivo da jezik novinskih tekstova zbog prirode nastajanja i učestalosti izlaženja u dnevnom listu nije tako stilski doteran kao jezik komedija. Najzastupljeniji jezički postupak u ostvarivanju komičnog efekta je ponavljanje, ostvareno na različitim jezičkim nivoima, od leksičkog i sintaksičkog, do ponavljanja celih fraza i stilskih

figura ostvarenih postupkom ponavljanja (sintaksički paralelizam, polisindet, amplifikacija, paragmenon, anafora, epizeuksa, epanalepsa, poliptoton i kumulacija). Ponavljanje je ostvareno i paragmenonom, a komični efekat se izaziva i ponavljanjem čitavih fraza. Smenjivanjem kraćih i dužih rečenica i parcelacijom rečenice Nušić privlači i održava čitaočevu pažnju. Figura konstrukcije karakteristična za početak Nušićevih kolumni je antipofora, retorsko pitanje o naslovnoj sintagmi za kojim sledi duhovit odričan odgovor. U odlike književnoumetničkog stila spadaju i upotreba individualizacije govora lika, neprecizna prostorna lokalizacija i parodiranje administrativnog funkcionalnog stila.

#### 4.2. Elementi razgovornog funkcionalnog stila u Nušićevim kolumnama

Razgovorni funkcionalni stil odlikuje neposrednost, emocionalnost, familijarnost, eliptičnost, afektivnost, idiomatičnost i pretežno dijaloška forma (Kožina et al., 2011: 433). U razgovornom stilu na svim nivoima jezičke strukture, od fonetskog do sintaksičkog, ima mnogo više nestandardnih jezičkih sredstava nego u drugim stilovima, kao i jezičkih sredstava subjektivne ocene i emocionalno-ekspresivnih jedinica (Kožina et al., 2011: 434). Navedene odlike razgovornog stila postoje u novinarstvu, kao i u dijaloškom govoru u prozi i drami u kojima postoji izvesna stilizaciju i promenjena funkciju (Kožina et al., 2011: 434). Stilizacija kao metakreativni žanr podrazumeva oponašanje jezičkih sredstava karakterističnih za određenu realizaciju jezika, sa svrhom ostvarivanja neke umetničke funkcije (Katnić-Bakaršić, 1999: 37).

Neka odstupanja od ortoepske norme koja su uočena u Nušićevim komedijama česta su i u jeziku Ben Akibinih kolumni, na primer gubljenje suglasnika *h* (Đorđević, 1965: 97), i to bez upotrebe apostrofa za izostavljeni glas, uz druge nestandardne crte, kao što je spojeno pisanje negacije i enklitičkog oblika glagola *biti*.

Pa dobro, *ajd* da se sastanemo na njegovom trbuhu (*Dve buve*, 9. 1. 1907);  
Ili, *ajd* da se baš ne držimo samo menica (*Satovi u raznim Evropama*, 16. 1. 1907).

Kako su kod nas partije i partijski interesi zavukli svud svoje prljave prste, *nebi* li to moglo i ovde nastati (*Pozorišno pitanje*, 11. 1. 1907).

*Odi* i ti opštinski odbore sa kmetovima i predsednikom, *odite* u moj topli zagrljaj (*Srećna vam Nova godina*, 1. 1. 1907).

Jer vi kakvi ste, tražićete još da vam kažem i kakvog je ukusa, je li vruće ili *ladno* jelo, kolika joj je cena (*Otvorilo se nebo*, 6. 1. 1907).

Obraćanje čitaocima uz upotrebu imperativa stvara utisak neposrednosti i neformalnosti koja odlikuje razgovorni funkcionalni stil. Tri puta je ponovljen imperativ *zamislite* u kolumni *Satovi u raznim Evropama*, imperativ *otidite* u *Hrvanju*. U kolumni *Srećna vam Nova godina* pluralna forma imperativa *odite* javlja se četrnaest puta, dok se po jednom javlja singularna forma *odi*, imperativi *dođite* i *verujte*. Poslednja rečenica kolumne *Otvorilo se nebo* s imperativom koji daje ekspresivno-emocionalni karakter karakterističan za svakodnevnu komunikaciju.

I *zamislite*, od jutros rano ja sam sve to već čuo (*Otvorilo se nebo*, 6. 1. 1907).

Pokazne rečce su veoma česte u našem korpusu. Česta upotreba reči odlika je razgovornog funkcionalnog stila (Kožina et al., 2011: 436), a deiktička referencija predstavlja sredstvo subjektivizacije iskaza u novinarskim žanrovima (Šimunić, 2008: 388). Upotreba emocionalno-ekspresivnih reči *eto* i *evo*, koje pojačavaju sadržaj predikatskog dela rečenice (Silić, 2006: 114) i daju rečenici novinskog teksta karakter razgovornog stila, često nalazimo na početku rečenice u Nušićevim kolumnama.

*Evo*, ja sam već raširio ruke i danas ćete me svi sresti po beogradskim ulicama kako idem raširenih ruku, spreman da vas dočekam u zagrljaj (*Srećna vam Nova godina*, 1. 1. 1907).

*Eto* to je najglavnija stvar za vas čitaoce ili bolje reći to je najglavnija stvar za gospođu Zorku (*Otvorilo se nebo*, 6. 1. 1907).

*Eto* tako se otvorilo noćas nebo gospođi Zorki (*Otvorilo se nebo*, 6. 1. 1907).

*Eto* to je bračna lisica, koja se krivcu natakne na prst, pa se tako okovan vodi na strašni sud (*Bračne lisice*, 20. 1. 1907).

Novinska frazeologija može da posluži kao ocenjivačko, ekspresivno sredstvo, ali i kao poetsko sredstvo (Petrović, 1989: 41). Upotrebom frazeologizama

u kolumni privlači se pažnja čitalaca unošenjem ekspresivnosti u jezički izraz, naročito kada je reč o modifikovanim frazeologizmima. Frazeologizmi su vrlo česti u kolumni (Mihaljević & Kovačević, 2006: 6), češći nego u vesti, a veći stepen novinareve slobode u izražavanju uzrokuje i češću pojavu frazeoloških igara (Mihaljević & Kovačević, 2006: 10).

Razgovorna frazeologija nije česta u novinskoj vesti i novinskom izveštaju, a javlja se najčešće u *žutoj štampi* (Maksimović, 2016: 290), jer „ekspresivniji razgovorni frazeologizmi nisu uvek adekvatno sredstvo u novinskim izveštajima, naročito kada je reč o ozbiljnim, političkim temama“ (Maksimović, 2016: 292), dok u našem korpusu kolumni frazeologija uglavnom potiče iz razgovornog jezika. Ovakva distribucija frazeologizama uslovljena je prirodom kolumne kao graničnog novinskog žanra, ali i izborom tema. Tako su u Nušićevim kolumnama koje se bave privatnim životom Beograđana razgovorni frazeologizmi u direktnom govoru često praćeni uzvičnom intonacijom.

Ta *idi do đavola!* – više mu gospa Ruža, ali to ništa ne pomaže (*Hrvanje*, 7. 4. 1907).

– Ta *ubio te Bog da te ubije*, što me prebacuješ preko glave – vrišti gospa Ruža – što me odmah ne položiš na pleća! (*Hrvanje*, 7. 4. 1907).

– Upamti da će ti ona njuška *izaći na nos* (*Svinjska njuška*, 13. 1. 1907).

– Ostao je kod kuće, *ubio ga Bog!* – odgovorila je slatko šapućući gospođa Zorka (*Otvorilo se nebo*, 6. 1. 1907).

Razgovorni frazeologizmi se u Nušićevim kolumnama javljaju i u autorском govoru

*Da Bog sačuva* i sa takvom zarazom (*Hrvanje*, 7. 4. 1907).

To bi bila lepa dobit za godinu dana rada, naročito ako članicama upravnog odbora *Bog nije dao od srca poroda* (*Godišnji zborovi*, 18. 1. 1907).

I od toga doba grešnome gospodinu Stevi ta je njuška prosto *izašla na nos* (*Svinjska njuška*, 13. 1. 1907).

Poigravanje značenjem frazeologizma *od danas do sutra* predstavlja izvor humora u okviru Ben Akibine refleksije o trajanju dana (obdanice) na Severnom polu:

Ja mislim da tamo menice glase: „*Od danas do sutra...*“ Pa bi za nas Srbe kako smo mi tačni u plaćanju menica. Jer, zamislite, eskontujete menicu „*Od danas do sutra...*“ a to je kroz šest meseca, ali posle imate još jedan, onaj poslednji dan do roka, a to je još šest meseca“ (*Satovi u raznim Evropama*, 16. 1. 1907).

Element razgovornog stila je i kontaktna funkcija jezika, koja je najzastupljenija u stvarnoj komunikaciji, gde služi za uspostavljanje komunikacije i za održavanje kontakta (Bugarski 1996: 40). Fatičku funkciju vrše delovi kolumni usmereni na kontakt, „koji su usmereni na psihofiziološke veze između pripovedača i naratora“ (Prins, 2011: pod *fatička funkcija*). Familijarni ton i obraćanje čitaocima (upotreba lične zamenice 2. lica množine) nalazimo u vidu digresije koja usporava razvoj radnje ili kojom se završava tekst.

Ali da se ja brže bolje okanem takvoga upoređenja jedne dame sa jelom iz jelovnika. Jer *vi* kakvi ste, tražićete još da vam kažem i kakvog je ukusa, je li vruće ili ladno jelo, kolika joj je cena? Znam ja *vas*, moje čitaoce, vrlo dobro. *Vi* vrlo često izvučete mene za jezik pa vam kažem i ono što inače možda nebi kazao. Da se vratim dakle na ono što je glavno a to je da su gospodin Sima i gospođa Zorka sinoć rano legli (*Otvorilo se nebo*, 6. 1. 1907).

Eto kako bi glasila izjava jedne razočarane žene. U kojim se pak godinama žena razočarava to ostavljam *vama* da pogodite, ako ne pogodite, kazaću vam ja (*Političke izjave*, 7. 4. 1907).

Apostrofiranje čitalaca na kraju kolumne *Političke izjave*, u prethodnom primeru, takođe je usmereno na kontakt između autora i čitalačke publike.

Nušićeve kolumne odlikuju odstupanja od ortoepske norme, česta upotreba imperativa, pokaznih reči sa ekspresivno-emocionalnom funkcijom, upotreba razgovorne frazeologije, ponekad sa modifikovanim značenjem i realizacija kontaktne (fatičke) funkcije jezika. Oponašanje razgovornog funkcionalnog stila u Nušićevim kolumnama najčešće predstavlja stilizaciju, specifičnu govornu karakterizaciju likova u okviru dijaloga nalik na Nušićeve dramske dijaloge. U autorskom govoru elementi razgovornog stila daju tekstu kolumne familijarni ton, služe održavanju kontakta između autora i publike, doprinose ekspresivnosti, emocionalnosti i afektivnosti izraza.



## 5. Zaključak

Nušićevi tekstovi objavljeni u *Politikinoj* stalnoj rubrici *Iz beogradskog života* imaju jezičke i stilske odlike kolumne, graničnog žanra u kojem se pored elemenata publicističkog funkcionalnog stila uočavaju odlike književnoumetničkog i razgovornog funkcionalnog stila.

Stubajući tekst o aktuuelnoj temi napisan u prvom licu, sa stalnim mestom u listu, stalnog formata i sa stalnim nadnaslovom ima sve formalne odlike publicističkog funkcionalnog stila, ali istovremeno pridobija čitaoca pričom u kojoj Ben Akiba koristi narativne tehnike karakteristične za književnost. Provedena analiza jezika i stila Nušićevih tekstova objavljenih u *Politici* pod stalnim nadnaslovom *Iz beogradskog života* pokazala je da je Nušićev novinarski rad neophodno posmatrati u kontekstu celokupne Nušićeve poetike, jer su elementi komičnog u kolumnama ujedno prisutni i u Nušićevih komedijama. To se prevashodno odnosi na elemente književnoumetničkog stila. U najzastupljenije odlike književnoumetničkog funkcionalnog stila spadaju figure ponavljanja. U našem korpusu preovlađuju sintaksičke figure ponavljanja, i to najčešće sintaksički paralelizam udružen s jednom ili više figura ponavljanja, kao što su polisindet, amplifikacija, paragmenon, anafora, epizeuksa, epanalepsa, poliptoton i kumulacija. U sintaksičke figure koje predstavljaju stilske dominante Nušićevih kolumni pored sintaksičkih ponavljanja spadaju smenjivanje kraćih i dužih rečenica, kao i parcelacija, kojima se održava pažnja čitaoca i ističe element rečenice koji je izdvojen segmentacijom iskaza. Upotreba semantostilema je ređa (kalambur), ali ima izrazit stilski učinak. Od figura konstrukcije izdvaja se antipofora, kojom je oblikovan početak kolumni, sa svrhom privlačenja čitaocove pažnje, isticanja glavne teme i postizanja komičnog efekta, često kao rezultat komičnih nesporazuma. U odlike kolumne spada efektan kraj i duhovita poenta, vrsta pouke izvedene iz duhovito prikazanih svakodnevnih događaja. Ironija i satira usmereni su na mane pojedinca i društva, ali bez gorčine i donekle kao protivteža ozbiljnim sadržajima na prvoj strani lista.

Upotreba nenormiranih jezičkih sredstava u Ben Akibinim kolumnama doprinosi neformalnom tonu, oponašanju svakodnevne konverzacije, a ujedno pojačava ekspresivnost i afektivnost izraza. Emocionalna, ekspresivna i fatička funkcija jezika realizuju se čestom upotrebom imperativa, pokaznih reči i razgovorne frazeologije, pa dijalozi u kolumni služe govornoj karakterizaciji likova, a isti postupak Nušić primenjuje i u komediografskom radu. Prepoznatljiv stil

kolumniste nastaje u sadejstvu figurativnosti izraza i ekspresivnosti izraza, pa je u humorističnom prikazivanju događaja iz beogradskog života lako prepoznatljiv Ben Akibin glas, čak i bez pročitanoog potpisa.

Uticao Ben Akibe na razvoj savremenog literarnog žurnalizma je veliki, a prepoznatljivi elementi, kakav je *nušićevski smeh*, koji ujedno može da zabavi i skrene pažnju s teških tema na naslovnoj strani ali i da se ruga manama pojedinca ili negativnim društvenim pojavama, predstavljaju autorski pečat kolumni objavljivanih u dnevnom listu *Politika*. Slike iz beogradskog života s početka XX veka ovekovečene su i prikazane iz ličnog ugla Branislava Nušića, a široku čitalačku publiku pridobijaju odloženim početkom, živošću naracije, familijarnošću i neposrednošću, ali i jezičkom bravurom. Budući da je kolumna od svih novinskih žanrova najbliža formi bloga, Nušić, kao preteča kolumne, svojim jezikom i stilom može poslužiti za ugled ne samo današnjim srpskim kolumnistima već i autorima blogova koji pretenduju na čitanost i popularnost kakvu su imale Nušićeve kolumne u *Politici*.

## Izvori

- Nušić, B. (1907). Srećna vam Nova godina, *Politika*, 1. 1. 1907, 2. Posećeno 10. 10. 2018, <http://www.digitalna.nb.rs/wb/NBS/novine/politika/1907/01/01#page/0/mode/1up>
- Nušić, B. (1907). Otvorilosenebo, *Politika*, 6. 1. 1907, 2–3. Posećeno 10. 10. 2018, <http://www.digitalna.nb.rs/wb/NBS/novine/politika/1907/01/06#page/0/mode/1up>
- Nušić, B. (1907). Dve buve, *Politika*, 9. 1. 1907, 3. Posećeno 10. 10. 2018, <http://www.digitalna.nb.rs/wb/NBS/novine/politika/1907/01/09#page/0/mode/1up>
- Nušić, B. (1907). Pozorišnopitanje, *Politika*, 11. 1. 1907, 3. Posećeno 10. 10. 2018, <http://www.digitalna.nb.rs/wb/NBS/novine/politika/1907/01/11#page/0/mode/1up>
- Nušić, B. (1907). Svinjska njuška, *Politika*, 13. 1. 1907, 3. Posećeno 11. 10. 2018, <http://www.digitalna.nb.rs/wb/NBS/novine/politika/1907/01/13#page/0/mode/1up>
- Nušić, B. (1907). Satovi u raznim Evropama, *Politika*, 16. 1. 1907, 3. Posećeno 11. 10. 2018, <http://www.digitalna.nb.rs/wb/NBS/novine/politika/1907/01/16#page/0/mode/1up>
- Nušić, B. (1907). Godišnji zborovi, *Politika*, 18. 1. 1907, 3. Posećeno 11. 10. 2018, <http://www.digitalna.nb.rs/wb/NBS/novine/politika/1907/01/18#page/0/mode/1up>
- Nušić, B. (1907). Bračne lisice, *Politika*, 20. 1. 1907, 3. Posećeno 11. 10. 2018, <http://www.digitalna.nb.rs/wb/NBS/novine/politika/1907/01/20#page/0/mode/1up>
- Nušić, B. (1907). Političke izjave, *Politika*, 7. 4. 1907, 2–3. Posećeno 12. 10. 2018, <http://www.digitalna.nb.rs/wb/NBS/novine/politika/1907/04/07#page/0/mode/1up>
- Nušić, B. (1907). Hrvanje, *Politika*, 12. 4. 1907, 3. Posećeno 12. 10. 2018, <http://www.digitalna.nb.rs/wb/NBS/novine/politika/1907/04/12#page/0/mode/1up>

## Literatura

- Aleksić, D. (2018). Mobilizatorska uloga lista *Politika* na početku Prvog balkanskog rata. *CM: Communication and Media*, 13(42), 57–78.
- Aleksić, D., & Vidić, L. (2014). Analiza sadržaja vesti u *Malim novinama* Pere Todorovića. *CM: časopis za upravljanje komuniciranjem*, 9(32), 83–106.
- Aristotel (1997). *Retorika 1, 2, 3*. Novi Sad: Svetovi.
- Bagić K. (2012). *Rječnik stilskih figura*. Zagreb: Školska knjiga.
- Barović, V. (2012). Novinarski rad Branislava Nušića kao prilog strukturalnom proučavanju razvoju žanrova u istoriji srpske žurnalistike. In S. Gudurić (ed.), *Jezici i kulture u vremenu i prostoru* (pp. 541–546). Novi Sad: Filozofski fakultet u Novom Sadu.
- Barović V. (2010). Uticaj oca srpskog novinarstva Dimitrija Davidovića na nastanak i razvoj rubriciranja i žurnalističkih žanrova u srpskoj štampi. *Rad Muzeja Vojvodine*, 52, 223–231.
- Boarov D., & Barović V. (2011). *Velikani srpske štampe*. Beograd: Službeni glasnik.
- Burić, L. A. (2018). Form and content modifications of column (based on columns in the magazine „The Ukrainian week“. *Молодий вчений*, 9(61), 184–190.
- Conboy, M. (2010). *The Language of Newspapers: Socio-Historical Perspectives*. London and New York: Continuum.
- Čutura, I., & Spasić, J. (2016). Sredstva iskazivanja vremenskog okvira u novinskoj vesti i novinskom izveštaju. *Zbornik radova Filozofskog fakulteta*, 46(4), 3–22.
- De Melo, J. M., & De Assis, F. (2016). Journalistic genres and formats: A classification model. *Intercom – RBCC São Paulo*, 39(1), 39–54.
- Gascon, J. F. F. (2010). Multimedia, digital press and journalistic genres in Catalonia and in Spain: An empirical analysis. *Estudos em Comunicação*, 7(1), 81–95.

- Dorđević, B. (1965) Funkcionalnost dijalekatskog nijansiranja u Nušićevim komedijama. *Zbornik Muzeja pozorišne umetnosti: Branislav Nušić 1864–1964*. Beograd: Muzej pozorišne umetnosti.
- Ivanić, D. (2014). Nušić ili prasak imaginativne energije. *Zbornik Matice srpske za književnost i jezik*, 62(3), 691–700.
- Ilić, M. (2008). Tri manije naroda srpskog : posveta Ben Akibi. *Drama: časopis za pozorišnu umetnost, dramu, kulturu, nauku*, br. 22, 19–22.
- Jonke, Lj. (1952). O raznolikoj službi književnoga jezika. *Jezik*, 100–105.
- Jovanović J. (2007). Stilska analiza novinskog članka. *Književnost i jezik*, 54(1/2), 51–64.
- Katnić-Bakaršić M. (1999). *Stilistika*. Sarajevo: Ljiljan.
- Kato-Yoshioka, A. (2016). Differences in structural tendencies between Japanese newspaper editorials and front-page columns: Focus on the location of the main topic. *Discourse Studies*, 18(6), 676–694.
- Klajn, I., & Šipka, M. (2008). *Veliki rečnik stranih reči i izraza*. Novi Sad: Prometej.
- Kovačević, M. (1998). *Stilske figure i književni tekst*. Beograd: Trebnik.
- Kovačević, M. (2000). *Stilistika i gramatika stilskih figura*. Kragujevac: Kantakuzin.
- Korošec, T. (1998). *Stilistika slovenskega poročevalstva*. Ljubljana: Kmečki glas.
- Lešić, J. (1981). *Nušićev smijeh*. Beograd: Nolit.
- Lešić, J. (1989). *Branislav Nušić: Život i djelo*. Novi Sad: Sterijino pozorje, Matica srpska.
- Lešić, J. (1996). Struktura Nušićevih komedija. In J. Čađenović (ed.), *Izabrane komedije / Branislav Nušić* (pp. 175–178). Podgorica: Unireks.
- Maksimović, J. (2016). *Jezičko-stilske karakteristike novinske vesti i novinskog izveštaja*. Kragujevac, (neobjavljena doktorska disertacija).
- Malović, S. (2003). *Novine*. Zagreb: Sveučilišna knjižara.
- Mihaljević, M., & Kovačević, B. (2006). Frazemi kroz funkcionalne stilove. *Časopis za kulturu hrvatskoga književnog jezika*, 53(1): 1–40.
- Mladenov, M. (1980). *Novinarska stilistika*. Beograd: Naučna knjiga.

- Morton, L. (2018). The Role of Imagination in Literary Journalism. *Literary Journalism Studies*, 10(1), 92–111. Posećeno 21. 11. 2018. URL: <http://ialjs.org/wp-content/uploads/2018/05/Imagination-92-111.pdf>.
- Penezić, S. (2013). Kolumne Svetislava Basare u dnevnom listu *Danas*. *CM: Časopis za upravljanje komuniciranjem*, 27, 109–138.
- Pérez Bahón, F. (2019). The ‘j-Blogs’: The Journalistic Column Is Transformed into Digital Newspapers but Wants to Masquerade as a Blog. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 19, 915–923.
- Petrović, V. (1989). *Novinska frazeologija*. Novi Sad: Književna zajednica Novog Sada.
- Popović, T. (2007). *Rečnik književnih termina*. Beograd : Logos Art.
- Potočnik Topler, J. (2017). Norman Mailer in Yugoslavia. *Annales: Series Historia et Sociologia*, 27(1), 81–88. Posećeno 20. 11. 2018. URL: <https://doi.org/10.19233/ASHS.2017.07>.
- Prins, Dž. (2011). *Naratološki rečnik*. Beograd: Službeni glasnik.
- Rajnvajn, Lj. (1988). *Stvaralaštvo novinara*. Beograd: Naučna knjiga.
- Silić, J. (2006). *Funkcionalni stilovi hrvatskoga jezika*. Zagreb: Disput.
- Simić, R. (2000). *Stilistika srpskog jezika, knj. 1: Principi stilske analize, fonostilistika*. Beograd : Filološki fakultet.
- Simeon, R. (1969). *Enciklopedijski rječnik lingvističkih naziva*. Zagreb: Matica hrvatska.
- Spasić, J. (2010). Tmezički kalambur u antonomazijskim imenima likova književnosti za decu. In V. Jovanović & T. Rosić (eds.), *Savremena književnost za decu u nauci i nastavi* (pp. 149–159). Jagodina: Pedagoški fakultet.
- Spasić, J. (2017). Diferencijalne jezičko-stilske karakteristike novinskog izveštaja. *Srpski jezik: studije srpske i slovenske*, 22(1), 609–628.
- Standring, S. M. (2008). A newspaper column offers unique rewards: An experienced practitioner advised you on its pleasures and challenges. *Writer*, 121(6), 28–29.
- Stojanović, A. (2002). Funkcionalna stilistika na srpskom govornom području. *Stil*, 1, 79–103.

- Suvajdžić, B. (2008). Dragi moj Nušiću. *Drama: časopis za pozorišnu umetnost, dramu, kulturu, nauku*, 22, 23–25.
- Šimunić, Z. (2008). Deiktička referencija i generičko strukturiranje diskursa. *Rasprave: Časopis Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje*, 34(1), 371–391.
- Todorović, N. (1998). *Savremeno novinarstvo: vest, izveštaj, intervju, reportaža, TV scenario, članak, komentar, kritika*. Beograd: Fakultet političkih nauka.
- Todorović, N. (2011). Literarni žurnalizam. *Kultura*, 132, 24–38.
- Tošović, B. (2002). *Funkcionalni stilovi*. Beograd: Beogradska knjiga.
- Udier S. L., & Banković Mandić I. (2009). Suvremena hrvatska politička publicistika – političke kolumne. In M. Brdar (ed.) *Lingvistika javne komunikacije: sociokulturni, pragmatični i stilistički aspekti* (pp. 111–123). Zagreb–Osijek: HDPL.
- Vrsaljko S. (2011). Pregled suodnosa razgovornoga stila i slobodnijih žanrova novinarsko-publicističkoga stila (na primeru ekspresivnosti izraza). *Magistra ladertina*, 6(6), 57–65.
- Wilson, C. P. (2018). The Journalist Who Was Always Late: Time and Temporality in Literary Journalism. *Literary Journalism Studies*, 10(1), 112–139. Posećeno 2. 12. 2018. URL: <http://ialjs.org/wp-content/uploads/2018/05/Temporality-112-139.pdf>.
- Wolny-Zmorzyński K., & Koziel A. (2013). Journalistic Genology. *Studia Medioznawcze Media Studies*, 54, 1–16.
- Živković, D. (2001). *Rečnik književnih termina*. Banja Luka: Romanov.
- Zima, L. (1988). *Figure u našem narodnom pjesništvu: s njihovom teorijom*. Zagreb: Globus.

## LANGUAGE AND STYLE OF NUŠIĆ'S COLUMNS

*Abstract: The paper aims to determine the repertoire of linguistic and stylistic means in Nušić's columns published in daily newspaper Politika. The primary methods used in this paper were functional-stylistic and linguistic-stylistic ones. We have shown that Nušić's text published in the Politika have the linguistic and stylistic characteristics of column, but also have some individual characteristics of Nušić's style. The analysis was conducted by separating elements of belletristic functional style and elements of colloquial functional style in Nušić's newspaper columns. The analysis of Nušić's choices of linguistic means for attracting attention and achieving humorous effect was conducted in order to argue the claim that Branislav Nušić was the forerunner of Serbian columnist. The stylistic analysis also points to the importance of Nušić's journalistic work for the development of modern Serbian journalism. The research is a contribution to journalism stylistics and also contributes to the study of linguistic-stylistic characteristics of non-literary texts.*

*Keywords: newspapers, journalism stylistics, stylistics, column, Politika, Branislav Nušić*



## Društveni pokreti u digitalnoj eri

Manuel Kastels, *Mreže revolta i nade: društveni pokreti u doba interneta*, prevele sa engleskog Vanja Savić i Daniela Nikolić, Službeni glasnik, Beograd, 2018.



### Predrag Bajić<sup>1</sup>

Fakultet za sport, Univerzitet  
„Union – Nikola Tesla“,  
Beograd, Srbija

Da li je internet toliko pacifikovao stvarnost da se ljudi zadovoljavaju time da svoje nezadovoljstvo iskažu u virtuelnom svetu, umesto konkretne akcije, u fizičkom prostoru? Ili je, ipak, takav način komuniciranja doprineo da se „ispod radara“ vladajućih elita stvore takve konekcije koje imaju snagu da učine nešto više od samog verbalnog izražavanja nezadovoljstva na društvenim mrežama na internetu? Za španskog sociologa Manuela Kastelsa (*Manuel Castells*), istraživača iz oblasti masovnih komunikacija i informacionog društva, nema dileme i on usmerava svoj glas ka drugom izboru. Za to daje dokaze iz poslednjih desetak godina u knjizi „Mreže revolta i nade: društveni pokreti u doba interneta“, predstavljajući istraživanja novih formi društvenih pokreta i protesta i njihovu povezanost sa stvaranjem autonomnih komunikacionih mreža u čijoj osnovi su internet i mobilne mreže. Prevod sa engleskog na srpski jezik drugog izdanja ove knjige (iz 2015. godine) objavio je „Službeni glasnik“ u 2018, dok je prvo izdanje na globalnom nivou izašlo u 2012. godini.

Na početku, Kastels nas upozna je sa tim da je informacije o novim društvenim pokretima počeo da sakuplja tokom 2011. godine, kao i da je potom i ličnim prisustvom podržao neke od njih u Evropi, ne skrivajući pozitivne emocije

<sup>1</sup> Kontakt sa autorom: predrag.bajic@fsz.edu.rs.

prema tim, novim pokretima. Ističe da je bio marginalni učesnik pokreta *Los Indignados* u Barseloni, kao i zagovornik i simpatizer drugih, ali da je „zadržao maksimalnu moguću distancu između svojih ličnih uverenja i svoje analize“, i to „bez pretendovanja na potpunu objektivnost“.

Analizu je zasnovao na teoriji moći koju je predstavio u knjizi „Moć komunikacija“ (Clio, RTS, 2014, originalno izdanje iz 2009) i „polazi od pretpostavke da su odnosi moći od suštinske važnosti u društvu jer društvene institucije kreiraju oni koji imaju moć, u skladu s vlastitim vrednostima i interesima“. A, ta moć se „nameće prinudom i/ili kreiranjem značenja u ljudskim umovima, mehanizmima simboličke manipulacije“. U nastavku uvoda pod nazivom „Umrežavanje umova, kreiranje značenja, osporavanje moći“, autor objašnjava taj koncept i termin „protivteže“, govori o mrežama moći, njihovom međusobnom povezivanju i akterima koji imaju moć u mrežnom društvu. Takođe, uvodi nas u društvene pokrete i govori o karakteristikama „okupiranih prostora“, odnosno „prostoru autonomne komunikacije“, koji je „umrežen između digitalnog i urbanog prostora“.

Retrospektivu događaja i analizu konkretnih pokreta Kastels počinje poglavljem „Uvertira za revoluciju: Gde je sve počelo“, u kojem se osvrće na događaje u Tunisu i na Islandu. On naglašava da su „političke pobune koje su transformisale institucije vlasti u obe zemlje u periodu 2009–2011. godine postale referentna tačka za društvene pokrete koji su uzdrmali politički poredak u arapskom svetu i postavili izazove pred političke institucije u Evropi i Sjedinjenim Američkim Državama“. Za te događaje i njihove aktere, kao i druge primere koji su usledili, nalazi zajedničku nit koja ih vodi – „osećaj novostećene snage“, nastale iz otpora u odnosu na diktatorske ili pseudodemokratske režime i omogućene prevazilaženjem straha, što je izgrađeno zajedništvom na virtuelnim mrežama i u urbanom prostoru.

Prvo su analizirana dešavanja iz Tunisa i protesti, koje objašnjava kao potragu za dostojanstvom koje nije moglo da se zaštititi kroz institucije. Kao glavnu karakteristiku izdvaja to da je „spona između besplatne komunikacije na Fejsbuku, Jutjubu i Tviteru i osvajanja gradskog prostora stvorila hibridni javni prostor slobode, koji je postao glavna karakteristika tuniske pobune“. Prema Kastelsu, u događajima u Tunisu je značajna konvergencija tri različita elementa: „postojanje aktivne grupe nezaposlenih diplomaca koji su predvodili pobunu, zaobilazeći bilo kakvo formalno, tradicionalno vođstvo“, zatim

„prisustvo snažne kulture sajberaktivizma, koje je prethodno duže od decenije bilo angažovano u otvorenoj kritici režima“ i „relativno visoka stopa raširenosti upotrebe interneta, uključujući kućne priključke, škole i internet kafee“.

U istom poglavlju analizirani su i događaji na Islandu posle ekonomskog kraha i protesti koji su počeli upravo posle jednog video-snimka na internetu, a doveli su do transformacije političkog sistema. Iako je mnogo toga različito, zajedničko u oba slučaja je prepoznavanje političara kao onih koji su svoje lične interese stavili iznad interesa naroda. Za njega su oba ta primera dovela do pozitivnih promena: „U Tunisu je ustanovljena demokratija, na Islandu je ostvaren novi ustavni poredak, koji je pomerio granice predstavničke demokratije, a novi paket ekonomskih sistemskih rešenja sproveden je u praksi“.

U drugom poglavlju, pod nazivom „Egipatska revolucija“, već se govori o kontinuitetu, odnosno o nečemu što se nadovezuje na prethodno poglavlje – događaju pod nazivom „Revolucija 25. januara“. I po povodu ima sličnosti sa primerom iz Tunisa, a pokret su povelili mladi ljudi, oni koji su odrasli sa novim tehnologijama, kojima je to svakodnevnica. I tu je karakteristično to što se nezadovoljstvo iz virtuelnog sveta prenelo u fizičku stvarnost, pozivanjem preko Fejsbuka na okupljanje, a trg Tahrir u Kairu postao je urbani prostor na koji se prelila ta energija, javni prostor revolucije. Postao je mesto na kojem se organizovao život i drugačije gledalo na vreme: „Veza između društvenih mreža na internetu, ljudskih društvenih mreža i glavnih medija omogućena je zbog tog komada zauzete teritorije, koja je usidrila novi javni prostor posredstvom dinamične interakcije između sajberprostora i urbanog prostora“. To će biti inspiracija i za pokrete „Okupiraj“, takođe analizirane u ovoj knjizi.

Kastels naglašava da ljudi prevazilaze strah zajedništvom, ali da je preduslov okupljanja snažna motivacija, odnosno dobra priprema za okupljanje u urbanom prostoru. Za njega je revolt ta snažna emocija, dok su dešavanja iz Tunisa donela nadu kao drugi snažni pozitivni element. Takođe, govori i o multimodalnosti komunikacionih platformi, kao nečemu što je sprečilo vlasti da neutrališu revoluciju isključenjem interneta i mreža mobilne telefonije.

Treće poglavlje „Dostojanstvo, nasilje, geopolitika: Arapski ustanak i njegovo zaveštanje“ donosi analizu šta se dogodilo dalje i nabraja se niz svežijih primera. Za Kastelsa, „sve su to bile spontane pobune, nadahnute nadom i uspehom tuniske i egipatske revolucije, uz pomoć slika i poruka sa interneta i arapskih satelitskih televizijskih mreža“. Model je bio isti: „pozivanje na inter-

netu, umrežavanje u sajberprostoru i pozivi da se zauzme urbani prostor kako bi se izvršio pritisak na vladu da podnese ostavku i pokrene proces demokratizacije“. Reakcije država širom arapskog sveta bile su različite, od popuštanja do brutalnih gušenja, a situacije u pojedinim državama toliko su izmakle kontroli da su postale deo geopolitičkih nadmetanja, na globalnom nivou.

„Rizomska revolucija: Los Indignados u Španiji“ četvrto je poglavlje u kojem se Kastels fokusira na Evropu i događaje u kojima je i lično učestvovao sa „ogorčenima“, na Pirinejskom poluostrvu početkom ove decenije, kada je nastala Fejsbuk grupa pod nazivom „Prava demokratija sada!“ (¡Democracia Real YA!). Analizira se moć te decentralizovane mreže i njene sličnosti sa prethodnim primerima, naročito sa Islandom, pošto su bili slični motivi. Ponovo se akcent stavlja na društvene mreže na internetu i na njihovu ključnu ulogu.

Sledeća analiza, u poglavlju pod nazivom „Okupiraj Volstrit: Žetva soli zemlje“, govori o dešavanjima u Njujorku posle kraha tržišta nekretnina i velikih problema u bankarskom sektoru. Po modelu iz prethodnih primera, koji su potvrdili efikasnost, uz podsećanje na moć interneta u širenju ideja i propagande kroz primer predsedničke kampanje Baraka Obame, nastao je pokret prepoznatljivog heštega „#occupywallstreet“. Sled događaja bio je isti, prvo su informacije u virtuelnom svetu izazvale revolt, da bi potom usledio izlazak u urbani prostor i okupiranje javnog prostora, prvo Volstrita, pa potom širom SAD. Kastels je taj prostor definisao kao prostor društvenosti, debate i autonomije, gde se ljudi okupljaju i formiraju zajednicu u kojoj prevazilaze njihove međusobne razlike: „Tako je pokret 'Okupiraj' izgradio novu formu prostora, mešavinu prostora mesta, na datoj teritoriji i prostora tokova, na internetu – hibridni prostor“.

Posle ovih primera, u šestom poglavlju – „Umreženi društveni pokreti: Globalni trend?“, Kastels piše iz ugla sada već višegodišnjeg istraživača novih društvenih pokreta, što je novina u drugom izdanju knjige. On pokušava da odgovori na pitanje „kako možemo da ocenimo potencijal ovih pokreta kao delatnika društvene promene u globalnom umreženom društvu“. Osvrćući se posebno na neke pokrete koji su stvoreni u međuvremenu, u Turskoj (odbrana parka Gezi 2013), Brazilu (dovođenje u pitanje modela razvoja, osuđivanje političke korupcije, 2013–2014), Čileu (studentski pokret, 2011–2013) i Meksiku (razgradnja kompleksa mediji–država, #YoSoy132, nastao u maju 2012), naglašava da se „umreženi društveni pokreti odvijaju u krajnje različitim

kontekstima, ne samo u različitim kulturama, institucionalnim okruženjima i na različitim nivoima razvoja, već i u drastično drugačijim ekonomskim i političkim uslovima“. Prema njegovom tumačenju, jedno od glavnih obeležja koje je „zajedničko kontekstima u kojima su se formirali svi ovi pokreti jeste njihov autonomni komunikacioni kapacitet“, pošto oni imaju mogućnost da povezuju društvo, kao i pojedince u grupe, nezavisno od glavnih kanala i to posredstvom društvenih medija, potpomognuti novim tehnologijama. Takođe, „širenje društvenih mreža zasnovanih na internetu predstavlja neophodan uslov za postojanje ovih novih društvenih pokreta u naše vreme“, ali „društvene mreže nisu uzrok društvenih pokreta“, već su sastavni deo svakodnevice, način života mnogih ljudi, naročito mlađeg doba i koriste se za razne aktivnosti, pa tako i za komunikaciju vezanu za društvene pokrete.

„Menjanje sveta u umreženom društvu“ sedmo je poglavlje u kojem Kastels zaključuje da „ako je suditi po istorijskom iskustvu i zapažanjima u vezi sa pokretima koji su analizirani u ovoj knjizi, okidač za društvene pokrete najčešće su emocije koje proističu iz nekog smislenog događaja koji pomaže učesnicima protesta da prevaziđu strah i dovedu u pitanje trenutne moćnike uprkos opasnosti koja je inherentna njihovom delovanju“. Takođe, govori o tome kako je „komunikacija velikih razmera doživela duboku tehnološku i organizacionu transformaciju, uz uspon onoga što je nazvao masovna autokomunikacija, koja je zasnovana na horizontalnim mrežama interaktivne, multidirekcionone komunikacije na internetu i, još više, na bežičnim komunikacionim mrežama, koje su sada svugde preovlađujuća komunikaciona platforma“.

Kao zajedničke karakteristike ovih pokreta, na osnovu analiziranih primera, Kastels ističe sledeće: umreženi su u mnogobrojne oblike (multimodalni, obuhvataju onlajn i oflajn društvene mreže, prethodno postojeće društvene mreže i mreže formirane tokom delovanja pokreta), postaju pokret time što okupiraju gradski prostor (dolazi do prostora autonomije, hibrida sajberprostora i urbanog prostora, kao nove prostorne forme umreženih društvenih pokreta), lokalni su i globalni u isto vreme, stvorili su vlastitu formu vremena – bezvremeno vreme, po poreklu su spontani, a okidač za njihovu pojavu je iskra ogorčenosti, zarazni su – brzo se šire, prelazak sa revolta na nadu postiže se deliberacijom u prostoru autonomije, često su neliderski pokreti i odlikuje ih zajedništvo – horizontalnost mreža podržava saradnju i solidarnost, podrivajući potrebu za formalnim vođstvom, krajnje su autorefleksivni (neprekidno se preispituju i

kolektivno i pojedinačno), u principu su nenasilni, retko su programski pokreti i imaju za cilj promenu vrednosti društva, a u svim slučajevima su fundamentalno veoma politički.

U osmom poglavlju – „Umreženi društveni pokreti i politička promena“, autor govori o tome da „ključni prelaz sa nade na ostvarivanje promene zavisi od propusnosti političkih institucija u odnosu na zahteve pokreta, kao i od volje pokreta da se upusti u proces pregovaranja“. Imajući to u vidu, pravi „razliku između efekata krize političkog legitimiteta na politički sistem (ključni faktor izazivanja političke promene) i nekih efekata samih društvenih pokreta“, odnosno onoga što ostaje iza njih, kada se pomere iz centra pažnje javnosti.

U devetom poglavlju – „Nakon revolta, nada: život i smrt umreženih društvenih pokreta“, Kastels ističe kako će „umreženi društveni pokreti, čija su iskustva podeljena u ovoj knjizi, nastaviti da se bore i debatuju, da se razvijaju i na kraju će se rasuti, kao i svi društveni pokreti u istoriji“, a kao njihov kraj označava i eventualnu transformaciju u političkog aktera. Zaključuje da bi, pošto se „nasleđe nekog društvenog pokreta sastoji od kulturnih promena koje su nastale njegovim delovanjem“, moguće nasleđe umreženih društvenih pokreta u nastajanju mogla da bude „demokratija, novi oblik demokratije, stara nikad neispunjena težnja čovečanstva“.

Na kraju knjige se nalazi „Prilog menjanju sveta u umreženom društvu“ u kojem su predstavljeni podaci vezani za „javno mnjenje u odabranim zemljama u vezi s pokretom 'Okupiraj' i sličnim pokretima“ i „stavovi građana prema vladama, političkim i finansijskim institucijama u SAD, Evropskoj uniji i svetu u celini“.

Knjiga „Mreže revolta i nade: društveni pokreti u doba interneta“ predstavlja značajan poduhvat u sistematizaciji novih društvenih pokreta, koji iz sajber prostora ulaze u urbani prostor i stvaraju nova „prostranstva“. Takođe, predstavlja vrednu zbirku podataka, informacija, primera za dalja istraživanja, uz bogat spisak dodatne literature – i sve to od nekoga ko je i neposredni učesnik određenih događaja, što može da bude značajno za bolje razumevanje samih pokreta, ali i otežavajuća okolnost u pogledu objektivnosti sagledavanja posledica njihovog delovanja. Kastels u ovoj knjizi ukazuje na niz novih mogućnosti koje donosi hibridizacija stvarnosti, povezivanje virtuelnog sveta i fizičkog prostora. Objasnjene su i prednosti novih tehnologija i savremeno uvećanje mogućnosti

za građansko novinarstvo i širenje informacija, od kratkih tekstualnih poruka do video-prenosa uživo, kao i njihova upotreba u konkretnim slučajevima.

Između ostalog, autor ove knjige ističe ideju da društvene pokrete treba razlikovati od protestnih pokreta jer su to „u suštini kulturni pokreti, koji zahteve današnjice povezuju s projektima sutrašnjice“, objašnjavajući da oni koji se bore za popravljanje trenutnog stanja imaju, šire gledano, veliko nepoverenje u aktuelni sistem i „tragaju za novim društvenim ugovorom“. I na tom tragu mogu dalje da se posmatraju i analiziraju.





## Uputstvo autorima

Časopis *CM: Communication and Media* objavljuje originalne naučne radove i pregledne radove iz oblasti komunikologije, medijskih studija, upravljanja komunikacijom, odnosa s javnošću i advertajzinga. Pored toga *CM* objavljuje i aktuelne stručne radove, kratka i prethodna saopštenja, iskustva iz prakse, prevode i prikaze. *CM* izlazi tri puta godišnje.

Kao jedini časopis iz oblasti komuniciranja i medija u Srbiji, *CM* ima za cilj uspostavljanje veza između domaćeg i inostranog naučno-istraživačkog rada, kao i promociju mladih istraživača i njihovih kvalitetnih radova. Dinamične promene u medijskom prostoru Srbije i balkanskih zemalja, kao i međunarodni medijski trendovi i izazovi predstavljaju posebnu oblast na koju se *CM* fokusira.

Svi radovi se recenziraju tako da je osigurana anonimnost recenzenata i autora (*double blind review*). Kako bi se obezbedio visok kvalitet i sprečio plagijarizam, autentičnost svih rukopisa se proverava u sistemima Ephorus i iThenticate.

### ELEKTRONSKO PRIJAVLJIVANJE RUKOPISA

Rukopisi se podnose u elektronskoj formi putem sistema ASEESTANT (South East European Journals Production Assistant) pristupom na link:  
<http://aseestant.ceon.rs/index.php/comman/about/submissions>.

