

# CM

COMMUNICATION AND MEDIA  
KOMUNIKACIJA I MEDIJI

Odnos mladih prema korištenju informaciono-komunikacionih  
tehnologija u slobodno vrijeme  
Mladen Bubonjić

Politička slika sveta na izbornom plakatu u Srbiji  
od 1990. do 2017. godine  
Siniša Atlagić

Najava rata na naslovnim stranama srpskih tabloida  
Stefan Janjić, Stefani Šovanec

Od međunarodnog do globalnog komuniciranja i nazad  
Aleksandar Vranješ

Vršnjačko nasilje na društvenim mrežama u Republici Srbiji  
Jovana Rančić

O zagađenju medijskog prostora  
Jelena Petrović

**Redakcija/Editorial Board:**

- Alić Sead, Center for Philosophy of Media, Zagreb (Croatia)  
Alvares Claudia, 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)  
Jiráček 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)  
Tittley Gavan, National University of Ireland (Ireland)  
Todorović Neda, University of Belgrade (Serbia)  
Tomanič 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 43, godina XIII 2018

№ 43, Vol 13 2018

---

- Odnos mladih prema korištenju informaciono-komunikacionih  
tehnologija u slobodno vrijeme 5–28  
Mladen Bubonjić
- Politička slika sveta na izbornom plakatu u Srbiji  
od 1990. do 2017. godine 29–48  
Siniša Atlagić
- Najava rata na naslovnim stranama srpskih tabloida 49–68  
Stefan Janjić, Stefani Šovanec
- Od međunarodnog do globalnog komuniciranja i nazad 69–94  
Aleksandar Vranješ
- Vršnjačko nasilje na društvenim mrežama u Republici Srbiji 95–124  
Jovana Rančić
- O zagađenju medijskog prostora 125–128  
Jelena Petrović
- Uputstvo autorima 129

# 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. 43 (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

# Odnos mladih prema korištenju informaciono-komunikacionih tehnologija u slobodno vrijeme<sup>1</sup>

Mladen Bubonjić<sup>2</sup>

Nezavisni univerzitet Banja Luka,  
Fakultet za političke nauke, Bosna i Hercegovina

doi: 10.5937/comman13-19690

**Sažetak:** Predmet ovog rada je empirijsko istraživanje načina na koji informaciono-komunikacione tehnologije utiču na slobodno vrijeme srednjoškolaca u Republici Srpskoj. Kroz razgovor sa ispitanicima u fokus grupama nastojalo se odgovoriti na osnovna istraživačka pitanja: Kako se u novom životnom stilu tumači postojanje slobodnog vremena i shvatanje mladih o njemu? Da li mladi kontrolišu virtualni svijet ili on kontroliše njih? Zašto „digitalne generacije“, koje u postmoderni čine posebnu potkulturu, pribjegavaju socijalnim interakcijama putem onlajn društvenih mreža? Na koji način nove informaciono-komunikacione tehnologije utiču na slobodno vrijeme mladih? Da li su i koje karakteristike informaciono-komunikacionih tehnologija privukle mlađe korisnike i uvećale svoj udio u njihovom slobodnom vremenu? Istraživanje je bilo usmjereno ka tome da ustanovi da li informaciono-komunikacione tehnologije mladima pružaju ono što oni očekuju od njih kada je riječ o korištenju u slobodnom vremenu, prije svega, šta za njih znači slobodno vrijeme i kako ga provode – prema njihovom mišljenju sursishodno ili manje sursishodno. Ustanovljeno je da mladi iskazuju podvojenja osjećanja prema digitalnim tehnologijama. Iako nerijetko imaju negativan stav, posebno prema društvenim mrežama, opšta tendencija je da masovno koriste iste te društvene mreže, i to često iz razloga koji nemaju viši cilj. Srednjoškolci u Republici Srpskoj uglavnom ne vide informaciono-komunikacione tehnologije kao sredstvo da dođu do nekog drugog cilja, nego kao način da se „potroši“ slobodno vrijeme. Opšti zaključak rada glasi da mladi u suštini ne raspolazu sa svojim slobodnim vremenom nego ga „poklanjaju“ digitalnim tehnologijama.

**Gljučne riječi:** informaciono-komunikacione tehnologije, društvene mreže, slobodno vrijeme, mladi

<sup>1</sup> Rad potiče iz doktorske disertacije „Informaciono-komunikacione tehnologije i slobodno vrijeme srednjoškolaca u Republici Srpskoj“ odbranjene 12. 9. 2018. godine na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Beogradu.

<sup>2</sup> Kontakt sa autorom: bubonjic@teol.net.

## 1. Uvod

Fenomen slobodnog vremena, bilo da o njemu promišljamo iz teorijsko-naučnog aspekta, bilo da ga proživljavamo, odnosno svedočimo o njemu iz društveno-praktičnog aspekta, bio je mnogo izraženiji u eri klasičnih masovnih medija kada je svakodnevica mogla da se jasno dijeli na radno i slobodno vrijeme. Danas se ove granice gube a ljudi su sve manje svjesni i manje pominju slobodno vrijeme. Čovjek današnjice, prebukiran radnim obavezama u težnji da obezbijedi egzistenciju, takođe, svakodnevno „bombardovan“ obiljem informacija, što posredstvom medija, što iz neposrednog okruženja, ne zapaža svoje slobodno vrijeme i teško ga oblikuje. S jedne strane, nerijetko na poslu, dok radi, pregledava medijske sadržaje koji su nominalno rezervisani za slobodno vrijeme. S druge strane, nisu rijetke situacije u kojima, nakon posla, pojedinci „troše“ svoje vrijeme, formalno oslobođeno radne obaveze, da bi poboljšali finansijsku situaciju, ili stvorili bolje uslove za profesionalno napredovanje. Naravno, to nije novi trend, ali danas poprima nesvakidašnju formu u kojoj su se granice između rada i slobodnog vremena gotovo izgubile.

A šta tek reći za slobodno vrijeme kada se čovjek „odmara“. Najčešće ga provodi uz ekrane televizora, ili „skrolujući“ informacije, važne ili manje važne, na displejima svojih pametnih telefona. Šta gleda? Da li ga ispunjavaju ti sadržaji? Iako generalizacija u ovom slučaju nije primjerena zato što je nezahvalno tumačiti percepciju o provođenju slobodnog vremena iz ličnog ugla, ipak se možemo zapitati: da li današnji čovjek nečim ispunjava aktivnost u slobodnom vremenu? Da li pomišlja na samorealizaciju? Da li ima hobije? Ili samo čeka početak novog radnog dana?

Posebnu pažnju privlače mladi, adolescenti, tinejdžeri, kako god ih klasifikovali, za koje društvene nauke, sociologija i psihologija prije svih, tvrde da se nalaze u „kritičnom periodu“ za formiranje ličnosti (Kuljić, 2009). Nije mali broj studija (Đorđević, Kostić & Milojević, 2011; Ilišin, Bouillet, Gvozdanović & Potočnik, 2013; Kuzmanović & Petrović, 2008; Milošević Đorđević, 2009; Subašić & Opačić, 2013) koje u fokus stavljaju odnos mladih prema alkoholu, narkoticima, kockanju, promiskuitetnom ponašanju; zatim odnose prema marginalizovanim grupama u društvu, roditeljima, etničkim, vjerskim i rasnim grupama kojima nominalno ne pripadaju; na koncu i odnose prema medijima ali i slobodnom vremenu, odnosno načinu na koji ga provode. Što se istraživanja o međudnosu mladih i medija tiče, Endi Radok (Radok, 2015) ističe da

društva već dugo projektuju svoje strahove i težnje na predstave o mladima, zbog čega je njihovo predstavljanje u medijima, koje je inače ideološko, kao i njihova upotreba medija, sastavni dio istorije demokratije. Takođe, navodi da je pri izučavanju mladih i medija važno „...imati u vidu i to da samo medijsko istraživanje proizvodi efekte jer oblikuje ono što društvo zna o mladima, odnosno ono što će preduzeti u vezi s njima i za njih“ (Radok, 2015: 16).

Kada je riječ o, kako ih je Mark Prenski (Prensky, 2001) okarakterisao, „digital natives“ generaciji (osobe rođene kada su nove informacione tehnologije već postojale), kao prvom aspektu istraživačkog problema, njihova percepcija o „poželjnom“ je umnogome određena uticajem informaciono-komunikacionih tehnologija. Inače, pojedini autori (Terkl, 2011; Fischer, 2006) smatraju da informaciono-komunikacione tehnologije pretežno negativno utiču, prije svega na mlađe generacije – na njihove radne i školske obaveze, slobodno vrijeme, percepciju o poželjnom, na njihov sistem vrijednosti, uopšte, na njihov svakodnevni život. Takođe, postoje kritičari kao što je Nikolas Carr (Carr, 2010) koji tvrde da informaciono-komunikacione tehnologije, internet prije svih, negativno utiču na kognitivne sposobnosti i da, u suštini, stvaraju „pličake“ u našim umovima čija je glavna karakteristika „rasijana pažnja“.

Drugi aspekt problema u fokusu jeste koncept slobodnog vremena. U stvari, više paradoks u vezi sa ovim problemom. Pojedini autori (Terkl, 2011; Fischer, 2006) smatraju da je čovjek svojevremeno, pomalo mazohistički, pristao na ustupanje svog slobodnog vremena mašini koja svoju „egzistenciju“ zasniva na nizu nula i jedinica. Nakon što se u 19. vijeku, kroz tešku i nerijetko krvavu sindikalnu borbu, izborio za slobodno vrijeme, čovjek je krajem 20. vijeka naišao na novu „opasnost“. Virtuelna realnost se javlja kao supstitut stvarnog života, „hiperživot“ u kome čovjek više ne zna kako i za šta da upotrijebi svoje slobodno vrijeme. Razvojem informaciono-komunikacionih tehnologija mladi, kao dio populacije koji je posebno osjetljiv na uticaje medija, svoju pažnju fokusiraju na novi vid zabave, odnosno upražnjavanja sadržaja popularne kulture postmodernizma. Odjednom, slobodno vrijeme, koje je izboreno sa velikom mukom, čovjek posvećuje tehničkim spravama koje ga okružuju: televizorima, mobilnim telefonima, kompjuterima.

Izgleda kao da je čovjek doveo sebe u apsurdno stanje – od industrijske mašine je izborio više vremena za sebe, a informacionoj mašini je poklonio svoje vrijeme. Ili je u pitanju nešto drugo? Radok (2015) ističe da je medijska

industrija oduvijek koristila prizore mladih kako bi publiku zastrašivala pričama o društvenoj anarhiji, pretvarajući mlade u svojevrsne „narodne sablazni“. Pozivajući se na Bila Ožgerbija, koji ističe da ponašanje i moral mladih redovno izazivaju nelagodu, dok su mediji, stvarajući negativan stereotip mladih, često preuzimali vodeću ulogu u kreiranju atmosfere straha, Radok smatra da to kreiranje straha u stvari predstavlja „...intenziviranje utvrđenih tradicija u javnoj političkoj misli“ (Radok, 2015: 22). Takođe, kako je dolazilo do sve veće medijske zasićenosti, tako su se umnožavali negativni primjeri mladih. Naposljetku, parafrazirajući britanskog sociologa Stenlija Koena, Radok ističe da su „...slike mladih, koji uče o prirodi sveta i o tome kakav bi svet trebalo da bude, postale opšte mesto. Počele su da utiču na stvorene identitete mladih koji su „usvojili“ predstave o sebi koje su videli u medijima“ (Radok, 2015: 22), što poprima posebnu dimenziju u „digitalizovanom svijetu“ u kome, prema Šeri Terkl, „odigravanje identiteta počinje da se doživljava kao sam identitet“ (Terkl, 2011: 36).

Promišljajući o međudnosu mladih i informaciono-komunikacionih tehnologija u njihovo slobodno vrijeme, postavili smo određena istraživačka pitanja na koja smo nastojali dobiti odgovore uz pomoć kvalitativne metode istraživanja. Uzevši u obzir da mladi u značajnoj mjeri stvaraju svoj stil života na osnovu ponude novih vrijednosti, pogleda na svijet i uzora, pitali smo se kako se u novom životnom stilu tumači postojanje slobodnog vremena i shvatanje mladih o njemu? U kontekstu teze da je čovjek stvorio „virtuelni digitalni svijet“, ne možemo a da se ne zapitamo da li čovjek, konkretnije mladi, kontrolišu virtuelni svijet ili on kontroliše njih? Takođe, da li mladi građu za konstrukciju simboličke realnosti uzimaju iz svojih „gadžeta“? Pored toga, pitali smo se iz kog razloga „digitalne generacije“, koje u postmoderni čine posebnu potkulturu, pribjegavaju socijalnim interakcijama putem „onlajn“ društvenih mreža? Uzimajući u obzir karakteristike novih informaciono-komunikacionih tehnologija: nelinearna komunikacija, konstantna konekcija, neformalni diskurs, brzina, multitasking, zabava, aktivno učenje, nasumični pristup, interakcija, mogućnost kritike i sl, u kombinaciji sa društvenim preferencijama: pragmatičnost, sloboda, svrsishodnost itd, postavili smo i sledeća istraživačka pitanja: Na koji način nove informaciono-komunikacione tehnologije utiču na slobodno vrijeme mladih? Da li su i koje karakteristike informaciono-komunikacionih tehnologija privukle mlađe korisnike i uvećale svoj udio u njihovom slobodnom vremenu?

Generalno gledajući, možemo se zapitati kako se mladi snalaze u medijski posredovanom svijetu i kako provode svoje slobodno vrijeme u njemu? Uzimajući u obzir da, kako navodi Radok, u svijetu zasićenom medijima „...postoji bliska veza između razumevanja medija među mladima i načina na koji oni poimaju sebe kao građane s određenim pravima i obavezama“ (Radok, 2015: 16), kao i načina na koji mladi percipiraju medije u svoje slobodno vrijeme, a sve u skladu sa tezom da se u kontekstu međuodnosa medija i čovjeka, ljudska priroda otkriva preko naše upotrebe interneta a ne obrnuto (Džajls, 2011), kao legitimna se javlja potreba da istražimo njihov međuodnos i uočimo eventualne posljedice odnosa mladih sa novim, digitalnim tehnologijama.

## 2. Opis istraživanja sa metodološkim aspektima

Istraživanje smo sproveli u fokus grupama čija je osnovna namjena bila da pojasne motive mladih da svoje slobodno vrijeme provode koristeći nove informaciono-komunikacione tehnologije. U procesu izbora sagovornika polazna osnova bilo je namjerno uzorkovanje, odnosno ciljani odabir sagovornika na osnovu elokventnosti i voljnosti da učestvuju u diskusijama.

Istraživanjem su bili obuhvaćeni banjalučki srednjoškolci (nisu morali biti rođeni u Banjaluci, bilo je samo važno da pohađaju jednu od banjalučkih srednjih škola) jer je Banja Luka najveći urbani centar u Republici Srpskoj; učenici koji pohađaju srednje škole u Banjaluci dolaze i iz drugih manjih gradova, s tim u vezi, u banjalučkim srednjim školama se mogu pronaći učenici i iz većih urbanih mjesta, i iz manjih, kao i iz ruralnog područja, dok, s druge strane, u srednjim školama u manjim mjestima nema učenika iz većih gradova. Pretpostavka je i da u većem urbanom mjestu postoji raznovrsnija socijalna struktura stanovništva. Na taj način postoji veća šansa da dođemo do reprezentativnijeg uzorka što se socio-demografskog kriterijuma tiče. S tim u vezi, naš uzorak smo još uže odredili opredijelivši se za Građevinsku školu zato što smo, poređenjem sa ostalim srednjim školama, ustanovili da je najoptimalniji izbor što se tiče sličnosti sa pokazateljima socijalne strukture na socio-demografskom polju.

Napravili smo selekciju učenika na osnovu elokventnosti i ponašanja. Fokus grupe su činile ili samo ekstrovertne, odnosno komunikativne osobe, ili samo introvertne, odnosno ćutljive osobe. Na taj način smo došli do relevantnijih odgovora, bez pritiska ili uticaja grupe. U selekciji učenika su nam pomogli pedagozi, psiholozi i razredne starješine koji su identifikovali navedene karaktere-

ristike i predložili koje učenike da uključimo u fokus grupe. Razlog zašto smo se opredijelili za pedagoge, psihologe i razrednike umjesto da selekciju vršimo uz pomoć testova za procjenu psiholoških profila, leži u tome što nam pedagogi, psiholozi i razrednici mogu pružiti mnogo bolje i relevantnije informacije o psihološkom profilu učenika nego, koliko god pouzdani bili, ipak ograničeni i kratkotrajni testovi. Prije svega zato što oni sa djecom provode pet dana u sedmici, od septembra do juna, stižući na taj način odličan uvid u njihove ličnosti.

Nastojali smo da u istoj grupi ne budu podjednako zastupljene komunikativnije i „ćutljivije“ osobe, odnosno ekstrovertne i introvertne osobe. Razlog: pretpostavka je da bi u tom slučaju dominirale komunikativnije, odnosno ekstrovertnije osobe, dok bi ostali ćutali. Učesnici u fokus grupama su bili podijeljeni u četiri fokus grupe, dvije sa devet a dvije sa deset učesnika (fokus grupe nisu morale imati ravnomjeren broj učesnika). Pretpostavka je da manji broj učesnika ne bi bio stimulativan za diskusiju dok bi više od deset učesnika po fokus grupi možda vodilo u kreiranje svojevrsnih „tabora“ i na taj način poništilo prednosti grupne interakcije. Učestvovali su učenici od prvog do četvrtog razreda (ravnomjerna zastupljenost nije bila bitna, važno je samo da su bili zastupljeni učenici iz svih razreda). Polovina učenika (19) bili su ekstroverti, prema Jungu (1978) aktivne i praktične ličnosti, osobe koje vole da se miješaju sa svijetom, koje vole i traže društvo, dok su drugu polovinu učesnika (19) predstavljale introvertne osobe, odnosno osobe koje vole da budu same sa sobom, kako ističe Jung (1978), koje su povučene u sebe. Učenici nisu morali biti ravnomjerno selektovani iz razreda na osnovu kriterijuma ekstrovertnosti i introvertnosti (npr. nije bilo neophodno da bude ravnomjeren broj ekstroverta i introverta iz prvog, drugog, trećeg i četvrtog razreda – važno je samo da su bili zastupljeni učenici iz svih razreda i svih psiholoških profila).

Istraživanje je obavljeno 1. i 2. decembra 2016. godine u Građevinskoj školi u Banjaluci. U istraživanju su učestvovali učenici od prvog do četvrtog razreda, ukupno 38 učenika, od čega 19 djevojaka i 19 mladića. Inače, što se samog učešća tiče, učesnicima dvije fokus grupe (jednoj introverta – devet učesnika, jednoj ekstroverta – deset učesnika) zabranili smo korištenje telefona ili nekih drugih tehnoloških „spravica“, dok smo u ostalim fokus grupama to dozvolili (deset ekstroverta i devet introverta), štaviše, učesnike smo podsticali da koriste telefone za vrijeme razgovora. Na taj način smo nastojali da na osnovu njihovog ponašanja, prije svega neverbalnih aspekata, implicitno zaključimo u kojoj mje-

ri su zavisni od telefona, kao i da li i u kojoj mjeri korištenje telefona utiče na njihovu koncentraciju prilikom razgovora.

Nakon obavljenih razgovora u fokus grupama i pohranjivanja snimaka u arhivu, pristupili smo transkripciji. Uzevši u obzir da smo grupe učesnika podijelili na one kojima je bilo dozvoljeno korištenje telefona i na one kojima nismo dozvolili da koriste telefone, bilo nam je važno da obratimo pažnju na neverbalnu gestikulaciju učesnika, posebno onih kojima smo zabranili korištenje telefona. S tim u vezi, razgovore smo transkribovali na taj način da smo pored verbalne ekspresije bilježili i neverbalne aspekte. Na primjer, jedna učesnica iz grupe kojoj smo zabranili korištenje telefona, stalno je držala telefon u ruci i vrtila ga prstima dok je razgovarala sa ostalim učesnicima. Čak je izjavila da ne može dočekati kada će se razgovor završiti pa da opet koristi telefon. Zbog takvih reakcija nam je bilo važno da obratimo pažnju i na neverbalne aspekte.

Što se načina transkripcije tiče, odlučili smo se za doslovnu transkripciju. Drugim riječima, uključili smo i nepotpune rečenice, greške, smijeh i slično, s ciljem prenošenja što autentičnije atmosfere iz diskusija. Takođe, namjera nam je bila da, bilježeći greške pri izgovoru, uočimo da li i na koji način interakcija, kao i činjenica da mogu ili ne mogu koristiti telefone, utiče na izražavanje učesnika. Međutim, nismo pristupili detaljnoj notaciji u smislu da smo označavali određene zvukove, npr. uzdahe, pauze, otegnuto izgovaranje riječi i slično. Eventualno, označili smo paralingvističke aspekte, kao što su smijeh, povišen ton i slično, i to samo onda kada smo procijenili da su isti u kontekstu sa izjavom učesnika i temom razgovora.

Nakon transkripcije, analiza podataka je počela kodiranjem iskaza ispitanika. Zatim smo kodirane iskaze svrstali u klustere i podveli pod teme višeg reda koje smo imenovali u skladu sa kategorijama značenja kodova. Nakon toga kreirali smo tabelarne prikaze tema i kodiranih iskaza. Naposljetku, kreirali smo još jedan tabelarni prikaz u kome smo uparivali istraživačka pitanja sa kodiranim iskazima. Nakon analize smo pristupili diskusiji dobijenih podataka koje smo „provlačili“ kroz prizmu istraživačkih pitanja. Diskusiji smo pristupili dvojako. Prvo smo raspravljali o istraživačkim pitanjima dovodeći ih u vezu sa kodiranim izjavama učesnika istraživanja. Nakon toga smo diskutovali o temama koje su izdvojene na osnovu kodiranih izjava. Prioritet nam je bio da pokušamo odgovoriti na istraživačka pitanja, nakon čega smo diskutovali o preostalim podacima, ako smo procijenili da su relevantni za predmet istraživanja.

Interpretaciji podataka smo pristupili trojako – realistički, fenomenološki i socijalno-konstruktivistički. Prvo smo primijenili realistički pristup generisanju znanja, odnosno pretpostavili smo da ono što učesnici istraživanja govore o svom iskustvu korištenja digitalnih informacionih tehnologija u slobodno vrijeme predstavlja odraz onoga što im se zaista dogodilo (Vilig, 2016). Njihovi iskazi su nam iz prve ruke pružili informacije o društvenim i psihičkim procesima. Tumačili smo ih na realističkim osnovama, pozivajući se na teoriju i interpretaciju autora, bez obzira na percepciju ispitanika nastojeći da uočimo stvarno stanje fenomena u fokusu. Inače, prilikom realističke interpretacije pozivali smo se ne samo na komunikološke aspekte, nego i na psihološke, kao i teoriju racionalnog izbora, između ostalih, zato što smo smatrali da je neophodno da se pomjerimo izvan jednostaranog pristupa kako bi što adekvatnije protumačili određene fenomene koje smo uočili kod ispitanika.

Zatim smo, proučavajući razlike u načinima na koje pojedinci govore o tome šta za njih znači slobodno vrijeme i nove informacione tehnologije, odnosno, tumačeći lična značenja, fokus usmjerili na subjektivno iskustvo, pri čemu smo usvojili fenomenološki stav interesujući se za perspektivu ispitanika (Vilig, 2016). Pružili smo mogućnost samim ispitanicima da daju značenje onoga što su rekli i predstave fenomen u fokusu onako kako ga oni vide.

Naposlijetku, usvojili smo i socijalno-konstruktivistički pristup, odnosno dostupnost diskurzivnih resursa pomoću kojih ispitanici govore o određenim problemima (Vilig, 2016). Prilikom diskusije smo obratili pažnju na to kako su učesnici istraživanja kroz jezik konstruisali realnost unutar društvenog konteksta.

### **3. Rezultati istraživanja sa diskusijom**

Što se očekivanja mladih tiče, konkretnije da li im informaciono-komunikacione tehnologije pružaju ono što oni očekuju od njih kada je riječ o korištenju u slobodnom vremenu, uočili smo da, prije svega, mladi nemaju pretjerana očekivanja od digitalnih tehnologija kada je riječ o korištenju u slobodno vrijeme. Stekli smo utisak da im je glavna preokupacija da im uz društvene mreže i dopisivanje na telefonima vrijeme brže prođe. Iako su i sami ispitanici prepoznali da je korištenje društvenih mreža svojevrsni bijeg od stvarnosti, naglasili su da ih to u suštini opušta. Međutim, nakon izvjesnog vremena su korigovali svoje stavove i isticali da im društvene mreže u suštini oduzimaju vrijeme i utiču

na njih na način da im odvlače pažnju. Percepciju mladih o oduzimanju vremena, odvlačenju pažnje, stvaranju ovisnosti i izostanku očekivanja od digitalnih tehnologija u kontekstu korištenja u slobodnom vremenu, možemo dovesti u vezu sa pitanjem kako se u novom životnom stilu tumači postojanje slobodnog vremena i shvatanje mladih o njemu. Pored navedenih karakteristika, na osnovu izjava ispitanika, ustanovili smo da nerijetko digitalne tehnologije mladima kreiraju svojevrsnu zamjenu za život. U današnjem hiperbrzom vremenu oni svoje slobodno vrijeme provode sami sa svojim telefonima na taj način upotpunjujući životni stil generacije „digitalnih urođenika“.

Inače, važno je napomenuti da mladi poistovjećuju telefon i internet, za njih su to sinonimi. Njima telefon prvenstveno služi za povezivanje na internet, posjetu društvenim mrežama i dopisivanje putem njih, tako da o telefonu ne razmišljaju u kontekstu sprave „...za prenošenje izgovorenih reči i drugih glasova na neku udaljenu stanicu“ (Vujalkija, 1996: 876), odnosno sprave koja se koristi isključivo za „...zvučnu metodu komunikacije“ (Brigs & Berk, 2006: 200).

Uočili smo da mladi imaju stav da je, uprkos intenzivnijim kontaktima na društvenim mrežama, u suštini manje druženja otkako su se pojavile društvene mreže. Takođe, smatraju da je došlo do otuđenja i da njihovi vršnjaci radije slobodno vrijeme provode sa svojim telefonima nego međusobno, u neposrednom kontaktu, bez telefona i društvenih mreža. Mišljenja su i da su njihovi roditelji imali ispunjenije djetinjstvo i mladost zato što nisu postojale društvene mreže. Međutim, kada smo ih pitali šta ih sprečava da i oni svoje slobodno vrijeme provode bez telefona i u neposrednoj interakciji sa vršnjacima uglavnom su odgovarali da nema objektivnih razloga zašto se ne druže više ali da opet radije biraju telefone i društvene mreže. S tim u vezi, uočili smo da su današnji mladi svojevrsna „paradoksalna generacija“, svjesni su mana koje komunikacija posredovana digitalnim tehnologijama nosi, prije svega na društvenom i psihološkom polju, kao i, kako smatraju, „gubljenja vremena“ na društvenim mrežama, ali opet svoje slobodno vrijeme radije provode „sami sa telefonima“ nego sa društvom.

Na pitanje šta u suštini za njih znači slobodno vrijeme i kako ga provode, redom, svi su isticali koliko im je važno slobodno vrijeme. Negra (drugi razred, introverti bez telefona) kaže da slobodno vrijeme za nju predstavlja otklon od obaveza. Takođe, uočili smo da jasno prepoznaju razlike između slobodnog vremena i obaveza. Kada smo ih pitali kako uopšte vide idealan način za provo-

đenje vremena, ispitanici su dali zanimljive odgovore. Redom, svi su odgovarali da idealno slobodno vrijeme vide bez telefona. Drago (prvi razred, ekstroverti bez telefona) kaže da je u dobrom društvu telefon suvišan. Ognjen (prvi razred, ekstroverti sa telefonima) ističe da kada bi mu neko nudio da izabere da li će koristiti telefon ili će biti sa drugarima, bez ikakvog razmišljanja bi ostavio telefon i vrijeme provodio sa drugarima. Marija (prvi razred, ekstroverti bez telefona) navodi da kada se kući vrati sa punom baterijom telefona onda zna da je izašla sa „pravim društvom“. Sličnog stava su i Sanja (treći razred, ekstroverti bez telefona) koja kaže da u dobrom društvu nikad ne uzima telefon u ruke, baterija joj bude puna, kao i Nina (četvrti razred, ekstroverti bez telefona) koja navodi da kada je na raspustu bude van kuće sa drugarima i baterija joj dugo traje zato što ne koristi telefon.

Međutim, na osnovu njihovih izjava u vezi sa načinom kako provode slobodno vrijeme, zaključili smo da digitalne tehnologije, konkretno društvene mreže i pametne telefone, koriste i u slobodno vrijeme i kada imaju obaveze iz istog razloga, zato što im je dosadno. Kada završe sa svojim obavezama u školi, na času, mladi se „isključče“, kao da smatraju da im izlaganje kolega i profesora ne doprinosi znanju. Telefone koriste kada im se ne da slušati profesore, kada kolege odgovaraju jer, kako smo ustanovili, nisu pretjerano zainteresovani da se usavršavaju kada je riječ o formalnom obrazovanju koje se stiče u školi. Drugim riječima, telefone opet koriste kada im je dosadno. Međutim, ukoliko takvo korištenje telefona podvedemo pod „traženje izlaznih strategija“, izbjegavanje obaveza ili protivljenje autoritetu, postavlja se pitanje zašto u drugim situacijama kada nisu u obavezi da slušaju, budu prisutni i slično, opet koriste telefone, kao što je npr. situacija prilikom izlaska sa drugarima. Na osnovu izjava ispitanika uočili smo da i u tom slučaju koriste telefone iz dosade.

Inače, dosada je česta i uobičajena pojava, kako sugerišu Benč i Lenč (Bench & Lenč, 2013), ističući da ona predstavlja zasebnu emociju koja podstiče ljude da teže novim ciljevima i iskustvima. Dosada pruža vrijednu adaptivnu funkciju upućujući poruku da je vrijeme da se ide ka novom cilju. Isti autori ističu da dosada motiviše potragu za novim ciljevima u trenutku kada intenzitet postojećeg iskustva blijedi. Međutim, na osnovu izjava naših ispitanika, ne može se zaključiti da mladi dosadu koriste kao motivaciju za potragu za nekim novim iskustvima i ostvarivanje nekih novih ciljeva, nego samo da ta ista dosada čim

prije prođe, nije bitno na koji način, stvarajući podlogu za novu dosadu i tako u krug.

Primijetili smo, takođe, da mladi nemaju previše strpljenja, tolerancije i da ne pokušavaju da riješe situacije u kojima im je dosadno, jednostavno uzmu telefone i prelistavaju sadržaje na društvenim mrežama. Dejan (treći razred, ekstroverti sa telefonima) kaže da su svi mladi takvi, da im je telefon na prvom mjestu, čim zazvoni odmah se javljaju. Takođe ističe:

*Postala nam je svakodnevnica kao, ne znam, što jedemo ili dišemo, znači bukvalno je tako. Kad nemamo internet dosadno nam je, ne znamo šta ćemo raditi, teško će ko otići sa društvom ili prošetati.*

Dakle, mladi se, prema njemu, češće odlučuju da koriste telefone umjesto da se druže sa drugarima, iako smo mogli čuti više puta da mladi kao idealno slobodno vrijeme smatraju vrijeme provedeno sa vršnjacima.

Inače, u vezi sa korištenjem digitalnih tehnologija u slobodno vrijeme, uočeno je da je kod mladih prisutan efekat preliivanja (Elster, 2014) – digitalne tehnologije koriste iz dosade i u nominalno radno vrijeme i u slobodno vrijeme istim intenzitetom. Međutim, ova teza važi samo za vrijeme školske godine, jer smo, na osnovu njihovih izjava, uočili tendenciju da mladi digitalne tehnologije intenzivno koriste samo dok traje školska godina, dok ih na raspustu, kada nemaju formalnih obaveza, koriste u manjem intenzitetu, što više odgovara efektu kompenzacije.

U kontekstu teze da korištenje društvenih mreža nema neki viši cilj, Drago (prvi razred, ekstroverti bez telefona) kaže da korištenjem telefona i društvenih mreža mladi u suštini „ubijaju vrijeme“. Uvidjeli smo da je, na osnovu izjava ispitanika, korištenje digitalnih tehnologija, društvenih mreža prije svega, samo sebi cilj, mladi nemaju percepciju da provodeći slobodno vrijeme na društvenim mrežama postižu neki drugi cilj. Generalno posmatrajući, uočili smo da mladi digitalne informaciono-komunikacione tehnologije najčešće vide kao način da se „potroši“ slobodno vrijeme. Iako pokušavaju da se „riješe“ dosade, korištenjem telefona i društvenih mreža mladi u suštini gube vrijeme, kako su sami ispitanici izjavili. Dok se Aristotel (Aristotel, 1988) nekad odlučno protivio provođenju dokolice u igri, odnosno zabavi, jer onda bi nam svrha života morala biti igra, Miljana (četvrti razred, introverti sa telefonima), kao i njeni vršnjaci, kaže da se društvene mreže danas prije svega koriste za zabavu ali i za gubljenje vremena.

Raspravljajući o prednostima novih tehnologija kao što su brzina, interaktivnost, dostupnost i slično, i o njihovom korištenju u slobodno vrijeme, Drago (prvi razred, ekstroverti bez telefona) kaže:

*Na neki način, daju nam slobodno vrijeme. Znači, mi uzmemo taj telefon, pročitamo tu lektiru za šest sati, imam naredna četiri dana koja bih čitao, imam to slobodno vrijeme. Ali, ja ga opet okupiram s tim istim telefonom.*

Dok se dokonost nekad tumačila kao stanje u kome, zbog činjenice da ne postoji obaveza, postoji mogućnost razvoja misli, današnji mladi uz pomoć tehnologije skraćuju svoje obaveze i povećavaju vrijeme za dokolicu koju opet posvećuju tehnološkim spravama koje su im omogućile više slobodnog vremena. Vidimo da internet i društvene mreže mladi ne vide kao sredstvo za postizanje nekog drugog cilja nego kao način da se potroši vrijeme. Jelena i Sanja (treći razred, ekstroverti bez telefona) kažu da kada bi ih neko pitao šta su radile dok su bile na društvenim mrežama ne bi znale odgovoriti. Štaviše, odgovorile bi da nisu radile ništa, iako su provele više sati pregledajući slike i dopisujući se.

Uzevši u obzir da mladi telefone koriste uglavnom kad im je dosadno, kako su sami rekli, i da dosta vremena provode koristeći pametne telefone, nismo se mogli oteti utisku da je, u suštini, današnjim mladim generacijama prilično dosadno. Drugim riječima, mladi se u značajnom dijelu dana dosađuju, bilo da su u pitanju obaveze (u školi, kod kuće i slično) ili da se radi o slobodnom vremenu. Terklova, inače, navodi da se u „stvarnom“ životu promjene u odnosima dešavaju postepeno, dok se tempo odnosa u „virtuelnom“ životu povećava. „Brzo se prelazi put od zanosa do razočarenja i nazad. A čim nam postane makar malo dosadno, postoji lagan pristup nekome novom“ (Terkl, 2011: 387). Ispitanici su naveli da im je dosadno kad nemaju internet, onda ne znaju šta će raditi. Jedna od učenica (Negra, drugi razred, introverti bez telefona) je čak izjavila:

*Ja ne mogu bez interneta. Ja sam sad ovdje i meni je dosadno zato što se ne dopisujem, na času mi je isto dosadno jer se ne dopisujem.*

Zbog navike da svakodnevno koriste telefone, ispitanici su sebe i svoju generaciju označili kao „robove interneta“. Kako ih podsvijest, kako su sami opisali, tjera da koriste internet i društvene mreže, isto tako u podsvijesti znaju da su previše na internetu i da trebaju stati, kako kaže Miljana (četvrti razred, introverti sa telefonom), što nerijetko kod njih izaziva grižu savjesti. Međutim, iako su svjesni loših aspekata, kada nisu na internetu i ne koriste pametne tele-

fone često osjećaju tjeskobu. S tim u vezi, Anđela (drugi razred, ekstroverti bez telefona) kaže da bi bila izgubljena bez interneta i telefona.

Kao potencijalne razloge za korištenje društvenih mreža uočili smo i konformizam i strah od izopštenja. Naime, ispitanici su izjavili da društvene mreže koriste zato što ih većina mladih koristi. Naveli su i da bi vjerovatno bili odbačeni da ne koriste društvene mreže. Koliko strah od izopštenja utiče na mlade uvidjeli smo tokom priprema za istraživanje. Naime, prilikom formiranja spiskova učesnika za fokus grupe jedna učenica je zamolila da bude uvrštena u grupu bez telefona zato što nije imala pametni telefon nego telefon starije generacije. Plašila se da će tokom učešća u fokus grupi morati da koristi telefon pa nije željela da drugi učenici vide da ona nema pametni telefon. Ljudi se, inače, konformiraju spolja zbog, prema Elsteru (2014), društvenog pritiska, ali ne nužno iznutra. U slučaju kad bi se ponašali i razmišljali drugačije, njihovi vršnjaci bi ih izbjegavali kao da su gubavi, napustili bi ih čak i oni koji bi vjerovali da su nedužni, jer bi inače i njih izbjegavali (Tokvil, 1990). S tim u vezi, naši ispitanici kažu da se uglavnom prilagođavaju društvu, nastoje da budu kao i ostali. Nikola Rot (Rot, 2010) ističe da omladinske grupe, odnosno grupe vršnjaka, vrše jak pritisak na mlade da se potčine standardima ponašanja koje je postavila ta grupa. S tim u vezi, Drago (prvi razred, ekstroverti bez telefona) kaže da kada ne bi koristio pametni telefon onda bi „ostao sa druge strane“ jer bi svi ostali koristili telefone a on bi ostao odvojen od njih. Parafrazirajući Tokvila (Tokvil, 1994) koji je zapazio da su ljudi koji su ostali vjerni staroj vjeri tokom Francuske revolucije izražavali bojazan da će joj jedini ostati vjerni pa su se, više zbog straha od usamljivosti nego zbog ubjeđenja, pridružili gomili, možemo uočiti da strah od usamljenosti, kako u virtuelnom, tako i, posljedično, u stvarnom svijetu, mlade tjera da se pridruže interakciji sa vršnjacima na društvenim mrežama.

Pored navedenih karakteristika, uočili smo i lijenost kao relevantan uzročnik korištenja digitalnih tehnologija od strane mladih u njihovo slobodno vrijeme. Većina ispitanika je izjavila da telefone i društvene mreže koriste kada im se ne da izaći vani sa drugarima, što nije rijedak slučaj. Opet vidimo da se korištenje digitalnih tehnologija ne javlja kao prvobitna namjera sa svrshodnim ciljem nego kao alternativa, doduše alternativa koja se često javlja i kao prva opcija. Pored toga, ispitanici su isticali da im društvene mreže u suštini odvlače pažnju i da ne rade ništa drugo nego da „bleje u ekran“.

U kontekstu teze da lijenost mlade često sprečava da svoje slobodno vrijeme provode na svrsishodniji i ugodniji način, iz pojedinih izjava mogli smo izvući zaključak da su im obaveze u suštini neophodne kako bi adekvatno organizovali svoje slobodno vrijeme. Međutim, na osnovu izjava ispitanika, uočili smo da mladi imaju problema sa samokontrolom, posebno jer sami ističu da nerijetko nisu u mogućnosti da adekvatno rasporede svoje slobodno vrijeme. Jelena (treći razred, ekstroverti bez telefona) kaže da je organizacija ključna za slobodno vrijeme. Međutim, ističe da niko od njenih vršnjaka nije u mogućnosti da sebi organizuje slobodno vrijeme na adekvatan način i da ograniči korištenje telefona. Sanja (treći razred, ekstroverti bez telefona) kaže da dok je trenirala mogla je da organizuje svoje slobodno vrijeme, treninge i učenje. Međutim, kako više ne trenira, ima viška vremena s kojim ne zna šta da radi:

*Bukvalno dangubim po čitav dan i sve mislim imam vremena, stići ću ja to uraditi, u stvari ništa ne uradim. Tako mi prođe dan. Bukvalno buljim u telefon ili nešto to. Ono sve mislim kao uradiću, imam ja vremena, kao nemam obaveza, i samo tako prođe dan.*

U nedostatku obaveza, iako nastoje da ih imaju što manje, slobodno vrijeme provode, kako su sami opisali, blejanjem u ekran za šta smatraju da je uzaludno i bezveze utrošeno vrijeme. To im u izvjesnom smislu stvara osjećaj slobode, iako je u suštini, što i sami priznaju, riječ o prividu slobode. Ognjen (četvrti razred, introverti bez telefona) se pita da li je on zaista slobodan ako više sati provede gledanjem nekog medijskog sadržaja. Primijetili smo da se mladi žale kako nemaju dovoljno slobodnog vremena. U kontekstu teze da mladi previše koriste digitalne tehnologije u svoje slobodno vrijeme, David (prvi razred, ekstroverti sa telefonima) sa smiješkom kaže da im je zbog toga spavanje postalo kao slobodno vrijeme.

U vezi sa raspravom o potencijalnim uticajima digitalnih informaciono-komunikacionih tehnologija na slobodno vrijeme mladih, ispitanici su izjavili da nerijetko imaju osjećaj da se koristeći nove tehnologije u suštini zatvaraju u virtuelni svijet. Drago (prvi razred, ekstroverti bez telefona), s tim u vezi, kaže:

*Otvaramo vrata svoje privatnosti drugim ljudima ali istovremeno zatvaramo sebe, ne možemo na neki način da gradimo nekog novog sebe, nego se jednostavno zatvaramo u taj neki virtuelan svijet, bježimo u to nešto nerealno i tu ostajemo, jednostavno na tome što jesmo, na neki način nas zaglupljuje, u velikoj mjeri.*

Na osnovu izrečenog uvidjeli smo da mladi iskazuju podvojena osjećanja prema digitalnim tehnologijama. Iako nerijetko imaju negativan stav, posebno prema društvenim mrežama, opšta tendencija je da masovno koriste iste te društvene mreže, i to često iz razloga koji nemaju viši cilj. Ispitanici smatraju da mladi korištenjem digitalnih tehnologija, konkretno društvenih mreža, u suštini gube vrijeme, ali da ne mogu da se odupru njihovoj „zavodljivosti“. S tim u vezi, Drago (prvi razred, ekstroverti bez telefona) kaže da kad hoće da koristi telefon za dopisivanje ili pregledavanje sadržaja na društvenim mrežama, u početku pomisli da mu je dovoljno samo petnaest minuta za to, pa će onda poslije učiti. Međutim, ispostavi se da na društvenim mrežama provede nekoliko sati i onda uči samo petnaest minuta. Isti ispitanik smatra da se na telefonu „mora biti“, kako je to on opisao. I ostali ispitanici su sličnog mišljenja. Gotovo redom, svi ističu da telefone koriste dok uče, što im u suštini oduzima vrijeme, i za učenje, ali i za slobodno vrijeme, zato što im treba znatno duže vremena da nešto nauče pa sami sebi skraćuju slobodno vrijeme. Mogli smo čuti izjave kao što je Ivanina (treći razred, introverti bez telefona) koja ističe da nerijetko dok koristi telefon zaboravi da treba učiti. Sanja (treći razred, ekstroverti bez telefona) navodeći lični primjer koliko joj telefon znači, ističe da je „zalučena telefonom“. Jednom joj je profesorica oduzela telefon zato što ga je koristila na času, nakon čega ju je uhvatila panika zato što nije znala kako će izdržati bez telefona. Na kraju je pristala da je profesorica upiše da je ometala čas samo da joj vrati telefon.

Zanimljivo je bilo Bojanovo (četvrti razred, introverti bez telefona) viđenje interneta i društvenih mreža u funkciji „premošćavanja vremena“. Kaže da kada pravi pauzu od učenja, radije će se dopisivati s drugarima na društvenim mrežama nego da izađe napolje, zato što mu za izlazak napolje i druženje treba nekoliko sati. S druge strane, na društvenim mrežama mu je dovoljno sat vremena za „druženje“. Međutim, nerijetko, kako i sam Bojan priznaje, tih sat vremena na društvenim mrežama se produži na nekoliko sati nakon čega mu je potreban „odmor od odmora“:

*Ja sam svoja tri sata potrošio. A šta sam uradio? Šta sam postigao? Nisam ništa, samo sam se umorio gledajući u ekran. Sad ja trebam sa ekrana sjesti i učiti ali ne mogu, ja sam umoran. Znači, ja moram poslije odmora napraviti odmor da bih ja bio spreman za učenje.*

Ispitanici su nerijetko izjavljivali da im korištenje društvenih mreža u suštini oduzima vrijeme i da previše vremena provode na internetu ne radeći ništa korisno. Iako se radi o korištenju telefona u slobodno vrijeme, prepoznali smo da mladi imaju želju da urade nešto korisno za sebe, ali često završe na društvenim mrežama gubeći vrijeme, kako su sami izjavili. Srećko (četvrti razred, ekstroverti sa telefonima) i Dejan (treći razred, ekstroverti sa telefonima) ističu da mladi stalno koriste telefone i da se ne odvajaju od njih. Maja (treći razred, ekstroverti sa telefonima) ponavlja tezu o pretjeranom korištenju interneta i ističe da mladi postaju svojevrsni samovoljni robovi interneta. Drago (prvi razred, ekstroverti bez telefona) kaže da digitalne tehnologije na neki način stvaraju ovisnost i da oduzimaju slobodno vrijeme. S tim u vezi, mogli smo čuti izjave kao što je Dejanova (treći razred, ekstroverti sa telefonima) koji ističe da njegovi školski drugari i za vrijeme nastave i na odmoru koriste telefone za međusobnu komunikaciju a nalaze se „metar jedni od drugih“. U kontekstu teze da su mladi postali „robovi modernih tehnologija“, Ognjen (četvrti razred, introverti bez telefona) kaže da kada bi neko ugasio internet na jedan dan, to bi bila „havarija“. Naglašava da danas ljudi imaju sve u kući, sve što im je potrebno mogu naći na internetu tako da nema ni potrebe da izlaze vani. S tim u vezi, ističe da ljudi u suštini služe internetu umjesto da internet služi ljudima.

Bojan (četvrti razred, introverti bez telefona) navodi da postoje osobe koje su previše privržene internetu, kako ističe. U značajnoj mjeri zanemaruju „realni svijet“ i žive u „virtuelnom svijetu“ od lajkova, kako su isticali naši ispitanici. Ova konstatacija ide u korak sa Ognjenovom (četvrti razred, introverti bez telefona) tezom da ljudi služe internetu. Što se uticaja digitalnih tehnologija na mlade i njihovo slobodno vrijeme tiče, Anđela (drugi razred, ekstroverti bez telefona) kaže da, pri tome ne ispuštajući telefon iz ruke, kada ju je mama kaznila i oduzela telefon na određeno vrijeme, ona je od drugarice posudila neki stariji telefon samo da bi ga mogla koristiti naveče kada svi zaspu i ne mogu vidjeti da ona koristi telefon. Međutim, neophodno je navesti da, prema Banduri (Bandura, 2009), uticaj medija nerijetko zavisi od motiva korisnika medijskog sadržaja, odnosno da ubjeđenja, u našem slučaju mladih medijskih korisnika, ne stvaraju informacije kao takve, nego način na koji mladi reaguju na njih, što se može uočiti i na osnovu izjava naših učesnika.

Koliki uticaj digitalne tehnologije imaju na mlade, možemo prepoznati i u Bojanovoj (četvrti razred, introverti bez telefona) izjavi da je potreban dogovor

o korištenju telefona u njegovom društvu kada izađu u grad. Iako ističe da u većini slučajeva on i njegovi drugari ispoštuju dogovor i izdrže da ne upale telefone, dešava se da neko ne može da izdrži, uključi telefon na taj način kvareći do tada „uspješno večer“. Uzevši u obzir da je ne samo Bojan, nego i ostali ispitanici, koristio termin „izdržati“ u kontekstu nekorištenja telefona u društvu, ne možemo a da ne primijetimo koliki uticaj digitalne tehnologije, konkretno pametni telefoni i internet, imaju na mlade. Uprkos tome što je legitimno da Bojan i njegovi drugari limitiraju i isključe potencijalni uzrok remećenja neposredne komunikacije, postavlja se pitanje zašto je uopšte potrebno da isključe i sklone telefone? Zar ne mogu izdržati da ih ne koriste? Zar je „zov telefona“ toliko jak da je sigurnije da ih isključe i na taj način onemogućće sebe da ih koriste, nego da ih jednostavno ignorišu i posvete se neposrednoj interakciji sa drugarima? Mnogim ljudima, prema Elsteru (Elster, 2014), lakše je da se u potpunosti uzdrže nego da budu umjereni. Isti autor sugerije da će ljudi umjesto ograničenja, u našem slučaju vremena provedenog na društvenim mrežama, pokušati da ograniče broj prilika u kojima mogu da koriste kompjuter. S tim u vezi, čini nam se da je lakše promijeniti okolnosti i mogućnosti mladih nego njihovu svijest, odnosno, kako Elster (2014) ističe, najbolji način da promijenite nečiju svijest jeste da promijenite njegove okolnosti. S druge strane, digitalne tehnologije utiču na naš raspon pažnje, kako sugerije Alter (2017), naglašavajući da smo pod uticajima pametnih telefona pažnju spustili ispod „nivoa prosječne zlatne ribice“. S tim u vezi, imamo potrebu da konstantno provjeravamo sadržaje na internetu, društvenim mrežama, da li nam je neko poslao poruku i slično, što svakako utiče na neposrednu komunikaciju odvrćajući nam pažnju od nje.

Ustanovili smo da mladi čak i tokom neposredne interakcije koriste telefone. Iako su gotovo svi ispitanici isticali negativne aspekte takvog ponašanja naglašavajući da je u tim situacijama „svako za sebe“, da su prisutni fizički ali da su im misli odlutale u „digitalna bespuća“, priznali su da su i sami skloni korištenju telefona u društvu. Pored toga, i kod kuće ostaju „sami sa telefonima“ što nas opet vraća tezi da mladi ne koriste internet i društvene mreže nego da one koriste njih. Nisu rijetke situacije, kako su izjavili ispitanici, u kojima njihovi vršnjaci samo djelimično učestvuju u međusobnoj interakciji sa drugarima dok veći dio vremena posvećuju digitalnim tehnologijama i njihovoj upotrebi u trenucima dokolice. Nerijetko se dešava da u društvu koriste telefone za foto-

grafisanje, obradu fotografija, dopisivanje sa trećim licima, pregled sadržaja na internetu zanemarujući pri tome grupu u kojoj se nalaze. Nikola (drugi razred, ekstroverti bez telefona) kaže da više ne može ni igrati fudbal sa drugarima zato što neko telefonom fotografiše npr. loptu, postavlja fotografije na društvene mreže, obrađuje ih, gleda da li mu je neko lajkovao ili komentarisao fotografije, dok ga ostali drugari čekaju da igraju fudbal. Ističe da ti drugari „bukvalno žive od toga“ ko će ih vidjeti na društvenim mrežama.

Društvene mreže mladima, interpretirajući Terklovu (Terkel, 2011), nude mašinski posredovani odnos sa vršnjacima što dovodi do situacije da, uprkos relativnom društvenom iskustvu, mladi iznova stvaraju sebe i svoje veze sa drugima baš kroz intimizaciju sa digitalnim tehnologijama. Ognjen (prvi razred, ekstroverti sa telefonima) kaže da kad ide sa drugarima u grad, pošto dosta njih koristi telefone dok su zajedno, ne pričaju međusobno već „samo budu na telefonu“. Umreženi, kako ističe Terklova (Terkel, 2011), oni jesu zajedno, ali njihova očekivanja jednih od drugih su smanjena u tolikoj mjeri da se osjećaju krajnje usamljeno. Inače, današnji pametni telefoni sa svojim aplikacijama za slanje poruka nude idealnu mjeru prisustva, prema Terklovoj, idealnu mjeru kontrole. Za današnje mlade „...dopisivanje postavlja ljude niti suviše blizu niti suviše daleko – već na idealnu udaljenost“ (Terkel, 2011: 40).

Dakle, ispitanici su sami primijetili da mladi sve više ostaju sami sa svojim telefonima. Maja (treći razred, ekstroverti sa telefonima) ističe da mladi idu u tom pravcu da se udaljavaju jedni od drugih, čak i u kući, u porodici. Svako ima svoj telefon, neki svoj kutak u kome je sam sa svojim telefonom, kako ističe. Navedeni opis odgovara onome što su Beri Velman i Barni Hogan (Wellman et al., 2006) označili kao „postporodična porodica“ koju čine članovi koji su usamljeni zajedno, svako u svojoj sobi za svojim telefonom, tabletom ili laptopom. Terklova ističe da u takvoj situaciji konektovanost branimo kao „način da budemo blizu, iako se efektivno krijemo jedni od drugih i odbijamo da pričamo jedni sa drugima“ (Terkel, 2011: 376). Nikoli (drugi razred, ekstroverti bez telefona) posebno je zasmatalo korištenje telefona u društvu, svojevrsna prisutna odsutnost. Simulirajući kucanje poruka, izjavio je da kada izađe u grad sa drugarima, niko ni sa kim ne priča, samo sjede za stolom i kucaju poruke, i to često jedni drugima.

Inače, kod ovog ispitanika smo prepoznali odstupanje od uobičajenog profila „digitalnih urođenika“ prema klasifikaciji Marka Prenskog (Prensky, 2001).

U jednom trenutku tokom diskusije zazvonio mu je telefon, kada je pošao da se javi izvadio je telefon starije generacije koji nema napredne opcije kao moderni pametni telefoni. Iako postoji mogućnost da nema pametni telefon zato što je skuplji u odnosu na telefone starije generacije i nije u mogućnosti da ga sebi priušti, iz njegove izjave da kad mu neko šalje poruke na društvenim mrežama ili putem nekih aplikacija on radije uzme telefon i nazove ga, zaključili smo da ga uopšte ne privlače mogućnosti koje nude pametni telefoni. S tim u vezi, slično istraživanju o korištenju digitalnih informacionih tehnologija među studentima iz Južne Afrike (Brown & Czerniewicz, 2010) koje navodi da, iako su rođeni u eri digitalnih tehnologija, nije nužno da svi mladi pripadaju generaciji „digitalnih urođenika“ zato što ne „žive sa“ modernim tehnologijama nego „pored njih“, i kod Nikole smo prepoznali da, iako nominalno pripada generaciji rođenoj u digitalnoj eri, na osnovu sklonosti, stavova i ponašanja više odgovara generaciji „digitalnih imigranata“. To nas navodi na zaključak da je podjela Marka Prenskog na „digitalne urođenike“ i „digitalne imigrante“ u izvjesnoj mjeri upitna.

Naposlijetku, na osnovu izjava pojedinih ispitanika, stekli smo utisak da bi mladi, u izostanku interneta, nakon prevladane krize, prošli kroz svojevrsnu katarzu. Milan (prvi razred, ekstroverti bez telefona) kaže:

*Ako nam nestane interneta to je kao da zatvaramo vrata u svom životu jer bukvalno mi koristimo samo društvene mreže, ne baziramo se mi toliko na Gugl, na neke podatke koji nas trebaju zanimati. Znači mi dijelimo nekako, otvaramo svoja vrata života pomoću tih društvenih mreža, objavljujemo nešto što mi radimo, neko drugi to saznaje, a kada ne bi bilo interneta onda bi živjeli u svoja četiri zida i samo bliže osobama u koje smo stekli povjerenje na pravi način, na pogled, na otvoren razgovor, komunikaciju.*

#### **4. Zaključak**

Mladi svoje slobodno vrijeme rado provode koristeći digitalne informaciono-komunikacione tehnologije i pri tome nemaju pretjerana očekivanja od njih. Glavna preokupacija im je da im uz društvene mreže, internet i telefone vrijeme brže prođe. Svjesni su negativnih uticaja novih tehnologija, ali opet ih svojevrijedno i rado koriste. Skloni su da traže „pomirljive strategije“ nastojeći

da izdvoje pozitivne aspekte „oduzimanja vremena“ na društvenim mrežama i uopšte koristeći digitalne tehnologije.

Mladima nerijetko nakon odmora provedenog uz internet i društvene mreže treba još jedan odmor. Takođe, iako teže zabavi, društvene mreže im u suštini oduzimaju vrijeme ne doprinoseći razvoju njihove ličnosti nego zaglupljivanju, kako su sami rekli. U tome možemo prepoznati svojevrsnu grižu savjesti zbog takvog načina provođenja slobodnog vremena.

Mladi digitalne tehnologije koriste iz dosade i kada su u školi, odnosno kada imaju obaveza, i kada su kući ili u gradu sa drugarima, odnosno u slobodno vrijeme, čime se potvrđuje teza da je u modernom društvu sve prisutnija relativizacija dihotomije između slobodnog vremena i vremena za rad. Drugim riječima, granice između obaveza i slobodnog vremena se gube, nerijetko spajajući ova dva intervala u jedan.

Srednjoškolci provođenje vremena na društvenim mrežama vide kao bijeg od života, naglašavajući da se osjećaju opuštenije kada pregledavaju sadržaje na Fejsbuku, Instagramu i sličnim društvenim mrežama. Osjećaj opuštenosti je prisutan samo dok koriste društvene mreže, nakon čega se osjećaju nelagodno, ili imaju osjećaj da su izgubili vrijeme ili osjećaju potrebu da i dalje pregledavaju sadržaje na društvenim mrežama.

Dosada mladima nije motivacija za traganje za novim. Društvene mreže im služe za „premošćavanje“ vremena. Mladi se ne trude da riješe situacije kada im je dosadno, jednostavno uzmu telefone. Oni osjećaj dosade pokušavaju prevazići „pasivnom aktivnošću“, provodeći sate i sate na društvenim mrežama u suštini ne otklanjajući suštinski razlog nastanka dosade nego stvarajući samo privid njenog rješenja. Poput tableta protiv bolova koje se vežu uz receptore odgovorne za osjećaj bola i blokiraju prenos informacija do centralnog nervnog sistema ali ne otklanjaju izvor bola, tako i društvene mreže na određeni period otklanjaju dosadu kod mladih ali ne otklanjaju izvor dosade na duže staze. Mladi internet, društvene mreže prije svega, ne koriste kao sredstvo za podsticanje nekog drugog cilja, nego kao način da se potroši vrijeme, cilj sam za sebe.

Provodeći svoje slobodno vrijeme na društvenim mrežama mladi nerijetko izgube osjećaj za vrijeme ostajući „prikovani“ za displeje svojih telefona po nekoliko sati čime se potvrđuje teza da je bezvremenost dominantan oblik društvenog vremena u umreženom društvu (Castells, 2000). Digitalne tehnologije mladima prvo daju vrijeme, omogućavajući brži pristup informacijama, pa ga

onda uzimaju, navodeći ih da ostanu na internetu više sati bez neke pretjerane potrebe.

Zbog straha od neodobravanja i kažnjavanja drugačijeg mišljenja koje vodi potencijalnom izopštenju, mladi u velikoj mjeri koriste digitalne tehnologije i posjećuju društvene mreže zato što to rade i njihovi vršnjaci.

U kontekstu korištenja interneta uočili smo paradoks da su mladi koji intenzivno koriste internet, društvene mreže prije svega, skloniji razvijanju negativnih osjećanja prema njima, dok mladi koji umjereno koriste internet imaju pozitivniji stav o društvenim mrežama i internetu. Štaviše, mladi koji prekomjerno koriste telefon, internet i društvene mreže vremenom prepoznaju negativne aspekte ali se ne mogu oduprijeti njihovoj zavodljivosti.

Mladi smatraju da se manje druže otkako su se pojavile društvene mreže i da su njihovi roditelji imali ispunjenije djetinjstvo zato što nisu postojale društvene mreže, iako ih niko eksplicitno ne primorava da ih koriste i da izbjegavaju neposredan kontakt sa vršnjacima. Navode da je idealno slobodno vrijeme ono koje se provede bez telefona, ali opet u većini slučajeva svoje slobodno vrijeme provode baš uz telefone, što je još jedna teza koja potvrđuje paradoksalnost današnjih mladih.

U suštini, mladi nastoje odgovoriti na zahtjeve koje je nametnulo društvo. Ipak, ustanovili smo da imaju problema sa samokontrolom. Nisu u mogućnosti da adekvatno rasporede svoje slobodno vrijeme zbog korištenja digitalnih tehnologija. Uočen je još jedan paradoks. Naime, s jedne strane mladi ističu da im obaveze pomažu u efikasnijem organizovanju vremena, a s druge strane nastoje da izbjegnu obaveze. U nedostatku obaveza slobodno vrijeme provode koristeći digitalne tehnologije što im stvara osjećaj slobode, iako su i sami priznali da je riječ o prividu slobode. Mladi se žale kako nemaju dovoljno slobodnog vremena iako nastoje da izbjegnu obaveze i koriste digitalne tehnologije kako bi skratili vrijeme za učenje i omogućili sebi više slobodnog vremena, koje opet provode uz iste te digitalne tehnologije koje im stvaraju osjećaj da nemaju dovoljno slobodnog vremena zato što im zaokupljaju pažnju. Ošti zaključak glasi da mladi u suštini ne raspolažu svojim slobodnim vremenom nego ga u značajnoj mjeri poklanjaju digitalnim informaciono-komunikacionim tehnologijama.

## Literatura

- Alter, A. (2017). *Irresistible: The Rise of Addictive Technology and the Business of Keeping Us Hooked*. New York: Penguin Press.
- Aristotel (1988). *Politika*. Zagreb: Globus.
- Bandura, A. (2009). Social Cognitive Theory of Mass Communication. In J. Bryant & M. B. Oliver (eds.), *Media Effects: Advances in Theory and Research, Third Edition* (pp. 94–124). New York and London: Routledge.
- Bench, S. W., & Lench, H. C. (2013). On the Function of Boredom. *Behavioral Sciences*, 2013, 3: 459–472.
- Brigs, A., & Berk, P. (2006). *Društvena istorija medija: Od Gutenberga do Interneta*. Beograd: Clio.
- Brown, C., & Czerniewicz, L. (2010). Debunking the ‘Digital Native’: Beyond Digital Apartheid, towards Digital Democracy. *Journal of Computer Assisted Learning*, 26(5), 357–369.
- Carr, N. (2010). *The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains*. New York, London: W. W. Norton & Company.
- Castells, M. (2000). *Informacijsko doba: ekonomija, društvo i kultura. Svezak 1: Uspon umreženog društva*. Zagreb: Golden marketing.
- Džajls, D. (2011). *Psihologija medija*. Beograd: Clio.
- Đorđević, A., Kostić, P., & Milojević, A. (2011). Psihološki profil internet zavisnika. *Teme*, 35(4), 1641–1656.
- Elster, J. (2014). *Kako objasniti društveno ponašanje: Još matica i šrafova za društvene nauke*. Beograd: Službeni glasnik.
- Fischer, H. (2006). *Digital Shock: Confronting the New Reality*. Montreal, London: McGill-Queen’s University Press.
- Ilišin, V., Bouillet, D., Gvozdanović, A., & Potočnik, D. (2013). *Mladi u vremenu krize: Prvo istraživanje IDIZ-a i Zaklade Friedrich Ebert o mladima*. Zagreb: Institut za društvena istraživanja u Zagrebu, Friedrich Ebert Stiftung.

- Jung, K. G. (1978). *Psihološki tipovi. Odabrana dela K. G. Junga I-V*. Novi Sad: Matica Srpska.
- Kuljić, T. (2009). *Sociologija generacije*. Beograd: Čigoja štampa.
- Kuzmanović, B., & Petrović, N. (2008). Vrednosni ciljevi kao činioci političkih stavova i mnjenja mladih. *Sociologija*, *L(2)*, 153–174.
- Milošević Đorđević, J. (2009). Korišćenje medija u Srbiji: osnovni trendovi. *Politička revija*, *19(1)*, 225–236.
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrant. *On the Horizon*, *9(5)*. Posjećeno 8. 7. 2014. URL: <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>.
- Radok, E. (2015). *Mladi i mediji*. Beograd: Clio.
- Rot, N. (2010). *Osnovi socijalne psihologije*. Beograd: Zavod za udžbenike.
- Subašić, B., & Opačić, B. (2013). *Vrednosti i kulturni aktivizam maturanata Srbije*. Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.
- Terk, Š. (2011). *Sami zajedno*. Beograd: Clio.
- Tokvil, A. (1990). *O demokratiji u Americi*. Sremski Karlovci: Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića.
- Tokvil, A. (1994). *Stari režim i revolucija*. Sremski Karlovci: Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića.
- Vilig, K. (2016). *Kvalitativna istraživanja u psihologiji*. Beograd: Clio.
- Vujaklija, M. (1996). *Leksikon stranih reči i izraza*. Beograd: Prosveta.
- Wellman, B., Hogan, B., Berg, K., Boase, J., Carrasco, J.A., Côté, R., Kaya-hara, J., Kennedy T. L. M., & Tran, P. (2006). Connected Lives: The Project. In P. Purcell (ed.), *Networked Neighbourhoods: The Connected Community in Context* (pp. 161–216). London: Springer.

**Mladen Bubonjić**  
Independent University of Banja Luka,  
Faculty of Political Sciences, Bosnia and Herzegovina

## THE ATTITUDE OF YOUTH TOWARDS THE USE OF INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN THEIR LEISURE TIME

***Abstract:** This paper presents the findings of empirical research on how information and communication technologies affect the leisure of high school students in Republika Srpska. Through interviews with respondents in focus groups, the goal was to answer to main research questions: How is the existence of leisure time interpreted within a new lifestyle and how young people perceive it? Do youth control virtual world or it controls them? Why „digital generations“, who make a special subculture in postmodernism, resort to social interactions through social media? How do new information and communication technologies affect young people's leisure time? Which, if any, characteristics of information and communication technologies attracted younger users and increased the share in their leisure time? The research aimed at determining whether information and communication technologies provide young people with that what they expect from them when it comes leisure usage, first of all, what leisure means to them and how they spend it – in their opinion, is it worthwhile or less purposeful. It has been found that young people show mixed feelings towards digital technologies. Although they often have negative attitudes, especially towards social networking sites, the general tendency is that they massively use them, often for reasons that do not have a higher purpose. Highschool students in Republika Srpska generally do not see information and communication technologies as means to reach another goal, but as a way to spend their leisure time. The general conclusion of the paper is that young people do not really control their leisure, but they give it away to digital technologies.*

***Key words:** information and communications technology, social networking sites, leisure, young people*

# Politička slika sveta na izbornom plakatu u Srbiji od 1990. do 2017. godine<sup>1</sup>

Siniša Atlagić<sup>2</sup>

Univerzitet u Beogradu, Fakultet političkih nauka, Srbija

doi: 10.5937/comman13-18507

*Sažetak:* Osnovni cilj u radu je da se identifikuju elementi političke slike sveta koju su izborni akteri u Srbiji nastojali da razviju kod građana od ponovnog uspostavljanja višestranačja do danas posredstvom masovne političke komunikacije. Autor rada opredelio se da realizuje zadati cilj ispitujući primenu osnovnih mehanizama realizacije strategije formiranja i održavanja „slike sveta“ u kreiranju izbornih plakata. Istraživanju se pristupilo iz ugla socijalne psihologije primenom konstruktivističkog pristupa. Osnovna metoda primenjena u istraživanju je kvalitativna analiza sadržaja. Izboru konkretnih analiziranih plakata prethodilo je utvrđivanje činilaca tzv. konteksta situacije – društveno-političkih okolnosti u kojima su plakati kreirani što je u vezi sa karakterom osnovne metode istraživanja. Za osnovni kontekstualni okvir u tumačenju onoga što je komunikator nastojao da kaže posredstvom plakata, uzete su izborne kampanje shvaćene kao krajnja faza u dugoročnoj strategiji propagandnog nastupa političkih subjekata. Izvršena je analiza plakata korišćenih u izbornim kampanjama iz 1997, 2000. i 2016. godine. Rezultati analize pokazali su da je, u pogledu primene psiholoških mehanizama kreiranja slike sveta, izborni plakat u Srbiji kompleksan. Zaključak je i da je politička „slika sveta“ birača u Srbiji iz devedesetih godina prošloga veka slična njegovoj aktuelnoj predstavi o političkom okruženju i da su njena osnovna karakteristika identifikacija sa državnom zajednicom i izražen stereotip o jakom lideru. **Ključne reči:** političko komuniciranje, slika sveta, izborne kampanje, plakati, Srbija

<sup>1</sup> Ovaj tekst rezultat je rada na projektu *Politički identitet Srbije u regionalnom i globalnom kontekstu*, evidencioni broj 179076, koji se realizuje u okviru Fakulteta političkih nauka, Univerziteta u Beogradu, finansiran od strane Ministarstva nauke Republike Srbije.

<sup>2</sup> Kontakt sa autorom: sinisa.atlagic@fpn.bg.ac.rs.

## 1. Uvod

U procesu masovnog političkog komuniciranja, percepcija primaoca informacija podrazumeva kognitivni rad na njoj. Spoznaja sveta koji okružuje pojedinca vrši se i procesom komuniciranja s drugim pripadnicima društva – čovek prima informaciju od drugih, svoje znanje dovodi u vezu sa znanjima drugih ljudi. „Već u prvim etapama socijalizacije, neko „drugi“ upoznaje pojedinca sa sredinom koja ga okružuje. Već kao dete on počinje da opaža svet u nekom zadatom okviru. Drugim rečima, uporedo s objektivnom realnošću, kod pojedinca se razvija i nekakva subjektivna realnost – slika sveta koji ga okružuje“ (Андреева, 1999: 17).

U političkom komuniciranju, „slika sveta“ se razmatra polazeći od uloge masovnih medija koji doprinose njenom razvijanju – formiranju, učvršćivanju ili promenama. Tako je od Lipmana i njegovog čuvenog dela *Javno mnjenje* (1922) do savremenih istraživača. Na koji način mediji doprinose formiranju i promenama predstava ljudi o sredini koja ih okružuje? Odgovor je u vezi sa psihološkim mehanizmima kojima se „objašnjava efektivnost uticaja masovnog komuniciranja u savremenom svetu“ (Евгенева & Селезнева, 2013: 10), a pitanje efekata medija ključno je u istraživačkim naporima komunikologa i socijalnih psihologa od početka prošloga veka. Identifikacija primene psiholoških zakonomernosti u oblikovanju političkih poruka, dalje, omogućava istraživaču da opiše strukturu predstave građana o političkom okruženju. To je i osnovna intencija u ovom radu koju ćemo pokušati da realizujemo razmatrajući ulogu masovnih medija u izbornim kampanjama u Srbiji po obnavljanju višestranačja.

## 2. Teorijski okvir i metodologija istraživanja

U savremenim društvenim i humanističkim naukama, pojam „slike sveta“ još uvek je neodređen. Pojmovnu neodređenost na polju komunikologije prati terminološka razućenost začeta još Lipmanovim dovođenjem u vezu „slike sveta“ sa stereotipom, a onda i drugih autora sa imidžom. Prema Lipmanu, stereotip je „slika sveta“, ali „slika sveta koja ne mora da bude celovita, slika mogućnog sveta, onog na koji smo se privikli“ (Липман, 2004: 108). U vidu stereotipa, pak, prema Slavujeviću (2009: 98), formira se imidž i to, takođe, kao „necelovita slika“ formirana sa tendencijom da „...selekcionisane karakteristike postaju karakteristike objekta uopšte“ (2009: 97). Pritom, termini „picture“,

koji Lipman koristi da bi označio pomenuti pojam, i „image“, koji dominira u savremenoj komunikološkoj i politikološkoj literaturi u smislu određenja potonjeg pojma, u engleskom jeziku se koriste i kao sinonimi – predstava, ideja ili mišljenje/mnjenje (Macmillan English Dictionary, 2002).

Uz pomenute pojmove, a sa sličnim značenjem, koristi se i onaj koji se u engleskom jeziku označava terminom „world view“. U razmatranju uloge medija u savremenim političkim procesima, Lou ga dovodi u vezu sa Diltajevim razumevanjem *Weltanschauung*-a, značajnog koncepta u kognitivnoj filozofiji, kojim se, kako ističe, „sažeto izražava to kako ljudi, usvajajući znanja, uverenja i jezik, dolaze do toga da svet *vide* na određeni način (Lou, 2013: 164). Uloga jezika u Louovom razumevanju ideje Diltaja kojom su, kako tumači, objedinjeni koncepti koji su godinama razvijani ono što je Hol podrazumevao pod „mapama značenja“, Rokič pod „sistemima verovanja“, a Džordž pod „operacionalnim kodovima“ – ključna je. Pišući o „pogledu na svet“, iznosi da se pojedinci socijalizuju tako što im se „jezički konstruisane slike 'usađuju' u glavu“ (Lou, 2013: 164). *Weltanschauung*se, ipak, u filozofiji ne tiče se dominantno razumevanja realnosti koju „dele“ pripadnici jezičke zajednice (Underhill, 2012).

U ovom radu, polazeći od intencije izražene u uvodu, „slici sveta“ pristupaće se iz ugla socijalne psihologije i konstruktivističkog pristupa. Ne može se, čini se, prenebregnuti mišljenje da predstava koju pojedinac ima o svetu koji ga okružuje nije puki odraz u ogledalu u svesti čoveka i društva pojava i procesa u stvarnosti, kao i to da značajnu determinantu našeg mišljenja predstavlja način na koji je pojedinac socijalizovan i čemu je bio izložen tokom obrazovanja i posredstvom ranije dobijenih medijskih slika. Uprkos nizu osobnosti koje razdvajaju različita određenja ovog pojma i pojmova sa kojima se on dovodi u vezu, prevashodno sa imidžom (Евгенева & Селезнева, 2013: 13; Шестопал, 2015: 15), opredeljujemo se za određenje prema kom je *slika sveta* „celovit sistem predstava čoveka o svetu, o drugim ljudima, o sebi i svojoj delatnosti“ koji se oslanja na „...najdublje elemente kulture, utemeljen u sistemu društvenih vrednosti, normi, običaja ili tradicija“ i koji se „...bazira kako na racionalnim, tako i na iracionalnim simboličkim elementima društvenog iskustva“ (Евгенева & Селезнева, 2013: 11). Mada je zagovornicima konstruktivističkog pristupa u istraživanjima svojstveno i to da mogu da zapadnu

u krajnji relativizam<sup>3</sup>, ovaj pristup se čini pogodnim za razumevanje procesa medijalizovane komunikacije, a naročito persuazivne, poput izborne političke komunikacije.

U opisu strukture političke „slike sveta“ koju su promovisali politički subjekti u Srbiji u periodu od uspostavljanja višestranačja do danas, a nastojeći da realizuju njene osnovne funkcije – stvaranje osnova za vladavinu utemeljenu na pristanku ljudi, jačanje uloge političkog vođstva, socijalizujuća funkcija i funkcija obezbeđivanja „objašnjenja sveta“ i davanja „smernica za akciju“ (Lou, 2013: 175) – u istraživanju će se poći od osnovnih mehanizama realizacije strategije formiranja i održavanja „slike sveta“ ranije prepoznatih u socijalnoj psihologiji. Reč je o identifikaciji, socijalnoj kategorizaciji, socijalnoj i kauzalnoj atribuciji i mehanizmu stereotipizacije (Евгенева & Селезнева, 2013: 20). Na primenu ovih mehanizama u uobličavanju i popularizaciji političke „slike sveta“ ukazaće se kvalitativnom (nefrekvencijskom) analizom sadržaja medijskih proizvoda – oblika promocije političkih izbornih subjekata. Izabran je plakat, kao oblik izborne promocije, a razlozi ovog izbora potiču od njegove ranije primene u sličnim istraživanjima (Евгенева & Селезнева, 2013), kao i od skrajnutosti ovog oblika političke promocije na domaćem planu naučne i stručne analize.<sup>4</sup> Izbor plakata koji će u radu biti analizirani u vezi je sa njegovim razumevanjem kao „odraza specifičnih okolnosti“ u kojima oni nastaju (Burgess, 2014: 28) i u vezi sa osnovnom metodom istraživanja. Naime, kvalitativna analiza sadržaja podrazumeva orijentaciju na otkrivanje značenja „onog što je komunikator hteo da kaže“, oslanjajući se u prvom redu na kontekst iskazanog sadržaja, što podrazumeva prethodno utvrđivanje određenih činilaca konteksta. U našem slučaju, u prvom planu je tzv. kontekst situacije – okolnosti u kojima se poruka plasira

<sup>3</sup> Ovo se ogleda u sklonostima potpunog zanemarivanja predmetne objektivnosti, a što za posledicu ima to da se tumačenjima realnosti/socijalnim konstrukcijama pokušava izmaći proveru istinitosti i naučnosti i da se mogu proceniti samo na osnovu svoje ideološke pozicije.

<sup>4</sup> U domaćoj literaturi je moguće identifikovati samo tri rada u kojima autori nastoje da ukažu na značaj plakata kao sredstva političke propagande i marketinga u izbornoj komunikaciji u Srbiji od 1990. do danas. Reč je o odeljcima posvećenim plakatima u knjizi Z. Slavujevića *Izborne kampanje - Pohod na birače: Slučaj Srbije od 1990. do 2017. godine* i njenom proširenom izdanju *Pohodi na birače u ime države i naroda: Izborne kampanje u Srbiji od 1990. do 2017. godine* i u izdanju *Vreme na zidu* (Ćirić & Stanić, 2005). Slavujević (2017: 216–251) je, nastojeći da prikaže ulogu plakata u celini izbornog propagandnog mehanizma političkih partija od 1990. godine do danas, posebnu pažnju obratio na izbornu funkcionalnost plakata, sadržaj i formu poruka koje su plakatima prenošene i politički kontekst i uslove u kojima su ove poruke plasirane. Ćirić i Stanić (2005: 24–26) se pravashodno bave estetskim formama i primenjenim grafičkim rešenjima. Iz drugih mogućih uglova – psihologije izborne komunikacije, percepcije konzumenata i uloge profesionalnih marketinških timova u njihovom osmišljavanju, istraživači se, dosad, nisu bavili.

(Milosavljević & Radosavljević, 2000: 553). Reč je o izbornim kampanjama shvaćenim kao „vršna tačka“ u osmišljenoj dugoročnoj strategiji propagandnog nastupa političkog subjekta (Slavujević, 2009: 159). Izbor konkretnih plakata je dalje sužen njihovim dovodenjem u vezu sa okosnicama kampanje – osnovnim porukama u kampanji koje omogućuju orijentaciju biraču – olakšavaju identifikaciju partije ili kandidata, određuju prioritet njihovog angažovanja i naglašavaju njihovo razlikovanje u odnosu na konkurenciju (Slavujević, 2009: 199). One (okosnice) bivaju izražene sloganima koji predstavljaju i sastavni deo plakata. No, plakat će biti analiziran u celosti, to jest, u obzir će biti uzeti njegov vizuelni i verbalni sadržaji, polazeći od ranije utvrđenog: da se korišćenjem slikovnih sadržaja na plakatima smanjuju mogućnosti njegove različite interpretacije (Slavujević, 2009: 232). Najširi okvir analize plakata predstavljaju vrednosna orijentacija izbornih subjekata u Srbiji posle uspostavljanja višestranačja, a polazeći od razumevanja vrednosti kao „rukovodećih načela politike i političkog delovanja“ (Đurić, 1972: 233). Dakle, shema istraživanja mogla bi da se predstavi kao sukcesivni niz:

utvrđivanje vrednosne orijentacije → utvrđivanje okosnica/osnovnih poruka kampanje → identifikacija odnosnih plakata → tumačenje strukture „slike sveta“ (identifikacijom psiholoških mehanizama u kreiranju plakata).

U vezi sa vrednosnom orijentacijom kao najširim okvirom istraživanja, reč je, konkretno, o instrumentalnim vrednostima na kojima su vođene izborne kampanje u Srbiji. One (instrumentalne vrednosti) stiču ovaj kvalitet kao sredstva ostvarivanja nekih najopštijih vrednosti – ciljeva, a njihova trajna kombinacija određuje opšte vrednosne orijentacije (Životić, 1986: 48). U slučaju srpskog društva, reč je o dvema ključnim instrumentalnim vrednostima kao sredstvima dostizanja blagostanja kao najopštije vrednosti u društvu identifikovanih u ranijim istraživanjima (Atlagić, 2015; Slavujević & Atlagić, 2015; Slavujević, 2017): tokom 1990-ih, reč je o zaštiti nacionalnog i državnog interesa, a posle 2000. godine o priključenju Srbije Evropskoj uniji.

Osim pomenutog, situacioni kontekst u kojem su nastajali plakati predstavlja struktura partijske scene i karakter partijskog sistema koji su značajno menjani u periodu od prvih održanih višestranačkih parlamentarnih izbora u Srbiji do danas, a koja je uticala i na način vođenja izbornih kampanja, a time i na stvaranje izbornih plakata. Naime, tokom devedesetih godina prošloga veka, opšte karakteristike izbornih kampanja bile su određene osnovnom karakteri-

stikom novouspostavljenog višepartijskog sistema – apsolutnom dominacijom jedne partije u društvu i na političkoj sceni Srbije, nasuprot kojoj se nalazila razjedinjena opozicija, sklona „neprirodnim“ koalicijama i radikalnim prepozicioniranjima. Slično je i posle parlamentarnih izbora iz 2012. godine, s tim što je na vlasti stabilna i ideološki „neprirodna“ koalicija na čelu sa dominantnom partijom, hegemonom na partijskoj sceni (Pavlović & Antonić, 2007; Jovanović, 2008; Orlović, 2008; Vučićević, 2016; Vladisavljević, 2016).

Polazeći od navedenoga, u istraživanju će biti analizirani izborni plakati kojima su plasirane osnovne poruke koje su ključne vladajuće i opozicione partije upućivale građanima u vezi sa sledećim izbornim kampanjama – kampanjama za republičke parlamentarne i predsedničke izbore iz 1997, kampanjama za izbore za predsednika SRJ, savezne i republičke parlamentarne izbore 2000. i kampanji za republičke parlamentarne izbore 2016. godine. Republički parlamentarni izbori iz 1997. godine prvi su redovni parlamentarni izbori u seriji parlamentarnih izbora održanih na početku višestranačja. Prvi su parlamentarni izbori održani po završetku rata u bivšoj Jugoslaviji. Kampanja za ove izbore u značajnoj meri oslikava opšte karakteristike kampanja i izbornih subjekata iz prethodnih kampanja. U kampanji dominantne partije nije bilo izrazitih novina u odnosu na ranije kampanje, a razjedinjenost opozicije, njena opšta karakteristika iz devedesetih, dostiže vrhunac koji se u kampanji reflektuje podelom na one koji su odlučili da učestvuju u kampanji i one koji su je bojkotovali (Slavujević & Atlagić, 2015: 57). Otuda analiziramo i izbornu i antiizbornu kampanju iz ove godine. Konačno, kampanja za parlamentarne izbore „slila“ se u kampanje za dva kruga predsedničkih izbora održanih iste godine. Kampanje iz 2000. godine karakteristične su zbog toga što je posle njih došlo do smene vlasti, promene vrednosne orijentacije u politici zemlje i preorijentacije zemlje na spoljnopolitičkom planu. Konačno, kampanja iz 2016. godine je u uzorku poslednja kampanja za parlamentarne izbore u Srbiji, karakteristična po pomenutoj sličnosti strukture partijske scene sa onom iz devedesetih, ali sa vrednosnom orijentacijom karakterističnom za političke subjekte koji su posle izbora 2000. godine došli na vlast.

### 3. Mehanizmi formiranja „slike sveta“ i njihova primena na izbornom plakatu u Srbiji

Kontekstom sociokulturne krize koja se razvila u srpskom društvu tokom devedesetih godina prošloga veka, odnosno krizom identiteta ličnosti u kojoj se ova može manifestovati<sup>5</sup>, mogao bi da se objasni mehanizam identifikacije kao značajna karakteristika političkog procesa u postkomunističkoj Srbiji. Samoidentifikacija ličnosti u komunističkom društvu, poput jugoslovenskog, zasnivala se na sistemu sociokulturnih i političkih predstava i vrednosti koji su definisali odnos pojedinca prema društvenoj stvarnosti i svom mestu u njoj. Slika sveta koja je u tom periodu razvijana uspešno je stabilizovala svest i ponašanje većine građana. Međutim, njeno razaranje početkom 1990-ih uslovalo je njihovu destabilizaciju. Značenja vrednosti i normi koje su prethodno definisale proces samoidentifikacije pojedinca su izmenjena, a opšteprihvaćeni ciljevi su lišeni smisla (Евгенева & Селезнева, 2013: 23). Ideja demokratije, razumevana na različite načine – ili kao „zapadna demokratija“, u smislu ideala kojem Srbija treba da teži, kao zajednica „demokrata u smislu suprotnosti zajednici „neprijatelja demokratije“ (komunista i nacionalista) ili kao simbol reformi koji je u svesti ljudi razvijao velika očekivanja koja su kasnije dovela do razočaranja – nije postala osnov samoidentifikacije.<sup>6</sup> Spremnost pojedinca da se, u uslovima sociokulturne krize, odriče individualnosti u zamenu za osećanje zaštićenosti, sigurnosti, dovela je, u njenoj ranoj etapi, „utapanje“ u grupu i to, prevashodno, etničku i etnokonfesionalnu, ali i regionalnu. One postaju osnov identifikacije koji koriste stranački i državni lideri. Konačno, zarad identifikacije sa zajednicom percipiranom kao „mi“, od suštinskog značaja su „oni“ – drugi, drugačiji ili, čak, neprijatelji. U izornoj komunikaciji oni često bivaju individualizovani i dobijaju simbolički smisao.

<sup>5</sup> Analizirajući pojavu krize identiteta u savremenom zapadnom društvu, nemački sociolog Elias (Элиас, 2001) izvodi zaključak da „iskustvo koje leži u osnovi predstave o „JA“ koje je izgubilo vezu sa „MI“ odražava konflikt čovekove prirodne potrebe za afirmacijom od strane drugih pripadnika zajednice u kojoj živi i afirmacije tuđe individualnosti od samoga sebe. Ali, u kakvom god da je obliku ova potreba u pojedinačnim slučajevima, želja za životom u ljudskom društvu, primanje i davanje u afektivnim odnosima sa drugim ljudima, odnosi se na elementarne uslove ljudskog postojanja“ (Элиас, 2001: 279).

<sup>6</sup> Do koje mere među građanima Srbije vlada konfuzija u pogledu prihvatanja (ne)demokratskih stavova i načina ponašanja govore rezultati tematskog javnomnjenjskog istraživanja CPIJM IDN iz Beograda sprovedenog u novembru 2010. godine. Uprkos dvotrećinskom načelnom prihvatanju demokratije kao „najboljeg oblika vladavine“, na temelju indeksa ne/demokratske orijentacije (sačinjenog na osnovu 29 pitanja), samo 17 % građana iskazuje demokratsku, 3% nedemokratsku orijentaciju, dok čak 80% njih ima ambivalentnu orijentaciju prema sasvim konkretnim stavovima o demokratiji kao vrednosti, kao sistemu i kao skupu obrazaca ponašanja (Slavujević, 2010: 63–67).

Na ulogu lidera u formiranju grupnog identiteta u izbornoj kampanji iz 1997. godine upućuje plakat koalicije okupljene oko Socijalističke partije Srbije (SPS). Plakat sa likom Slobodana Miloševića praćen osnovnim sloganom u kampanji – „Za Srbiju“ izraz je potrebe za nacionalnom homogenizacijom, izraženom karakteristikom društvene i političke scene u Srbiji tokom devedesetih i posle 2012. godine.

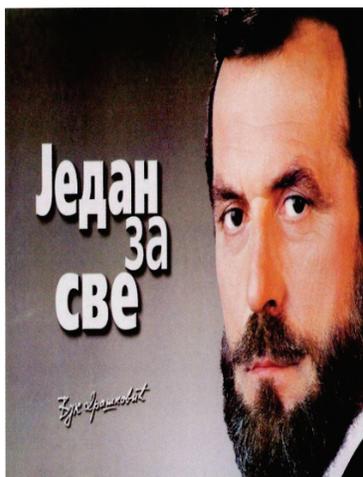


*Slika 1: Izborni plakat Socijalističke partije Srbije „Za Srbiju“, 1997. godina*

Isti obrazac iskorišćen je i za savezne parlamentarne izbore 2000. godine sa sloganom „Za Jugoslaviju“. Ovaj slogan dopunjavan je sloganom „Pod zastavom slobode“ kojim se asocijalo na ime lidera socijalista i njegovu pobjedu u borbi za očuvanje teritorijalnog integriteta zemlje. Lider je, u nestabilnom društvenom okruženju u kojem se kampanja odvija, garant sigurnosti, on je tu da razvije osećanje zaštićenosti i odagna strahove.<sup>7</sup>

Nastojanje da se politička partija prikaže garantom ispunjenja nadanja, želja i potreba građana istaknut je plakatom koalicije Demokratska stranka Srbije (DSS) i Dveri. Reč je o belom listu papira na čijem se donjem delu nalazi ispisana reč „sreća“, osnovni slogan iz kampanje ove koalicije, dok je velika bela površina namenjena prolaznicima da upisuju ono što je za njih seća. Osim ovoga, korišćen je i nepersonalizovani plakat sa sloganom „Sreća za Srbiju“. Reč je, kao i u slučaju SPS-a dve decenije ranije, o izrazu identifikacije sa državnim zajednicom.

<sup>7</sup> SPS je u kampanji iz 1990. godine izrazio ovu intenciju i plakatom sa porukom „Sa nama nema neizvesnosti“. Godinu četvrt veka kasnije, sa istim intencijama nastupio Srpska napredna stranka i predsednički kandidat Boris Tadić primenom plakata sa identičnom porukom – „Za sigurnu budućnost“, ističući podtekst svih kampanja posle 2000. godine – priključenje Srbije EU.



*Slika 2: Izborni plakat Srpskog pokreta obnove „Један за све“, 1997. godina*

Identifikacija sa liderom partije u obliku personalizovanog plakata od značaja je u svakom izbornom ciklusu, a naročito karakteristična na plakatu predsedničkog kandidata Vuka Draškovića iz 1997. godine, sa porukom „Један за све“. Draškovićevo naglašeno emotivno suprotstavljanje ostacima bivšeg komunističkog režima u Srbiji i Jugoslaviji tokom 1990-ih godina istaknuto je aluzijom na Hristovo žrtvovanje za čovečanstvo. Ovim se, uz intenciju razvijanja potrebe za autoritetom, upućuje na konfesionalni identitet zajednice koji biva dodatno istaknut plakatom (nepersonalizovanim, sa stilizovanim logoom stranke Srpski pokret obnove) iz kampanje za parlamentarne izbore iz iste godine sa porukom „Ljubav, vera, nada“, preuzete iz poslanice apostola Pavla upućene Korinćanima.

Individualizacija „MI“ i identifikacija sa političkim liderom dobija simbolički smisao na plakatu koalicije Demokratska opozicija Srbije (DOS) iz 2000. godine. Pitanje „Ko danas govori u ime svih nas“ na plakatu je kombinovano likom Vojislava Koštunice. Odgovor na ovo pitanje, kao i na čuveno „Ko uvek sme da vas pogleda u oči?“, a kojim se aludiralo na poštenje kao komparativnu prednost predsedničkog kandidata DOS-a u odnosu na glavnog protivkandidata, učitavana su na nepersonalizovanim plakatima sa porukama „Ko? Koštunica. Naravno.“ Nasuprot porukama kojima je podsticana nacionalna homogenizacija tokom devedesetih, „MI“ je, u ovom slučaju, narod kao okvir identifikacije,

svi oni građani suprotstavljeni režimu, prorežimskim strankama, vojsci, policiji i njima lojalnim građanima na čiju podršku računaju kreatori plakata sa crno-belom slikom (simbolom prošlih vremena) bračnog para Milošević precrtanom dvema dijagonalno ukrštenim crvenim linijama i porukom „Narod se pita“, ispisanom crvenim slovima. Ipak, prostor za homogenizaciju, ali na drugačijoj, građanskoj osnovi, otvoren je sloganom „Mi pobeđujemo, svi dobijaju“ na plakatu sa fotografijama mladih kao simbola svetle budućnosti.



*Slika 3: Izborni plakat Demokratske opozicije Srbije „Ko uvek sme da vas pogleda u oči“, 2000. godina*

U kampanji iz 2016. godine, opet „pobeđuje Srbija“ predvođena liderom dominantne partije na partijskoj sceni. Izborna persuazija zasnovana na identifikaciji sa državnom zajednicom izražena je personalizovanim plakatima Srpske napredne stranke „Aleksandar Vučić – Srbija pobeđuje“ i „Ujedinjeni možemo sve“.<sup>8</sup> Inače, identifikacija sa državnom i nacionalnom zajednicom posredstvom lidera, ali i partije, karakteristična je za Vučićevu prethodnu partiju – Srpsku radikalnu stranku još od njenog osnivanja.

<sup>8</sup> Podsticanje na identifikaciju sa regionalnom zajednicom u Srbiji je od uspostavljanja višestranačja karakteristično uglavnom za regionalne partije, pa tako Liga socijaldemokrata Vojvodine, sa intencijom eliminacije nepoželjnih subjekata sa političke scene, ističe plakat na kojem dominira fotografija struka pšenice sa porukom „Za žito bez kukolja“. Ipak, to je slučaj i sa partijom vladajuće koalicije iz sredine 1990-ih. Nova Demokratija, koalicioni partner Socijalističke partije i Jugoslovenske levice, plasira seriju nepersonalizovanih plakata sa različitim sloganim, između ostalog i sa „Srbija Srbijancima“.



*Slika 4: Izborni plakat Srpske napredne stranke „Aleksandar Vučić – Srbija pobeđuje“, 2016. godina*

Za razliku od navedenog, nastojanje da se prevaziđe kriza identiteta pojedinca prikazana je u formi plakata Demokratske stranke i iskorišćena za promociju ideje o bojkotu izbornog procesa 1997. godine. Crtani lik zbunjenog razroknog čovečuljka sa magarećim ušima, koga prati poruka (koja počinje onomatopejom njakanja magarca) da veruje da neće biti izborne krađe, na prvom plakatu, prati drugi plakat na kojem je isti čovečuljak prikazan veseo sa skinutim magarećim ušima koje drži u rukama i sa porukom „I ja sam se opametio, bojkotujem ove izbore“.



*Slika 5: Izborni plakat Demokratske stranke „I ja sam se opametio! Bojkotujem ove izbore“, 1997. godina*

Istovetna poruka šalje se i plakatom DS-a sa sloganom „Budi hrabar, reci dosta!“ na pozadini sačinjenoj od naslova tekstova iz režimske štampe o sve boljim uslovima života kojom se aludira na lažljivu i obmanama sklonu vlast.

Plakatima koje plasiraju, politički subjekti interpretiraju ponašanje ličnosti ili grupe (objekta) pripisujući njihovim spolja vidljivim aktivnostima određene motive. Posmatrano iz ugla psihologije, ovo je u vezi sa potrebom pojedinca da razume i objasni razloge događaja. Izbor motiva koji će biti pripisan zavisi od iskustva subjekta<sup>9</sup>, ali i od rezultata kategorizacije objekta kao predstavnika svoje ili tuđe grupe (mi vs. oni) na osnovu kojih njegovi motivi mogu da budu ocenjeni kao prihvatljivi ili neprihvatljivi. Ovo, konačno, nalazi izraz u mehanizmu socijalne atribucije koji podrazumeva interpretaciju ponašanja pojedinca ili grupa, pri čemu im se pripisuju određene (pozitivne ili negativne) osobine, namere ili postupci. Tako, u pomenutoj antiizornoj kampanji iz 1997. godine, Demokratskastranka Srbije (DSS) koristi plakat „Jadac“ – na beloj pozadini dominira crveni tanjir na kojem se nalazi pileća grudna kost (jadac). Crveni tanjir simbolizuje socijaliste, a jadic njihovu politiku – prevaru (Slika 5). Gotovo dvadeset godina kasnije, ponašanje Srpske napredne stranke identično interpretira pokret Dveri plasirajući nepersonalizovani plakat sa porukom „Vaš glas protiv izborne prevare i laži“ u postizornoj kampanji 2016. godine. Ovaj mehanizam do izražaja naročito dolazi na pomenutom plakatu sa pitanjem „Ko uvek sme da vas pogleda u oči“ iz kampanje Demokratske opozicije Srbije 2000. godine sa likom V. Koštunice u gro planu.

Rat „neprijateljâ“, koji se u političkoj komunikaciji od poznih 1980-ih do danas u Srbiji označavaju terminima „komunjare“, „izdajnici“, „strani plaćenici“, „žuti“, „ustaše“ itd., na plakatima karakterističan je bio u kampanji 2000. godine, obeleženoj snažnim ideološkim nabojem na liniji nacionalno vs. građansko/evropsko, izrazito podstaknutim bombardovanjem Srbije 1999. godine od strane zemalja NATO aijanse. Ima li boljeg primera od onoga kada na letak omladine Jugoslovenske levice, na kojem je prikazan pripadnik Hitlerove omladine sa simbolom Otpora, što prati natpis „Madlenina omladina“ (aluzija na Medlin Olbrajt, neprijateljski raspoloženu prema Srbima), Otpor odgovara letkom sa slikom predsednice Jugoslovenske levice Mirjane Marković u nacističkoj uniformi sa natpisom „JUL-ova omladina“ i njenim citatom „Naša kreativna partija je prilično, da ne kažem, veoma disciplinovana“?<sup>10</sup>

<sup>9</sup> Američki istraživač Keli je smatrao da se u slučaju odsustva pune informacije o uzrocima nekog događaja ljudi oslanjaju na modele interpretacije ponašanja na koje su navikli. Oni podrazumevaju ubeđenja zasnovana na socijalnom iskustvu i sadrže informaciju o tom kako je određen tip uzroka povezan sa određenim rezultatima (Келли, 2000).

<sup>10</sup> U negativnoj kampanji protiv Vojislava Koštunice kao predsedničkog kandidata 2002. godine pojavljuje se nepotpisan letak „Tim koji pobeđuje“ sa slikom Koštunice i, prema autorima plakata, njegovih nepopularnih saradnika.

Kulturne različitosti, to jest, stereotipi kulture kojoj pripadamo, prema Lipmanu, u najvećoj meri određuju pogled na svet oko nas.<sup>11</sup> Ovaj element mišljenja, kojem je od Lipmana do danas posvećena značajna pažnja u socijalnoj psihologiji i komunikologiji, karakterišu shematizovanost i uprošćenost predstava o stvarnosti sa izraženim emocionalnim nabojem, postojanost, netačnost i koherentnost, to jest, visok stepen zajedničkog u predstavama pripadnika grupe u kojoj je ovaj formiran (Slavujević, 2009: 94; Евгенева & Селезнева, 2013: 42–44). Svaki od ovih elemenata određenja stereotipa<sup>12</sup> bio je predmetom teorijskih razmatranja. U vezi sa temom ovog rada, od naročitog značaja je njegova postojanost shvaćena, svakako, ne kao apsolutna nepromenljivost, već skopčana sa zakonomernostima njegovih promena uslovljenih socijalno-političkim faktorima, što ga i razlikuje od trenutnih predstava i utisaka. Konkretno, u vezi sa kognitivnom disonancijom kao osnovom njegovih eventualnih promena, istaknuti savremeni ruski psiholog Nazaretjan zapaža da „zapadajući u polje disonantne informacije, kod stereotipa ne nailazimo na tendenciju njegovog nestanka, nego se on izvorne, održava se, menjajući samo svoju valentnost (emocionalni predznak); bezuslovno dobro se preobraća u bezuslovno loše“ (prema Евгенева & Селезнева, 2013: 46). Ovakav zaključak je rezultat istraživanja stereotipije kod stanovnika Rusije koji su slomom Sovjetskog Saveza, u ideološki „nестandardnim“ okolnostima, suočavajući se sa bujicom novih informacija i njihovih interpretacija, u razmaku od svega nekoliko godina bili skloni da sebe, svoj narod i domovinu vide kao najgore na svetu. Mnogi su tvrdili da su Sovjeti čak i rat (Drugi svetski rat – S. A.) izgubili, da je let u kosmos bio samo bacanje novca, da su se narodi bivše zemlje međusobno mrzeli sve vreme i da je sva istorija zemlje istorija bezakonja i ružnoće. Na delu je bio trijumf stereotipa – „prevrtljivac“ (Евгенева & Селезнева, 2013: 46). Sličnosti u obrascu „izvrtanja“

---

Pogodan za vođenje negativnih kampanja, mehanizam socijalne atribucije je, u vreme vladavine koalicija okupljenih oko Srpske napredne stranke, karakterističan za neizborni period, a naročito povodom rešavanja kosovskog pitanja. Ovaj mehanizam dolazi do izražaja kada učesnici procesa percepcije pripadaju različitim kulturama ili etničkim grupama. Tako je u aprilu 2013. godine Niš svanuo oblepljen nepotpisanim plakatima sa likovima Tomislava Nikolića i Aleksandra Vučića sa porukom „Mala je ovo zemlja koliko smo mi izdajnici“, a onda je pokret „Naši“ plasirao plakat „Crna trojka“ sa likovima Nikolića, Vučića i Dačića sa karakterističnim albanskim kapama na glavama i sa porukom „Oni su izdali Kosmet“.

<sup>11</sup> „U ogromnoj, bučnoj raznobojnosti spoljašnjeg sveta, mi izolujemo ono što je već definisano našom kulturom. Mi percipiramo objekte prema stereotipima naše kulture“ (Липман, 2004: 97).

<sup>12</sup> U njihovom mnoštvu je i Slavujevićevo, kojim nastoji da obuhvati istražene karakteristike. Prema njemu, reč je o „standardizovanim mentalnim slikama, afektivnim stavovima ili nekritičkim sudovima o osobama, grupama, institucijama, temama ili događajima zajedničkim za članove određene grupe“ (Slavujević, 2009: 94).

stereotipa sa pomenutim su očigledne u političkoj i izbornoj komunikaciji u Srbiji raspadom Jugoslavije i kao takve primetne i danas, između ostaloga i na izbornim plakatima. Tako, rezultati istraživanja koje je na teritoriji Srbije izvršila agencija Ninamedia u periodu od 23. do 30. juna 2018. godine, simulirajući stvarne izbore, a istražujući popularnost imidža „kandidata“ – državnika koji su vodili Srbiju i obeležili određene epohe u poslednjih sto godina, pokazuju da bi najveći broj (četvrtina) građana Srbije za predsednika izabrali vladara socijalističke Jugoslavije Josipa Broza Tita, čoveka u čije vreme su ukinute brojne političke slobode i instituti poput demokratskih izbora (list *Nedeljnik*, 26. jul 2018). A upravo je pitanje slobode izbora bilo ključno u sklopu teme demokratizacije društvenog i političkog života i raskida sa komunističkom prošlašću na kojoj su kampanje gradile opozicione stranke tokom 1990-ih godina, ali i danas.<sup>13</sup> Na ovo ukazuju pomenuti plakati iz protesta 1997. i 2016. godine, ali i iz izbornih i postizbornih kampanja poput plakata Demokratske stranke „Pošteno“ iz 1993. i plakata DOS-a „Obranite svoju izbornu volju i dostojanstvo srpskog naroda“ publikovanog posle izbora od 24. septembra 2000. godine. Drugi deo poruke na potonjem plakatu „oslanja“ se i na stereotip o slavnoj srpskoj prošlosti, na kojem deo opozicije vodi kampanje tokom 1990-ih godina. Tako je pozicioniranje Srpskog pokreta obnove, kao izrazito nacionalne partije koja je vodila naglašene ideološke kampanje suprotstavljanja, poentirano plakatom iz izborne kampanje iz 2000. godine sa porukom „Za vaskrs snage i slave Srbije“ i fotografijama sa skupova na otvorenom na kojima je lider govorio promovisući svoj hristovski imidž (karakterističan fizički izgled) sa naglašenim nacionalnim elementima (tri prsta kao simbol srpstva).<sup>14</sup>

<sup>13</sup> Tako je i politički značaj koji su zahtevu za ravnopravan pristup medijima pripisivali opozicioni lideri tokom prvih višestranačkih izbora očigledan i danas. Na ovo je ukazao početak zvanične kampanje za prestoničke izbore u Srbiji 2018. godine kada je najveći deo opozicionih partija podneo zahtev Javnom medijskom servisu (Radio-televizija Srbije – RTS) i Regulatornom telu za elektronske medije (REM) da ovi „počnu da poštuju zakon i medijske standarde“, odnosno da omoguće „istinito, objektivno, nepristrasno i profesionalno informisanje građana, pristup opozicije javnom servisu i upotrebe zakonskih ovlašćenja radi zaštite prava građana i javnog interesa u slučajevima očigledne i grube zloupotrebe medijskog uticaja“ (novinska agencija Tanjug, 12. 1. 2018), ali ukazuje i aktuelno okupljanje opozicije u okviru Saveza za Srbiju, u čijem se programu prva tačka tiče „stvaranja uslova za poštene i fer izbore, bez kupovine glasova“ (list *Nedeljnik* u tekstu „30 tačaka programa Saveza za Srbiju“ od 26. 7. 2018.).

<sup>14</sup> Uprkos tome što je vodila uglavnom konstruktivne programske kampanje, vladajući SPS je tokom prve decenije obnovljenog višestranačja preuzeo od opozicije niz stavova o srpskom nacionalnom pitanju (Slavujević, 2017: 233), pa se u njima aludira na predstavu o jakoj Srbiji plakatima poput „Idemo dalje...“ (i pored rata, ugrožene slobode i nezavisnosti, obezbeđen je ekonomski napredak) iz 1996. godine ili „Srbijo, glavu gore“ iz 2007.



*Slika 6: Izborni plakat Srpskog pokreta obnove „Za vaskrs snage i slave Srbije“, 2000. godina*

Srpska radikalna stranka oživljava istorijski nacionalni stereotip u izornoj kampanji 2016. godine plakatima sa porukom „Hoćemo savez sa Rusijom“, dok se SPS „oslanja“ na stereotip o Titovom vremenu ističući, u duhu odgovora vojnika bivše Jugoslovenske narodne armije, slogan „Služimo narodu“, na nepersonalizovanom plakatu sa crvenom pozadinom.



*Slika 7: Izborni plakat Srpske radikalne stranke „Srbiju u sigurne ruke“, 2016. godina*

Stereotip o jakom lideru na personalizovanim plakatima (sa fotografijom lidera partije), naročito istican tokom devedesetih u kampanjama SPS-a i Slobodana Miloševića, 2016. godine je došao do izražaja u kampanji opozicione Srpske radikalne stranke na personalizovanim plakatima sa likom Vojislava Šešelja i porukama „Vratimo Srbiju u sigurne ruke“ i „Srbiju u sigurne ruke“. Ovaj stereotip marketinški je najnaglašeniji element predstave o A. Vučiću i verovatno naglašeniji nego u slučaju bilo kog drugog partijskog lidera od 2000. godine u Srbiji (detaljnije u Slavujević, 2017: 199–225). Uverenje u „čvrstu ruku“, u njegovu spremnost da građane dovede do boljeg života i on sam kao njegova personifikacija naročito su promovisani personalizovanim i nepersona-

lizovanim plakatima sa pomenutim sloganima „Srbija pobeđuje“ i „Ujedinjeni možemo sve“ i sloganom „Izaberi budućnost“. Oni se uklapaju u slogane i plakate sa ranijih izbora i u elemente Vučićevog imidža, a naročito na poruku iz kampanje iz 2014. godine „Aleksandar Vučić – Budućnost u koju verujemo“. U „ratu plakata“, odgovor na poruke SNS-a DS daje u vidu nepersonalizovanih i personalizovanih plakata (sa likovima građana, „ljudi sa ulice“) sa osnovnim sloganom „Živeti normalno. Živeti sad“ i pomoćnim „Dostojanstvo vam niko ne može uzeti“, aludirajući na obmanjivački karakter vladajuće partije koja obećava bolju budućnost smanjujući plate i penzije građana, to jest, računajući na desjstvo mehanizama kategorizacije i socijalne atribucije.

#### 4. Zaključak

Posmatrano iz ugla psihologije političke komunikacije, srpski izborni plakat je kompleksan oblik promocije političkih izbornih subjekata. Na delu je primena različitih mehanizama formiranja i održavanja političke „slike sveta“. Pojedini mehanizmi se kombinuju u kreiranju konkretnih plakata, što je u skladu sa osnovnim marketinškim postulatom – ostvarivanjem što potpunijih persuazivnih efekata.

U vezi sa opisom strukture političkog „pogleda na svet“ birača u Srbiji koji izborni subjekti nastoje da kreiraju plasirajući persuazivne poruke, a što je i osnovna intencija u radu, zaključak je sledeći: Osnov formiranja grupnog identiteta, karakterističnog za sve analizirane izborne cikluse, jeste predstava o lideru. Kada je reč o kampanjama dominantnih partija na političkoj i društvenoj sceni i pobednica izbora u analiziranim izbornim ciklusima, izvesna je razlika, i to u tome što je u kampanjama iz devedesetih i posle 2012. godine isticana identifikacija sa državnom zajednicom, a u izbornim kampanjama iz 2000. godine reč je o identifikaciji sa narodom, u smislu zajednice građana. U predstavi o lideru, u kampanjama dominantnih partija iz devedesetih i u aktuelnom trenutku, izrazit je stereotip o jakom lideru. On nije izražen u kampanji pobednika izbora iz 2000. godine. Predstava o lideru u ovoj kampanji izraz je naglašene simplifikacije „slike sveta“ po principu MI=DOBRO vs. ONI=LOŠE koja je, inače, uočljiva u svim izbornim ciklusima u vidu propagandne „figure neprijatelja“. Ideja demokratije kao osnov samoidentifikacije uočljiva je samo u kampanjama opozicionih partija.

## Literatura

- Atlagić, S. (2015). Teme kao faktor izborne motivacije u Srbiji 1990-2014: Pretpostavka racionalnog izbora u službi promocije liderâ. *Srpska politička misao*, 2/2015, 183–198.
- Burgess, C. (2014). *From the Political Pipe to Devil Eyes: A History of the British Election Poster from 1910–1997*. PhD thesis, University of Nottingham. Posećeno 20. 6. 2018. URL: <http://eprints.nottingham.ac.uk/27689/1/Christopher%20Burgess%20Thesis%20Vol.%20I.pdf>
- Ćirić, D., & Stanić, B. (2005). *Vreme na zidu*. Beograd: Muzej grada Beograda.
- Čaluković, N. (2018, 26. jul). 30 tačaka programa Saveza za Srbiju. *Nedeljnik*, br. 341–342, str. 24–25
- Đurić, M. (1972). *Stihija savremenosti*. Beograd: SKZ.
- Macmillan English Dictionary*. (2002). London: Macmillan.
- Jovanović, M. (2008). Konsolidacija, principi „slobodnih i fer“ izbora i ustavni dizajn. In D. Pavlović (ed.), *Konsolidacija demokratskih ustanova u Srbiji: godinu dana posle* (pp. 55–76). Beograd: Službeni glasnik.
- Lou, P. E. (2013). *Mediji i politički proces*. Beograd: Fakultet političkih nauka.
- Marković, Z., & Đurić, D. (2018, 26. jul). Tito bi danas pobedio Vučića (i to bez kampanje). *Nedeljnik*, br. 341–342, str. 29–32
- Milosavljević, S., & Radosavljević, I. (2000). *Osnovi metodologije političkih nauka*. Beograd: Službeni glasnik.
- Orlović, S. (2008). Problemi demokratske konsolidacije Srbije. In D. Pavlović (ed.), *Konsolidacija demokratskih ustanova u Srbiji: godinu dana posle* (pp. 77–112). Beograd: Službeni glasnik.
- Pavlović, D., & Antonić, S. (2007). *Konsolidacija demokratskih ustanova u Srbiji posle 2000. godine*. Beograd: Službeni glasnik.
- Slavujević, Z. (2009). *Političko komuniciranje, politička propaganda, politički marketing*. Beograd: Grafocard.
- Slavujević, Z. (2010). Institucije političkog sistema – Umesto simboličkog prava građana da vladaju, sredstvo vladavine nad građanima. In S. Mihailović (ed.), *Kako građani Srbije vide tranziciju – Istraživanje javnog mnjenja tranzicije*. Beograd: FES, CSS, CeSID.

- Slavujević, Z., & Atlagić, S. (2015). *Vreme neispunjenih obećanja: Teme u izbornim kampanjama u Srbiji 1990-2014*. Beograd: Dobar naslov.
- Slavujević, Z. (2017). *Pohodi na birače u ime države i naroda: Izborne kampanje u Srbiji od 1990. do 2016. godine*. Beograd: Univerzitet u Beogradu – Fakultet političkih nauka.
- Tanjug (2018). Deo opozicije poslao zahteve RTS-u i REM-u. Posećeno 14. 1. 2018. URL: <http://www.rts.rs/page/stories/ci/story/1/politika/3000932/deo-opozicije-poslao-zahteve-rtsu-i-rem-u.html>.
- Underhill, J. (2012). *Ethnolinguistics and Cultural Concepts: Truth, Love, Hate & War*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Vučičević, D. (2016). Parlamentarni izbori u Srbiji 2016. godine. *Političke analize*, 7(25), 24–31.
- Vladislavljević, N. (2016). Competitive Authoritarianism and Popular Protest: Evidence from Serbia under Milošević. *International Political Science Review*, 37(1), 36–50.
- Životić, M. (1986). *Aksiologija*. Zagreb: Naprijed.
- Андреева, Г. М. (1999). К проблематике социального познания. У *Мир психологии*, Москва.
- Евгеньева, Т. В., & Селезнева, А. В. (2013). *Психология массовой политической коммуникации*. Москва: Издательство московского университета.
- Келли, А. Дж. (2000). *Теория личности*. Санкт Петербург: Речь.
- Липпман, У. (2004). *Общественное мнение*. Москва: Институт фонда „Общественное мнение“.
- Элиас, Н. (2001). *Общество индивидов*. Москва: Праксис.
- Шестопал, Е. Б. (2015). *Путин 3.0: Общество и власть в новейей истории России*. Москва: Аргатак–Медиа.

## **Ostali izvori:**

Izborni plakat Socijalističke partije Srbije „Za Srbiju“, 1997. godina

Izborni plakat Demokratske stranke „I ja sam se opametio! Bojkotujem ove izbore“, 1997. godina

Izborni plakat Srpskog pokreta obnove „Jedan za sve“, 1997. godina

Izborni plakat Srpskog pokreta obnove „Za vaskrs snage i slave Srbije“, 2000. godina

Izborni plakat Demokratske opozicije Srbije „Ko uvek sme da vas pogleda u oči“, 2000. godina

Izborni plakat Srpske napredne stranke „Aleksandar Vučić – Srbija pobeđuje“, 2016. godina

Izborni plakat Srpske radikalne stranke „Srbiju u sigurne ruke“, 2016. godina

Siniša Atlagić

University of Belgrade, Faculty of Political Science, Serbia

## POLITICAL IMAGE OF THE WORLD IN THE ELECTION POSTER IN SERBIA FROM 1990 TO 2017

***Abstract:** The aim of this paper is to identify the elements of the political image of the world that the electoral actors in Serbia have been trying to develop through mass political communication from the re-establishment of the multiparty system to the present day. The author of the paper decided to accomplish the given goal by examining the application of basic psychological mechanisms of forming and maintaining the image of the world in creation of electoral posters. The research was approached from the point of social psychology using a constructivist approach. The basic method used in the research is a qualitative content analysis. The selection of posters was preceded by the determination of the so-called situation context factors – the socio-political circumstances in which the posters were created, which is related to the character of the basic method of research. Election campaigns, understood as the final stage in the long-term strategy of the propaganda performances of political actors, were taken as the basic contextual framework for the interpretation of what the communicator sought to say through the posters. The analysis of the posters used in the election campaigns run in 1997, 2000 and 2016 was carried out. The results of the analysis showed that, regarding the application of psychological mechanisms in creation of the “image of the world,” the election poster in Serbia is complex. The conclusion is that the political “image of the world” of voters in Serbia created during the 1990s is similar to their current view of the political environment and that its basic characteristics are the identification with the state and pronounced stereotype of a strong leader.*

***Key words:** political communication, image of the world, election campaign, posters, Serbia*

# Najava rata na naslovnim stranama srpskih tabloida<sup>1</sup>

Stefan Janjić<sup>2</sup>

Univerzitet u Novom Sadu, Filozofski fakultet, Srbija

Stefani Šovanec<sup>3</sup>

Univerzitet u Novom Sadu, Filozofski fakultet, Srbija

doi: 10.5937/comman13-14543

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

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

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

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

<sup>3</sup> Kontakt sa autorkom: stefani\_shovanec@hotmail.com.

## 1. Rat bez rata

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## 2. Metodologija istraživanja

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

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

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

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

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

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

### 3. Rezultati istraživanja

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

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

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

### 3.1. Teme

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

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

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

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

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

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

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

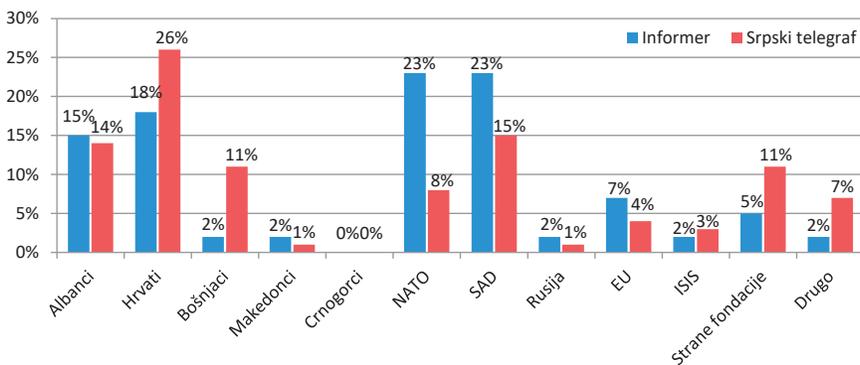
U manjem broju slučajeva, najava rata se dodatno potcrtava senzacionalističkom grafičkom opremom. Uz tekst pod naslovom „Zastrašujuće otkriće: Teroristi napadaju Beograd“ (8. 8. 2016) *Srpski telegraf* objavljuje podnaslov „Mete: Tržni centri, stanice, koncerti“ i fotomontažu na kojoj je prikazan pripadnik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

### 3.2. Agensi – izvori pretnji

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

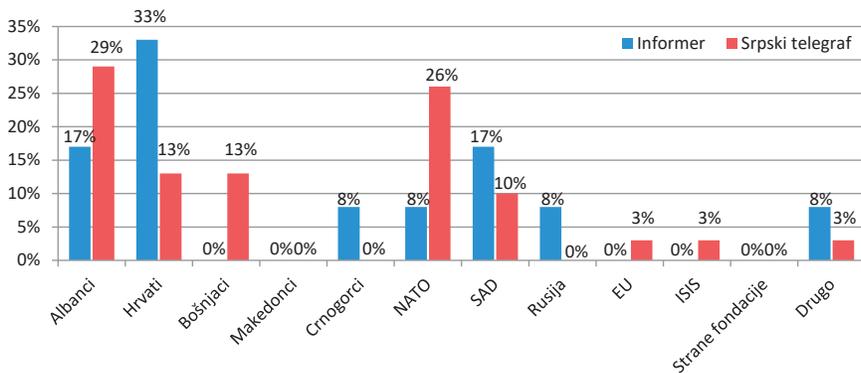
### 3.3. Pacijensi – mete pretnji

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

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

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

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



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

### 3.4. Izvori najave

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

### 3.5. Leksička sredstva i senzacionalizam

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

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

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

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

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

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

## 4. Diskusija

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

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

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

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

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

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

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

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

## 5. Zaključak

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

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

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

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

## Literatura

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

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

**Stefan Janjić**

University of Novi Sad, Faculty of Philosophy, Serbia

**Stefani Šovanec**

University of Novi Sad, Faculty of Philosophy, Serbia

## ANNOUNCEMENTS OF WAR ON THE FRONT PAGES OF SERBIAN TABLOIDS

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

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



# Od međunarodnog do globalnog komuniciranja i nazad<sup>1</sup>

Aleksandar Vranješ<sup>2</sup>

Univerzitet u Banjoj Luci, Fakultet političkih nauka, Bosna i Hercegovina

doi: 10.5937/comman13-19767

***Sažetak:** Transformacija međunarodnog u globalno komuniciranje je završen proces, čiji efekti su još uvijek predmet interesovanja stručne javnosti. Savremene informaciono-komunikacione tehnologije kao primarni agensi naveden transformacije omogućili su širenje broja subjekata ovog oblika komunikacione prakse. Prvi put u istoriji čovječanstva, građani su postali akteri kako međunarodne tako i globalne komunikacije uz uslov da posjeduju odgovarajući uređaj za pristup Internetu, kompjutersku pismenost, te potrebu i motiv da komuniciraju preko granica nacionalnih država. Samim tim otvorila se rasprava u stručnoj javnosti da li će ova transformacija dovesti do novog globalnog poretka zasnovanog na kosmpolitskim idejama ili pak povećanja hegemonije, izrabljivanja, potčinjavanja iz pravca centra ka periferiji. Otkrića globalnih uzbunjuvača dali su neoborive argumente zagovornicima ovog drugog „pesimističnog“ pogleda na razvoj globalnog komuniciranja otvorivši jedno sasvim drugo pitanje - da li će u budućnosti države težiti da ostvare tzv. sajber ili internet suverenitet. U slučaju da se pozicija država ojača u domenu regulacije digitalnih komunikacija ali i ograničavanja i zaštite vlastitog komunikacionog suvereniteta u onlajn sferi, moguće je da ćemo u bliskoj budućnosti svjedočiti reverzibilnom procesu povratka međunarodnog komuniciranja u kojem će države ponovo imati primarnu ulogu kao subjekti globalne komunikacije, a pozicije građana bi mogle biti ili umanjene, ograničene ili u potpunosti dovedene u pitanje, što je ujedno osnovna tema ovog rada.*

***Ključne riječi:** međunarodno komuniciranje, globalno komuniciranje, transformacija, informaciono-komunikacione tehnologije, Internet, građani*

<sup>1</sup> Rad je proistekao iz autorove doktorske disertacije „Internet i razvoj ili ograničavanje slobode subjekata globalnog komuniciranja“, odbranjena na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Beogradu.

<sup>2</sup> Kontakt sa autorom: aleksandar.vranjes@fpn.unibl.org.

## 1. Uvod

Globalno komuniciranje nastalo je kao rezultat procesa konvergencije međunarodnog komuniciranja i modernih informaciono-komunikacionih tehnologija, što je omogućilo „umreženim“ građanima svijeta da postanu njegov novi subjekt i da zauzmu značajno mjesto u tom procesu. Ovde je važno naglasiti da je globalno komuniciranje doživjelo ekspanziju upravo povećanjem dostupnosti i broja korisnika Interneta širom planete, koje je, kako Petrović kaže, nastalo kao proizvod revolucionarnih tehnoloških pronalazaka, hladnoratovske politike, kapitalističke ekonomije, supkulture koja se razvijala kroz otpor takvoj politici i ekonomiji, kao i maštovitosti, kreativnosti i subverzivnosti njegovih ranih korisnika, od programera-početnika, preko studenata pa sve do hakera (Petrović, 2013: 24). Upravo zahvaljujući Internetu i njegovoj globalnoj popularizaciji, mogli smo identifikovati transformaciju, ili bolje rečeno, nadogradnju međunarodnog komuniciranja u globalno komuniciranje. Zadržavši osnovne elemente svog prethodnog oblika, globalno komuniciranje je značajno razvilo nove mogućnosti i proširilo broj aktera, odnosno subjekata.

Na drugom mjestu smo istakli da je nekada glavni pokretač i učesnik međunarodnog komuniciranja bila država kao najvažniji subjekt ovog oblika interakcije, pored transnacionalnih preduzeća, nadnacionalnih novina, radio-televizijskih programa za inostranstvo, itd. (Radojković, Stojković & Vranješ, 2015). Stepem razvoja tehničko-tehnoloških dostignuća tog doba nije omogućavao da se obični građanin aktivira kao subjekt međunarodne komunikacije. Mogućnost pojedinaca da budu učesnici komunikacije izvan granica nacionalnih država je zavisio od njihove, prije svega, pozicije u službi države ili određenih velikih kompanija koje su poslovale sa međunarodnim partnerima. Upravo je povećanjem dostupnosti savremenih informaciono-komunikacionih tehnologija širokom broju korisnika, došlo do transformacije međunarodnog u globalno komuniciranje. Logičan rezultat ovog procesa bilo je povećanje broja subjekata ovog oblika komunikacione prakse (Radojković, Stojković & Vranješ, 2015).

Na osnovu toga danas pod subjektima globalnog komuniciranja, pored svih nabrojanih aktera međunarodnog komuniciranja, podrazumijevamo i: pretraživače Interneta, anonimne grupe hakera i „uzbunjivača“, društvene mreže, međunarodne vladine i nevladine organizacije, različite lokalne i transnacionalne pokrete, ali i svakog građanina koji posjeduje odgovarajući uređaj za pristup

Internetu, kompjutersku pismenost, te potrebu, odnosno motiv da komunicira preko granica nacionalnih država.

## **2. Transformacija međunarodnog u globalno komuniciranje**

Na pitanje gdje se u komunikologiji kao disciplini može pozicionirati globalno komuniciranje, poći ćemo od podjele na njene subdiscipline koju su ponudili Rubin, Rubin, Haridakis i Pajl (Rubin, Rubin, Haridakis & Piele, 2010). Ovi autori komunikologiju dijele na deset glavnih teorijsko-istraživačkih oblasti, koje sadrže brojne podoblasti:

1. Prvu oblast nazivaju „Komuniciranje i tehnologija“ koja obuhvata kompjuterski posredovano komuniciranje, digitalne informacije, Internet i mobilne komunikacije, Internet i upotreba World Wide Web, nove medije;

2. Grupno komuniciranje – donošenje odluka, porodične komunikacije, grupna dinamika, međugeneracijsko komuniciranje, međugrupno komuniciranje itd.;

3. Zdravstveno komuniciranje – komuniciranje sa bolesnim i nepokretnim licima, komuniciranje na nivou ljekar-pacijent; kampanje u domenu zdravstva, itd.;

4. Instrukciono komuniciranje – komunikološka pedagogija, razvojno komuniciranje, efekti medija na djecu, interakcija učitelj-učenik;

5. Interpersonalno komuniciranje je oblast koja sadrži intrapersonalno komuniciranje, probleme sukoba, dijadno komuniciranje, komuniciranje između polova, rodne aspekte, itd.;

6. Jezik i simbolički kodovi podrazumijeva istraživanje diskursa, lingvistike, pragmatike i semiotike, neverbalnog komuniciranja, semantike i sociolingvistike;

7. Interkulturalno i međunarodno komuniciranje podrazumijevaju podoblasti kao što su adaptacija i akulturacija, komparativne medijske sisteme, kroskulturalno komuniciranje pitanja identiteta, individualizma, kolektivizma, nacionalno razvojno komuniciranje;

8. Masovno komuniciranje podrazumijeva izučavanje novinarstva, reklamiranja, emitovanja i telekomunikacija, filma, ekonomija medijske industrije,

medijskih efekata, medijsku etiku, medijske regulative, popularnu kulturu, odnose s javnošću;

9. Organizacijsko komuniciranje je oblast koja uključuje profesionalne podoblasti poput čovjekovih komunikacionih tehnologija, pregovaranje i medijaciju, ponašanje u organizacijama, socijalizaciju i asimilaciju, itd.;

10. Javno komuniciranje podrazumijeva govorništvo, debate, argumentovanje, političko komuniciranje, slobodu govora, persuzivnost i promjene stavova, pravno komuniciranje i sl. (Rubin, Rubin, Haridakis & Piele, 2010: 7–8).

Možemo da primjetimo da ovi autori nisu naveli *explicite* globalno komuniciranje, ali logično ga možemo povezati sa više subdisciplina. Najpribližnije bismo globalno komuniciranje mogli dovesti u relaciju sa interkulturalnim i međunarodnim komuniciranjem, ali i sa komuniciranjem i tehnologijom zato što se uz pomoć Interneta i kompjuterski posredovanog komuniciranja, međunarodno komuniciranje transformisalo u globalno. Takođe, globalno komuniciranje bismo mogli povezati i sa još dvije oblasti – organizacijsko i javno komuniciranje, a sve zajedno nam govori da je u pitanju kompleksan vid komunikacije.

Iz svega navedenog, globalno komuniciranje bismo mogli uslovno prihvatiti kao novu subdisciplinu komunikologije kao izvjesnu dopunu opisanoj kategorizaciji Rubin, Rubin, Haridakis i Pajl. Predmet istraživanja predložene subdiscipline čvrsto je povezan sa komuniciranjem koje se ostvaruje na globalnom i „glokalnom“ planu, koji može da obuhvata različite subjekte, počevši od pojedinaca do transnacionalnih kompanija i država. Zatim globalno komuniciranje je posredovano savremenim informaciono-komunikacionim tehnologijama, ali još uvijek ne možemo odrediti sve vidove. Razlog je što se tehnologije konstantno razvijaju, a samim tim i platforme za interakciju, dok konačne efekte na društvo nismo u stanju sveobuhvatno da ocijenimo.

U Enciklopediji komunikoloških teorija autor odrednice „Teorije o međunarodnom komuniciranju“, Mark Dekosta Alijn međunarodno komuniciranje definiše kao interdisciplinarno polje istraživanja čiji su fokus različiti oblici interakcije na globalnom nivou, uključujući globalno komuniciranje posredstvom masovnih medija, međukulturalnu komunikaciju i politike (u smislu engleskog „policy“) u domenu telekomunikacija (Littlejohn & Foss, 2009: 537). Navedeni autor objašnjava da se predmet istraživanja međunarodnog komuniciranja može identifikovati kroz dvije dimenzije: 1. pravno-političku dimenziju koja se

odnosi na analizu kako odluke i procedure određenih vlada i vladinih institucija utiču na prirodu međunarodnog komuniciranja; 2. kulturna dimenzija koja je fokusirana na relaciju između kulture i međunarodnog komuniciranja (Littlejohn & Foss, 2009).

Ovde je važno istaći da se u savremenoj literaturi često može pronaći da su pojmovi međunarodno i globalno komuniciranje sinonimi. To vidimo i kod autora uvoda u specijalno izadnje časopisa *Journal of International Communication* iz 2008. godine, koji zaključuju da se globalno komuniciranje može pronaći u većem broju radova iz različitih akademskih oblasti kao širi pojam koji obuhvata i međunarodno komuniciranje (Chitty & Rawnsley, 2008: 7–8). Kada se vratimo određenju pojma međunarodnog komuniciranja, važno je reći da je ovaj oblik komunikacione prakse u direktnoj relaciji sa oblastima međunarodnih odnosa i politikologije, a u centru se nalazi nacionalna država kao primarni akter ovog oblika komuniciranja. Drugim riječima, teorije o međunarodnom komuniciranju se uglavnom bave pitanjem interakcije među različitim državama. Ipak postoje i šira shvatanja, koju su ponudili Radojković, Stojković i Vranješ (2015: 23) da je međunarodno komuniciranje proces koji obuhvata ukupnost komunikacionih aktera, odnosa i normi pomoću kojih se, kroz svjetski prostor i vrijeme, duhovne tvorevine prelivaju preko nacionalnih granica. Kada je riječ o teorijama o međunarodnom komuniciranju, Mark Dekosta Alijn (prema Littlejohn & Foss, 2009) identifikuje pet paradigmi u koje ih možemo kategorisati:

**1. Teorije internacionalizma** – u pitanju je paradigma zasnovana na tehnološkom determinizmu koja je tvrdila da će se u svijetu sve više razvijati demokratski potencijal i poredak kako se akteri međunarodnih odnosa budu više povezivali posredstvom novih tehnologija. Ova paradigma se zasnivala na pretpostavkama da ljudska bića širom svijeta dijele veliki broj osnovnih vrijednosti, bez obzira na kulturno i geografsko porijeklo. Takođe, kao važna pretpostavka u ovoj paradigmi je i postojanje ideje o međunarodnom društvu u kojem preovladava mnjenje usmjereno prema miru i toleranciji. Novije teorije o tome kako će Internet transformisati međunarodno društvo, dijele uglavnom osnovne pretpostavke ove paradigme, odnosno možemo slobodno reći da je rani optimizam u pogledu društvene uloge Interneta kao demijurga novog demokratskog, globalnog i kosmopolitskog

poretka, uglavnom crpio ideje iz ovih teorija. Kao najuticajniji teoretičar u domenu teorija internacionalizma svakako je bio Harold Inis.

**2. Marksistička paradigma o međunarodnom komuniciranju** se zasniva na pretpostavci da oblik ili način po kojem međunarodni sistem komunicira u suštini predstavlja funkciju određenih modusa ekonomske proizvodnje. Jedan od najpoznatijih autora u domenu ove paradigme je Herbert Šiler u čijoj teoriji o kulturnom imperijalizmu se optužuje razvijena ekonomija SAD kao krivac za neravnotežu u domenu globalnog komuniciranja. Po Šileru država je zamišljena da bude produžetak kapitalističkog projekta, što je omogućilo da se nove tehnologije koriste u svrhu stvaranja viška vrijednosti, umjesto šireg društvenog dobra. Na kraju, Šiler ipak predlaže da bi država trebala koristiti svoju moć da bi regulisala „komunikacionu industriju“ za šire društveno dobro, a ne u korist manjine kapitalista.

**3. Teorije reprezentacije** pretpostavljaju da bi popularnu kulturu trebalo uzeti ozbiljno u kontekstu pružanja uvida u međunarodne političke odnose. Studije lingvistike i književnosti se mogu iskoristiti za praćenje međunarodnih medija, posebno jer značenja nisu fiksna kategorija, tako da postoji konstantna borba za održavanje dominantne ideologije. Konačno diskurzivne tendencije u popularnim medijima su često ogledalo međunarodnih političkih agendi.

**4. Teorije recepcije** tvrde da postoji nejednakost kada je riječ o protoku informacija koje stvaraju međunarodni mediji, a razlog pronalaze kroz analizu tekstova, a ne na osnovu kulturnog imperijalizma. Kao ilustrativan primjer je narativni transparentni model autora Skota Roberta Olsona koji je tražio uzroke ogromne popularnosti američke audiovizuelne produkcije širom svijeta. Po ovoj teoriji, američki filmovi i televizijski program su primeri tzv. transparentnih medijskih tekstova zato što ljudi iz različitih kultura mogu lako da dekodiraju njihove poruke. Drugim riječima, transparentni medijski tekstovi koncipirani su tako da sadrže elemente prepoznatljive ljudima širom svijeta. Bez obzira što Olson nije stavio svoju teoriju u kontekst kulturnog imperijalizma, svakako u ovoj teoriji možemo pronaći elemente koji daju dinamiku procesu „amerikanizacije“ širom svijeta.

**5. Teorija identiteta** je zasnovna na postmodernističkoj intelektualnoj tradiciji koja pretpostavlja da glavne konture formiranja čovjekovog identiteta nisu na liniji klasa, nego novih društvenih pokreta koji su konfigurisani oko pitanja roda, rase, etničke pripadnosti i seksualne orijentacije. Teorije identiteta predlažu značajne promjene u načinu na koji se koncipira međunarodno komuniciranje, posebno što one odbacuju primat nacionalnih država, a fokusiraju se na ulogu aktera ili subjekata ovog oblika komunikacione prakse. Prema njihovom stanovištu, akteri međunarodnog komuniciranja imaju agense koji mogu umanjiti i nadmašiti moć države u ovom procesu. Jedan od najuticajnijih teoretičara u domenu ove paradigme je čuveni Manuel Kastels (Littlejohn & Foss, 2009: 538–541).

Internacionalistička i marksistička paradigma predstavljaju tzv. grand teorije o međunarodnom komuniciranju, jer teže da opišu i omoguće normativna pravila za razumijevanje cijelog sistema međunarodnog komuniciranja. Ostale tri paradigme teže da pronađu tragove za razumijevanje međunarodnog komuniciranja preko specifičnih elemenata u samom komunikativnom procesu. Konkretno, možemo da ustanovimo tendenciju pomjeranja teorija međunarodnog komuniciranja od društvenih nauka prema opštoj humanističkoj perspektivi. Rane internacionalističke i marksističke teorije su težile pozitivističkom pristupu uočavanja stvarnosti međunarodnog društvenog okruženja i mogle su da se zasnivaju na empiriji, ali su izostavile iz istraživanja pitanja identiteta i pogled na međunarodno komuniciranje kao arenu racionalnog izbora (Littlejohn & Foss, 2009).

Ako se vratimo na tezu o transformaciji međunarodnog u globalno komuniciranje, neophodno je da identifikujemo još neke elemente. Kao što je već poznato, prilikom ranijih pokušaja definisanja, većina autora nije polazila od doslovnog prevoda međunarodnog komuniciranja kao „interakcije među narodima“, nego je fokus više bio na državi kao subjektu ovog oblika komunikacione prakse (između ostalog i kako države međusobno komuniciraju), ali i na transnacionalnim preduzećima, nadnacionalnim novinama, državnim RTV programima za inostranstvo, itd. (Radojković, Stojković & Vranješ, 2015: 140–141). Iz tog razloga nismo mogli posmatrati građane kao subjekte međunarodnog komuniciranja, koji uspevaju da komuniciraju preko granica nacionalnih država bez kontrole institucija. Prema riječima Branimira Stojkovića (Stojković, 2002: 41), ranije se međunarodno komuniciranje moglo posmatrati

i kao poseban oblik interkulturalnog komuniciranja, koje se dijelilo na službeno (predstavnici različitih društava/država se susreću i komuniciraju *ex officio*) i neslužbeno (pripadnici različitih društava/država susreću se i komuniciraju kao pojedinci ili u ličnom svojstvu), a važno je naglasiti da je u oba slučaja bio nužan fizički susret.

Raspravu o transformaciji međunarodnog u globalno komuniciranje, nastavićemo tezama Pipe Noris i Rolanda Ingleharta (Norris & Inglehart, 2009) koji bilježe da je razvoj ovog oblika komunikacione prakse neraskidivo povezan sa globalizacijom kao multidimenzijalnim procesom slobodnog protoka ideja, kapitala, roba i ljudi preko granica nacionalnih država. Politička dimenzija globalizacije uključuje integraciju država u međunarodne i regionalne organizacije, koju ne treba poistovjećivati sa sličnim procesima „vesternizacije“, „amerikanizacije“ i „modernizacije“. Rezultat bi trebalo da bude stvaranje „kosmopolitske demokratije“ zasnovane na principu da je demokratiju neophodno primjenjivati ne samo u okvirima nacionalnih država, nego i između država, kao i na globalnom nivou (Norris & Inglehart, 2009: 6–8). Da bi potkrijepili navedenu tezu i opisali kako navedeni model demokratije može da se ostvari, Norisova i Inglehart uočavaju da ljudsko društvo sve više živi i komunicira unutar globalne zajednice, ne samo u okvirima vlastitih država. Ovaj oblik interakcije oni su nazvali „kosmopolitsko komuniciranje“. Sličnost kosmopolitskog i našeg koncepta globalnog komuniciranja leži u tome što se oba zasnivaju na mogućnosti praktikovanja međuljudske komunikacije izvan teritorija nacionalnih država posredstvom savremenih informaciono-komunikacionih tehnologija. Ali, naša vizija globalnog komuniciranja podrazumijeva učešće i velikog broja grupnih i institucionalnih subjekata, dok su se Norisova i Inglehart fokusirali samo na građane kao aktere (Radojković, Stojković & Vranješ, 2015: 143).

Kada se vratimo konceptu koji su ponudili Noris i Inglehart, logičan zaključak iz navedenog bio bi da kosmopolitsko komuniciranje može dovesti do uspostavljanja kosmopolitske demokratije, koja bi naposljetku mogla dovesti do kraja nacionalnih država, ili kako tvrdi Entoni Gidens, do remodeliranja savremenih društava, ekonomija, vlada, kao i samog svjetskog poretka (Giddens, 2003: 60–65). Veliki broj autora, tzv. „pro-globalista“, na ovom tragu objašnjavaju da razvoj i primjena informaciono-komunikacionih tehnologija konačno stvara plodno tle za realizaciju ove ideje. Širenje kosmopolitske orijentacije među građanima imalo bi za rezultat povećanje razumjevanja među narodima,

poštovanje navika i običaja drugih kultura, te jačanje povjerenja i tolerancije među ljudima. Sve ovo bi, po očekivanjima navedenih autora, trebalo konačno dovesti do smanjenja parohijalnog osjećanja nacionalne pripadnosti (Norris & Inglehart, 2009: 174). S druge strane, skeptici polaze od činjenice da ne postoji niti jedno empirijsko istraživanje koje bi potvrdilo tezu da proces globalizacije i mogućnost komuniciranja preko granica nacionalnih država može da izgradi kosmopolitsku orijentaciju kod građana širom planete.

### 3. Globalno komuniciranje i nove tehnologije

Traganje za nastankom globalnog komuniciranja, kroz prizmu razvoja informaciono-komunikacionih tehnologija, lako može da nas odvuče u bezdan istorijskih događaja koji su pogodovali razvoju tehnika i tehnologija komuniciranja. Ipak nije zgoreg izdvojiti dva događaja koja su ostavila značajan trag u razvoju globalnog komuniciranja. Prvi se odnosi na polaganje transatlanskog telegrafskog kablova sredinom 19. vijeka koji je spojio Veliku Britaniju i SAD, što je pratila i prva razmjena telegrafskih poruka između kraljice Viktorije i predsjednika Džejmsa Bjukenana 1858. godine. Drugi događaj je privukao manju pažnju javnosti, što ne znači da je bio manje bitan za razvoj globalnog komuniciranja. To je svakako povezivanje američke mreže ARPANET i norveške NORSAR 1973. godine, što je jednako važno za istoriju razvoja globalnog komuniciranja kao i postavljanje transatlanskog kablova, jer je Norveška postala prva zemlja koja se povezala na preteču današnjeg Interneta. Navedenim događajima ubrzao se proces povećanja prostorne i smanjivanja vremenske dimenzije međunarodnog komuniciranja, odnosno povećanja brzine prenosa informacija između Evrope i SAD, a kasnije i cijelog svijeta, što je pogodovalo navedenoj transformaciji međunarodnog u globalno komuniciranje. Dakle, nastanak i razvoj Interneta definitivno se može označiti kao tehnološka revolucija, koja nije samo imala efekat na prostornu i vremensku dimenziju međunarodnog komuniciranja, nego je preusmjerila razvoj civilizacije u cjelini. Upravo u tom procesu osnovano tvrdimo da su građani zahvaljujući Internetu postali subjekti globalnog komuniciranja, što je u istoriji civilizacije, najviši stepen koji su pojedinci dosegli na društvenoj skali.

Kada se osvrnemo na efekte spomenute transformacije, primjetićemo da se rasprava na tu temu utemeljuje na dva oprečna stava: 1) Optimističan pogled na efekte karakteristiše potpuna i apologetska opsjednutost dobrim i korisnim do-

stignućima i interakcijama koje je omogućila navedena transformacija, gdje bi konačan rezultat trebao biti stvaranje jedinstvenog svijeta, harmonične svjetske zajednice i globalne kulture, a gdje bi postepeno sve kulturne, etničke, jezičke i ostale nejednakosti s vremenom nestale; 2) Nasuprot prethodnom pogledu nalaze se „pesimisti“ koji kritički preispituju gore navedene tvrdnje i kao glavne efekte transformacije međunarodnog u globalno komuniciranje vide stvaranje i održavanje odnosa dominacije i marginalizacije među državama i dovođenje čitavih nacija, kultura i jezika u stanje potčinjenosti i/ili izrabljivanja (Radojković, Stojković & Vranješ, 2015: 39).

Slično piše i autorka Dženi Kid (Kidd, 2011) koja u raspravi na ovu temu, također polazi od dva suprotna narativa: prvog koji tvrdi da su novi mediji alat demokratije, odnosno mehanizam koji je direktno inkorporiran u ovaj oblik uređenja; i drugog, koji ima suprotan stav, da je u pitanju samo kanal koji omogućava razumijevanje procesa razvoja demokratije, nikako njegov generator. Čak bi se kroz ovaj drugi narativ Internet mogao okarakterisati kao opasan prostor koji ograničava građane, odnosno, stvara od njih amorfnu rulju (Kidd, 2011: 93, 96, 100). Kada je riječ o prvom narativu, prema Kidovoj on je zasnovan na tezi da su savremene informaciono-komunikacione tehnologije omogućile stvaranje Mekluanovog „globalnog sela“, gdje ljudi počinju da se prepoznaju međusobno na osnovu svojih sličnosti, a ne različitosti, što nam olakšava učešće u globalnoj diskusiji na temu od opšte koristi (Kidd, 2011: 96). Na osnovu svega toga Kidova zaključuje da je suština prvog narativa da nove tehnologije omogućavaju svojim korisnicima priliku da nešto urade ili učine, naravno ako imaju motivaciju za to (Kidd, 2011: 97).

S druge strane, kao jedan od argumenata koji ide u prilog drugom narativu uzima se tvrdnja da je onlajn publika skoro jednako raspršena kao i u slučaju tradicionalnih medija, jer uslovno rečeno, ne postoji veća šansa da se glas pojedinca čuje u sajber prostoru jače nego u odnosu na „oflajn“ svijet (Kidd, 2011: 101). Oni koji ipak uspiju da ostvare visok publicitet posredstvom digitalnih medija, nikako nisu reprezentativni da bi se na njihovom primjeru mjerio potencijal svih građana koji komuniciraju u sajber prostoru sa istom intencijom. Takođe, važan je i argument koji Kidova ističe da su u realnom svijetu ideologije i društvene nejednakosti toliko snažno ukorijenjene da je teško uopšte govoriti na temu demokratije i otvorenosti u globalnim razmjerama (Kidd, 2011: 103), a kamo li o tome da novi mediji mogu to izmjeniti. Drugim riječima,

nemoguće je očekivati da savremene informaciono-komunikacione tehnologije promijene svijest građana, da bi oni bili motivisani da posredstvom novih medija mijenjaju poredak u kojem inače žive i kojeg u velikoj mjeri odobravaju. Na kraju, treba uzeti u obzir i činjenicu da prosječni građani na Internetu troše vrijeme na mnogo banalnije stvari (zabava, kocka, pornografija, igre, itd.) od bavljenja političkim temama i mijenjanjem svijeta.

Dva narativa koje je u svom radu opisala Kidova, dvije godine kasnije Robert Mekčesni (McChesney, 2013) razrađuje kao alternativne poglede na ulogu globalne mreže i informaciono-komunikacionih tehnologija u savremenom društvu, razvrstavajući ih u dvije škole koje je nazvao: „Internet obožavaoci“ i „Internet skeptici“, slično navedenom opisu „optimista“ i „pesimista“. Pored toga u savremenoj literaturi možemo pronaći još mnogo sinonima za ove dvije paradigme: Internet optimisti, Internet centristi, sajber optimisti, sajber pesimisti, sajber utopisti, sajber skeptici, Internet entuzijasti, itd., a u daljem tekstu koristićemo nazive „sajber optimisti“ i „sajber pesimisti“.

Istraživajući potencijalne efekte upotrebe informaciono-komunikacionih tehnologija na društvo, Petrović (2013) primjećuje da skoro svakodnevno u medijima možemo pronaći „tehnoskeptične“ tekstove, što bi moglo biti posljedica straha od novih tehnologija. U tom kontekstu ovaj autor pronalazi razloge za nastajanje negativnih predrasuda u kombinaciji inherentnih faktora (urođeni strah od nepoznatog koji je pomješšan sa otporom prema novim tehnologijama; specifičnost Interneta kao nesagledivog fenomena koji prevazilazi sve prethodne tehnologije društvenog opštenja) i proizvedenih faktora (senzacionalistička uloga medija koji zbog povećanja gledanosti ili tiraža insistiraju na „tamnoj“ strani Interneta; empirijski neutemeljeni stavovi različitih autora o društveno-razarajućim posljedicama upotrebe IKT) (Petrović, 2013: 76–77). U tom kontekstu Petrović takođe daje dvije suprostavljene perspektive u odnosu na očekivane posljedice komunikacione upotrebe Interneta – distopijsku i utopijsku perspektivu (Petrović, 2013: 77). Tekstovi koji pripadaju prvoj perspektivi, kao posljedicu vide da Internet: otuđuje, povećava usamljenost, stvara pseudoodnose, fragmentira identitet, stvara zavisnost, podstiče emotivne prevare, ubija zajednicu, kreira pseudozajednice, smanjuje participaciju, podstiče rasne, vjerske i etničke podjele, osiromašuje komunikaciju, smanjuje kvalitet učenja (Petrović, 2013). Druga, utopijska perspektiva pretpostavlja da Internet: povezuje i smanjuje usamljenost, stvara nova prijateljstva, osnažuje identitet, omogućava nove

emotivne veze, vraća zajednicu korijenima, povećava participaciju, prevazilazi rasne, etničke i vjerske podjele, oslobađa komunikaciju, podiže kvalitet učenja (Petrović, 2013: 77). U svojoj studiji Petrović teži ka uravnoteženom stavu, sa blagim naklonom prema drugoj, utopijskoj perspektivi, što je vidljivo iz kritike upućene tzv. sajber pesimistima zbog nedovoljno empirijske utemeljenosti njihovih stavova. Ovaj autor podvlači svoj stav da tehnologija nije osnovni uzrok društvenih promjena, ali da ona svakako kroz širenje svoje upotrebe nije bez značajnog društvenog uticaja (Petrović, 2013: 80). U tom smislu Petrović insistira da odgovor na pitanje zašto je neko otuđen ili usamljen treba potražiti u društvenom okruženju u okviru kojeg se ova stanja javljaju i utvrditi uzročno-posljedične veze, a ne tražiti odgovor a priori u savremenim informaciono-komunikacionim tehnologijama. Naravno, Petrovića ne bismo označili kao apsolutnog sajber optimistu, iz razloga što je ovaj autor više akcenta stavio na kritiku druge krajnosti, odnosno sajber pesimista, nego što je promovisao sajber optimistične stavove koji su ipak eksplicitniji.

U „Enciklopediji društvenih medija i politike“ (*Encyclopedia of Social Media and Politics*) pod odrednicom „Virtuelne kampanje“ (2014) autorka Anastasija Veneti sa Univerzitet u Atini opisuje sajber optimizam kao optimistički pravac u literaturi koji se bavi kompjuterski posredovanom komunikacijom i u kojem se zagovara teza da savremene IKT osnažuju demokratiju podstičući veću građansku participaciju, ohrabruju slobodnu političku konverzaciju, unapređuju interaktivnu razmjenu informacija i smanjuje troškove jer je onlajn politička komunikacija brza, jednostavna i jeftina (Veneti, 2014: 216). Slično u istoj enciklopediji piše i Donatela Selva pod odrednicom „Uticaj na izbore“ gdje objašnjava da sajber optimisti opisuju Internet kao sredstvo sa visokim demokratskim potencijalom jer omogućava pristup informacijama i prostoru da se iznesu različita mišljenja, što omogućava razvoj deliberativnog demokratskog modela koji rezultuje aktivnim učešćem građana u rješavanju problema od javnog značaja (Selva, 2014: 674–675).

Kada se vratimo na Roberta Mekčesnog (McChesney, 2013), on takođe obrazlaže da autori identifikovani kao „sajber optimisti“ kao osnovni argument iznose tvrdnju iz devedesetih godina, kojom se Internet apologetski posmatra kao natprirodna sila koja širi demokratiju, a revolucije u Tunisu i Egiptu, poznatije kao Arapsko proljeće, postale su ključni dokaz da je Internet stvarno tehnologija slobode koja skida „okove“ autoritarnih režima i oslobađa globalne

građane (Radojković, Stojković & Vranješ, 2015: 167). Zajednički zaključak „sajber optimista“ je da društveni mediji i IKT omogućavaju umreženim subjektima globalnog komuniciranja toliko moći da oni konačno mogu da naprave svijet po vlastitoj meri. Ova svakako mediocentrična teza koja podsjeća na tehdeterminizam, ne stoji utoliko što se u njoj potpuno zanemaruje društveni kontekst u kome ima mnogo drugih činilaca društvenih promjena pored informaciono-komunikacionih tehnologija. Kao kontra-argument tvrdnji o pokretačkoj ulozi društvenih mreža i IKTa u Arapskom proljeću dali su Radojković, Stojković i Vranješ ističući da je u tom trenutku najviše profitirao od navedenih revolucija, pan-islamski, društveni i politički pokret Muslimanska braća, koji više od 80 godina metodom „odozdo prema gore“ (engl. *bottom-up*) politički djeluje u pravcu osvajanja vlasti u Egiptu i koji su zamalo to i ostvarili da se ponovo nije uključila međunarodni faktor (Radojković, Stojković & Vranješ, 2015: 167). Tako da je teško prihvatiti tezu da je tako snažan politički pokret, sa dobrom organizacionom infrastrukturom u arapskom svijetu, zavisio od broja korisnika društvenih mreža, mogućnosti brzog slanja poruka, širenja materijala posredstvom Interneta, broja klikova i lajkova.. posebno ako se uzme da su Muslimanska braća koristila i druge medije u komunikaciji sa svojim pristalicama uključujući i usmenu riječ. Nesporno je da su IKT i društvene mreže odlično poslužile njihovim političkim ciljevima i organizovanju pristalica, ali prevashodno u vidu kanala za komunikaciju, a ne kao uzročnik i pokretač revolucije (Radojković, Stojković & Vranješ, 2015). Takođe, sporno je i to da li je Arapskim proljećem uopšte izvršena demokratizacija društva u Egiptu i Tunisu, posebno ako znamo da je kasnije uslijedio vojni puč u Egiptu nakon demokratski održanih izbora. S tim bi se složio i Endi Radok koji u svojoj knjizi *Mladi i mediji* kritikuje digitalni aktivizam kao neku vrstu lažne savjesti ističući da se iza Arapskog proljeća krio pokušaj SAD-a da pronađu način da iskoriste društvene mreže kao instrument za sprovođenje spoljne politike, a ne samoinicijativna akcija egipatske omladine (Radok, 2015: 83, 86). Upravo je ovaj argument bio polazna osnova i drugoj paradigmi – sajber pesimistima, da dokažu da savremene informaciono-komunikacione tehnologije ne mogu biti demiurg novih društvenih odnosa.

Autorka Anastasija Veneti ističe da sajber skeptici vjeruju da je Internet precenjen kao medij koji aktivira građane i da je on u suštini samo dopuna tradicionalnoj taktici političkog komuniciranja kada je aktivizam u pitanju.

Odnosno, sajber skeptici u potpunosti sumnjaju da Internet pojačava političku participaciju (Veneti, 2014: 216). Takođe, Donatela Selva piše da sajber pesimisti naglašaju ono što oni nazivaju „tamnom stranom Interneta“, aludirajući čak i na orvelijanski poredak kada opisuju mogućnosti nadzora i opasnost po privatnost subjekata globalnog komuniciranja (Selva, 2014: 674–675). Selva smatra da je danas opšteprihvaćeno i empirijski potvrđeno stanovište da društvene mreže mogu pojačati postojeću političku participaciju kod onih aktivnih građana koji su već prije toga uključeni u javni ili npr. partijski život (Selva, 2014). S druge strane, ovaj iskaz ne dokazuje da društvene mreže mogu biti jedini faktor koji podstiče pasivne građane da se aktiviraju, odnosno da se uključe u npr. određene građanske proteste ako se prije toga nisu direktno identifikovali sa ciljem protesta.

Dakle, kako ističu Radojković, Stojković i Vranješ (2015: 168) „sajber pesimisti“ zagovaraju drugačiji, sociocentrični pristup, u kojem se Internet posmatra prevashodno kao kanal, a ne kao agens demokratizacije u svetu. Kao uticajan „sajber pesimista“ profilisao se Evgeni Morozov, koji u svojoj knjizi iz 2011. godine *Obmane na mreži – tamna strana slobode na Internetu* uvodi nekoliko sintagmi na osnovu kojih objašnjava svoju tvrdnju da se Internet ne može posmatrati kao „demokratsko oružje“ kojim se mogu rušiti autoritarni režimi u svijetu (Radojković, Stojković & Vranješ, 2015: 168). Prva sintagma koju Morozov predlaže jeste „Guglova doktrina“ (engl. *The Google Doctrine*) – vjerovanje da tehnologija ima moć oslobađanja potlačenih, a da su kompanije iz Silikonske doline važna karika globalne borbe za slobodu. Ovo stanovište se oslanja na rani entuzijazam deklarisan u dokumentu „Kalifornijska ideologija slobode“ (Radojković, Stojković & Vranješ, 2015). Ona postulira Internet kao agens rađanja globalnog prosvetiteljstva i to potkrepljuje idejama o autonomiji, decentralizaciji i nemogućnosti kontrole same mreže. Internet će, navodno, ponovo otjelotvoriti elektronsku Agoru u kojoj bi se razvijao diskurs ravnopravnih sagovornika na globalnom nivou (Kamps, 2011).

Naredna sintagma, kojom Morozov uz dozu cinizma kritikuje gledište da Internet može da ubrza razvoj demokratije nudeći univerzalna rješenja za građane od Sijetla do Šangaja, glasi – „Sajber-utopizam“ (engl. *Cyber-utopianism*) (Radojković, Stojković & Vranješ, 2015: 168). Morozov tako naziva ubjeđenje u emancipatorsku prirodu onlajn komuniciranja (digitalnog komuniciranja) koje odbija da prizna da postoje i negativne strane ovog oblika komunikacione

prakse (Radojković, Stojković & Vranješ, 2015: 168). Sajber-utopisti, kako tvrde Radojković i dr., nisu uspjeli da predvide kako će autoritarne vlade reagovati na uvođenje Interneta u svoje države i previdjeli su mogućnost da možda ti isti diktatori iskoriste Internet u svrhu jačanja kontrole nad stanovništvom, pojačavanje propagandnog djelovanja, cenzure, osavremenjivanja nadzora nad privatnim životom, itd. Naprotiv, oni smatraju da tehnologija može da ojača građanske pokrete u „nedemokratskim“ državama, koji će se nakon decenija potlačenosti mobilisati uz pomoć SMS, Fejsbuka, Tvitera, Vajbera, Skajpa, itd. i konačno progledati i odlučiti se za masovnu pobunu čiji je osnovni cilj uspostavljanje demokratije (Morozov, 2011: xiii, xiv). Pragmatičnu varijantu sajber-utopizma, Morozov naziva „Internet-centrizam“ (engl. *Internet-centrism*), odnosno, sklonost da se sve društveno-političke promjene posmatraju kao posljedica primjene Interneta. Radojković i dr. naglašavaju da ovim konceptom Morozov ističe da za razliku od sajber-utopizma, Internet-centrizam ne predstavlja ideologiju, nego je više orjentisan na akciju uz nuđenje konkretnih rješenja (Radojković, Stojković & Vranješ, 2015: 168). Tako dok sajber-utopisti predlažu šta treba da se uradi na putu demokratskih promjena, Internet centristi propisuju kako to treba da se izvede, uz polaznu pretpostavku da Internet može da oblikuje svako društveno-političko okruženje u koje dospije (Morozov, 2011: xvi).

Na sličnom tragu je još jedan uticajan sajber skeptik Malkolm Gledvel koji je sa zapaženim tekstom u listu *Njujorker* u izdanju od 4. oktobra 2010. sa naslovom „Male promjene – Zašto revolucija neće biti tvitovana“ (engl. *Small Change – Why the revolution will not be tweeted*) pokušao da razbije iluzije da su društvene mreže postale demijruzi novih političkih poredaka i to u državama koje se iz zapadne perspektive označavaju kao nedemokratske (Gladwell, 2010). Gledvel u svom tekstu zaključuje da su društvene mreže svakako unaprijedile ljudsku komunikaciju i omogućile određenim socijalnim grupama da se povežu. Nivo tvitovanja, lajkovanja, šerovanja i sl. je omogućio aktivistima da se izraze, ali nije povećao njihovu motivaciju za stvarnim žrtvovanjem u stvarnom svijetu kada je riječ npr. o građanskim protestima ili drugim oblicima realnog aktivizma. Drugim riječima, društvene mreže nemaju taj potencijal, i kao što kaže Gledvel, one omogućavaju aktivistima da se lako izraze, ali im otežavaju da taj izraz stekne bilo kakav uticaj (Gladwell, 2010). Dakle, baš kao što je i Donatela Selva (2014) napisala, ako je neko već angažovan u javnom životu

kroz npr. organizacije civilnog društva, Tviter i Fejsbuk će mu poslužiti kao fantastični alati u procesu ostvarivanja ciljeva. Ali, nikako ne možemo prihvatiti da je tačno da motivacija aktivista proizilazi iz njihovog registrovanja na ove društvene mreže.

Ipak, važno je kritički sagledati oba pristupa, jer kao što je Petrović (2013) rekao, činjenica je da je pravac zaključivanja i kod jednih i kod drugih prilično induktivan. Dakle, empirijski je neprovjerivo da li možemo u ovom kontekstu od pojedinačnog slučaja ili konkretnog primjera izvesti generalni zaključak koji važi na opštem nivou. U tom smislu piše i Robert Mekčesni (McChesney, 2013) koji navodi da odrednice „sajber optimista“ i „sajber pesimista“ imaju izvjesne slabosti. Prvi su na neki način zalučeni oduševljenjem prema kombinaciji tehnologije, IKT uređaja, utopizma, progresa i individualizma koji su suštinski američki proizvod. „Sajber optimisti“ zamišljaju svijet u kojem će biti srušeni svi autoritarni režimi pod udarom novih tehnologija, bez „prljanja ruku“ političkom borbom (Radojković, Stojković & Vranješ, 2015: 169). Oni ne predviđaju bilo kakav otpor takvom procesu demokratizacije. Ovaj pravac razmišljanja je još uvijek prilično uticajan, jer je čvrsto ukorjenjen u mejnstrim kulturi i medijima i ima ogroman broj pristalica. Mekčesni smatra da su „sajber pesimisti“ bliže realnosti jer upozoravaju na stvarne i važne probleme, ali kao i kod originalnih antičkih skeptika, njihove vrijednosti su nedovoljno artikulirane a više energije troše na oponiranje nego što razrađuju ozbiljnu alternativu (McChesney, 2013).

Kao što pišu i Radojković i dr. (2015), Karan opet traži sredinu između dva pogleda na društvenu ulogu globalne mreže, smatrajući da Internet treba posmatrati kao nezavisnu varijablu u kontekstu mnogo većih socijalnih i političkih promjena koje su doprinijele demokratskom razvoju pojedinih društava (Curran, 2012: 49). Da bi to potkrijepio, Karan uzima kao primjere dvije tvrdnje koje se danas smatraju prevaziđenim. Prvu tvrdnju, koja kaže da je „Internet grobar diktatura“ oborila je činjenica da je demokratska procedura osvajanja vlasti samo jedan od izvora legitimiteta, i da autoritarne vlade koriste i ostale izvore kao što su ekonomski rast, strah od susjeda, nacionalizam, etnička pripadnost, božija volja, itd. (Radojković, Stojković & Vranješ, 2015: 169). Druga je tvrdnja o tome da je „tehnologiji slobode“ bila pogrešna, jer je pretpostavljala da je Internet nemoguće kontrolisati, što današnja saznanja svakako pobijaju (Radojković, Stojković & Vranješ, 2015). Možemo prihvatiti zaključak da je

Internet svakako podstakao socijalni aktivizam širom svijeta. Međutim, kako ističu Radojković i dr., kada uzmemo u obzir kontekst političkih nezadovoljstava, sve većih političkih manipulacija, nepouzdan globalni pravni poredak, sve češće ograničavanje ljudskih prava i slabljenje značaja demokratskih izbora, ne možemo tvrditi da je Internet revitalizovao demokratiju (Radojković, Stojković & Vranješ, 2015: 169). S druge strane, ne možemo da ne primjetimo da su se izvjesne slobode umreženih građana ipak proširile, tako da se istina nalazi negdje na sredini između stavova sajber optimista i sajber pesimista. Ono što je definitivno, upotreba savremenih informaciono-komunikacionih tehnologija ostvarila je posljedice po društvo i to ne zahvaljujući novim uređajima, nego potrebi i količini upotrebe od strane subjekata globalnog komuniciranja.

#### **4. Povratak međunarodnog komuniciranja**

Osnovna dilema kojom se bavimo u ovom radu jeste da li Internet zaočružuje proces gubitka komunikacione suverenosti država ili nova saznanja otvaraju mogućnost povratka komunikacionog suvereniteta posebno u sajber okruženju. Ako se prisjetimo, još je Encenzberger konstatovao da su nacionalni suvereniteti u oblasti komunikacija počeli odumirati počevši od pedesetih godina prošlog vijeka (Encenzberger, 1980: 102). Dakle, nacionalna država je prvo izgubila komunikacioni suverenitet, a zatim je uslijedio gubitak u sve većem broju javnih poslova, počevši od kontrole informacija, sprečavanje ekoloških rizika, ekonomske i vojne integracije, itd. što smo tada konstatovali kao ireverzibilni proces (Radojković, Stojković & Vranješ, 2015: 7). Najjednostavnije rečeno, razvojem masovnih medija, države su sve teže uspijevale da spriječe prodor inostranih propagandnih poruka prema njihovim javnostima, a razvoj telekomunikacionih satelita počevši od šezdesetih godina prošlog vijeka uklonio je tada svaku nadu da će države ikada više moći povratiti komunikacioni suverenitet. Pod tim utiskom Mekluan (1971) je svojevremeno konstatovao da čovječanstvo počinje da živi u „globalnom selu“. Telekomunikacioni sateliti su na kraju stvorili situaciju da više svjetski komunikacioni prostor nije mogao biti podjeljen ni na kontinentalne oblasti, a kamo li u okvirima granica nacionalnih država.

Dakle, kao što objašnjavaju i Radojković i dr. (2015) sve veća penetracija informaciono-komunikacionih tehnologija u društveno-politički domen posljednjih decenija XX vijeka uticala je na smanjenje mogućnosti državne kon-

trole nad protokom informacija, kako van granica, tako i unutar, kada je riječ o informacijama koje su dolazile spolja. Slikovit primjer, koji potkrepljuje tezu o gubitku komunikacionog suvereniteta, su slike katastrofe u Černobilu (SSSR) 1986. godine pri kraju Hladnog rata koje je prvi objavio svijetu (uključujući i sovjetsku javnost) francuski komercijalni satelit SPOT 1 (Radojković, Stojković & Vranješ, 2015: 142). Stil i Štajn su istakli da je na taj način onemogućen bilo kakav pokušaj prikrivanja ovog događaja koji ujedno predstavlja i prvi primjer globalnog izvještavanja po modelu „breaking news“ (Steel & Stein, 2002: 35; Day, 2014). Sve u svemu, mogućnost kontrole protoka informacija, bez obzira na smjer, u suštini je svedena na minimum, tako da u XXI vijeku i tehnološki najrazvijenije zemlje teško mogu da odgovore na izazove koje pred njih stavljaju subjekti globalnog komuniciranja. S druge strane, nisu sve države zadovoljne ovom činjenicom, posebno ako se uzme u obzir da je posljednjih decenija u njihove granice ušla i digitalna komunikacija koju tek nisu mogli staviti pod kontrolu (ili se bar tako smatra u javnosti), te se iz tog razloga sve jače čuje ideja o potrebi uspostavljanja sajber suvereniteta, što bi se moglo protumačiti kao težnja za ponovnom uspostavom komunikacionog suvereniteta.

Tezu o jačanju sajber suvereniteta najjače zastupa Kina, što je već opisano na drugom mjestu (Vranješ, 2017), a vjetar u leđa ovoj tezi dali su otkrića globalnih uzbunjivača na osnovu kojih je konstatovano da koalicija država na čelu sa SAD masovno nadziru umrežene građane širom svijeta, što je ojačalo argument da razvijene države kakva je Kina trebaju da ojačaju zaštitu kako svog suvereniteta tako i vlastitih građana u sajber prostoru. U istoriji će biti zabilježeno da je najvažniji događaj za ovu temu bio otkriće uzbunjivača Edvarda Snoudena, kompjuterskog stručnjaka i bivšeg zaposlenika američkih bezbjedonosnih agencija CIA (Central Intelligence Agency), DIA (Defense Intelligence Agency) i NSA (National Security Agency), koji je u junu 2013. godine objavio na hiljade povjerljivih dokumenata iz NSA, objelodanivši na taj način preko *Vašington Posta* i *Gardijana*, globalne programe za nadzor komunikacija posredstvom savremenih IKT, koje koriste NSA i „Five Eyes“ obavještajna alijansa u koju su uključeni Australija, Kanada, Novi Zeland, Velika Britanija na čeku sa SAD-om, a u saradnji sa svjetskim kompanijama iz oblasti telekomunikacija i evropskim vladama (Radojković, Stojković & Vranješ, 2015: 171). Kako navodi Elen Nakašima, osnovni Snoudenov motiv za navedeno objelodanjivanje je bilo saznanje da je vlada SAD preko Nacionalne službe bezbjednosti – NSA

izgradila sistem preko kojeg može doslovno da prati sve aktivnosti u sajber prostoru, čime su narušena ljudska prava širom svijeta (Nakashima & Warrick, 2013: 48). Tako je Snouden objelodanio da od 2006. godine NSA sistematski prikuplja „metapodatke“ svih telefonskih poziva ostvarenih na teritoriji SAD: od 2008. godine NSA je angažovana i za nadzor sadržaja e-pošte, internet pretraživanja i „soba za konverzaciju“ (čet rums) stranih državljana ali i državljana SAD, bez obzira da li postoji bilo kakva sumnja da učestvuju u kažnjivim ili terorističkim aktivnostima (Cole, 2015: 77–78); opisao nam je funkcionisanje različitih programa kao što je npr. „Zvezdani vjetar“ (engl. *Stellar Wind*) koji se bavi prikupljanjem metapodatka kompletnog američkog telefonskog i internet saobraćaja; zatim program „Prizma“ koji vrši ekstrakciju sadržaja sa servera kao što su: Microsoft, Yahoo, Google, Facebook, Paltalk, YouTube, Skype, AOL, Facebook i dr; onda program koji nosi naziv „XKEYSCORE“ predstavlja sistem za dubinsko prikupljanje i analizu obavještajnih podataka sa kompletnog Interneta, itd. (Mills, 2015: 122–126). Svi ovi podaci zajedno govore nam da se teza o demokratskim potencijalima Interneta i te kako nalazi na „klimavim nogama“.

Konačno, na osnovu svega napisanog, možemo da predvidimo dva moguća scenarija razvoja globalnog komuniciranja u budućnosti. Prvi scenario bi se odnosio na nastavak minimalne uloge države u uređivanju globalnog komuniciranja, kao što je danas i zamišljeno i što se manje više ostvaruje posebno pod pritiskom SAD. Tako bi se i u budućnosti nastavilo sa održavanjem postojećeg stanja sa mogućnošću jačanja uloge neprofitnog civilnog sektora u ovom procesu. Ovaj scenario je takođe i u skladu sa optimističnim predviđanjima razvoja Interneta kao demijurga novog kosmopolitskog svjetskog poretka, jer naposljetku država ne bi bila ključni pokretač reformi u sajber okruženju, nego bi to bili tzv. „multistakeholderi“ (engl. *multistakeholder*) odnosno „više zainteresovanih strana“. Tu bi se našli predstavnici civilnog društva, neprofitnog sektora, kompanija, različitih organizacija, pa do samih umreženih građana, a odluke bi se donosile deliberativno na dobrobit globalnog umreženog društva.

Ipak, ako uzmemo u obzir sve informacije koje su globalnoj javnosti predstavili uzbunjivači, posebno Edvard Snouden, smatramo da je minimalna vjerovatnoća da će se razvoj globalnog komuniciranja u bliskoj budućnosti kretati u gore navedenom pravcu, posebno što smo svjedoci izazova i ograničenja koja definitivno ne idu u prilog dugoročnosti ove vizije. Konačno, i subjekti global-

nog komuniciranja sve češće vrše pritisak na nacionalne države da zaštite svoje umrežene građane koji bivaju žrtve različitih oblika kriminala u sajber prostoru, tako da je za očekivati da će uloga država u domenu globalnog komuniciranja u budućnosti biti jača.

Tako dolazimo do drugog scenarija – osnaživanje uloge države u uređivanju sajber prostora. Ovaj scenario zasnovan je na mogućnostima kontrole ovog oblika komunikacione prakse u sajber prostoru. Prije svega, to se odnosi na legislativno uređenje uz podršku državnih institucija, ali ne treba isključiti i tehnološka unapređenja koja bi pratila ovu reformu. Bez obzira što ovaj pravac razvoja *a priori* pretpostavlja ograničavanje sloboda subjekata globalnog komuniciranja, izvjesnost ovog scenarija se zasniva na sve većoj potrebi da se umreženi građani zaštite od već opisanih rizika. Iako je na globalnom planu najdalje stigla Kina koja je doslovno uspostavila nešto što smo na drugom mjestu nazvali „kineskim sajber suverenitetom“ (Vranješ, 2017), ovde ćemo se kratko osvrnuti na primjere iz Velike Britanije kao dokaz da je trend osnaživanja pozicije država u uređivanju sajber prostora prisutan i kod država Zapada.

Već smo ranije pisali (Vranješ, 2017: 104) da je Zakon o istražnim ovlaštenjima stupio na snagu 30. 12. 2016. godine u Velikoj Britaniji, omogućivši britanskoj obavještajnoj zajednici da presreću komunikacije, te prikupaljaju i zadržavaju podatke i ostale informacije (*Investigatory Powers Act 2016*, 2016). Već samim usvajanjem ovaj zakon izazvao je mnoštvo kritika britanske javnosti zbog bojazni da bi time bila narušena privatnosti korisnika. Iz zakona proizilazi da su provajderi dužni da vode evidenciju o aktivnostima svojih korisnika i da iz toga nastale metapodatke čuvaju narednih godinu dana. Glin Mudi tvrdi da policijske i druge bezbjednosne agencije u Velikoj Britaniji više nemaju potrebu da traže sudski nalog da bi imali pristup podacima, računarima i mobilnim uređajima građana, nego samo odobrenje nadređenog službenika u svojim agencijama (Moody, 2016). Navedeni zakon izazvao je pažnju i Amnesti Internešenela (*Amnesty International*) koji su u svom izvještaju potvrdili da je navedeni zakon prijatnija za privatnost ali i ostala ljudska prava u Velikoj Britaniji (*Dangerously disproportionate*, 2017). Takođe, u izvještaju se ističe da je dodatna opasnost po ljudska prava i činjenica da za određeno nadzirano lice ne mora da postoji razumna sumnja da je počinilac krivičnog djela ili da će isto počiniti u bliskoj budućnosti (*Dangerously disproportionate*, 2017). Pored ovog primjera, već smo pisali i o aktivnostima parlamentarne Pravne komisije (engl. *Law Commission*)

čiji je zadatak bio da reformiše zakone o službenim tajnama (Vujić, 2017) i koji su predložili britanskoj Vladi da je neophodno uvesti krivično gonjenje svakog pojedinca koji objavi tajni obavještajni ili spoljnopolitički podatak zasnovan na curenju informacija. Dakle, svaki potencijalni uzbunjivač ovim bi bio krivično gonjen, a ako bi „curenje“ informacija išlo od strane određenog državnog službenika, zvaničnika ili zaposlenika u određenoj policijskoj agenciji, zaprijetila bi mu kazna od četrnaest godina zatvora (Hope, 2017).

Svi navedeni primjeri su važni za ovaj rad jer pokazuju da je Velika Britanija ozbiljno zakoračila u pravcu jačanja i uređivanja vlastitog sajber prostora. Iz toga proizilazi i određen paradoks, da zvanično Velika Britanija osuđuje razvoj kineskog modela „sajber suvereniteta“, dok istovremeno pojačava vlastite kapacitete u istom pravcu. To nas navodi na zaključak da i zapadne države rade na ojačavanju vlastitih komunikacionih suvereniteta, prije svega u sajeber sferi, i time bi mogli potpuno da stave pod kontrolu komunikaciju subjekata globalnog komuniciranja. Takve aktivnosti bi definitivno dovele do transformacije globalnog ponovo u međunarodno komuniciranje, što kao hipoteza ostaje za neka buduća istraživanja.

## 5. Zaključak

Razvoj savremenih informaciono-komunikacionih tehnologija doveo je do transformacije međunarodnog u globalno komuniciranje i do povećanja broja subjekata ovog oblika komunikacione prakse. Ova preobrazba svakako je izazvala pažnju stručne javnosti u domenu potencijalnih efekata budućeg razvoja na relaciji internet i globalno društvo. Moguća predviđanja u tom pravcu kretala su se od ideje o razvoju globalnog društva neopterećenog kulturnim, jezičkim, nacionalnim, etničkim ili bilo kojim drugim razlikama, pa do ideje o hegemoniji onih razvijenih država koji bi uz tehnologiju širili prema periferiji i vlastiti sistem vrijednosti, kulturne tvorevine i obrasce, ideološke konstrukte budućeg razvoja politike i društva, itd. Otrežnjenje određenih razvijenih država koje ne pripadaju Zapadnom bloku, desilo se otkrivanjem informacija od strane globalnih uzbunjivača u kojima se jasno vidi da je Internet postao platforma ne (samo) za širenje znanja, slobode, zabave, ideja, kulturnih tvorevina, itd, nego i za jačanje kontrole, narušavanja privatnosti, neovlašćenog nadzora, ograničavanja sloboda subjekata globalnog komuniciranja.

To je logično dovelo do izvjesnog nezadovoljstva kod razvijenih država na suprotnom polu od američkog, ali i do ideje da je neophodno pronaći alternativno rješenje. Gašenje Interneta u tim državama nikada nije bilo opcija, ali su zato usmjerili energiju u uspostavljanje određenih ograničenja u pravcu zaštite kako vlastitog suvereniteta tako i građana u virtuelnom prostoru od potencijalnih ugrožavanja, zloupotreba, napada i sl. posebno od država koje manje ili više otvoreno izražavaju na međunarodnom planu određenu dozu neslaganja sa unutrašnjim pitanjima u državama kao što su prvestveno Kina i Ruska Federacija. Tako je Kina izgradila koncept zaštite suvereniteta u virtuelnoj sferi i time postala prva „sajber-suverena država“ u historiji civilizacije. Naravno ovaj koncept naišao je na osudu na Zapadnoj hemisferi, ali i do određenog paradoksa – da su razvijene zapadne države, uz svu kritiku usmjerenu prema Kini, počele i same da legislativno i tehnološki ojačavaju vlastitu poziciju u domenu regulisanja Internet saobraćaja, što smo pokazali na primjeru Velike Britanije.

Kad tome pridodamo činjenicu da na međunarodnoj sceni jačanje „sajber suvereniteta“ zagovaraju i druge države, kao što je Ruska Federacije i države pod njenim uticajem, a uz to nam je poznato kako funkcionišu sistemi kontrole i nadzora na Zapadu, jasno dolazimo do niza pitanja: da li će se ovaj trend nastaviti, kakve bi mogao efekte da izazove na subjekate globalnog komuniciranja, da li će se u buduće dodatno narušavati prava i slobode umreženih građana i konačno – da li dolazi do reverzibilnog procesa – transformacije globalnog ponovo u neki oblik međunarodnog komuniciranja ograničenog virtuelnim-nacionalnim granicama sajber prostora.

Ako bi se ovaj trend nastavio bićemo po svemu sudeći svjedoci umanjenja i nacionalnog „disciplinovanja“ globalnog komuniciranja, što je argument u prilog tezi o ponovnom jačanju komunikacionog suvereniteta. Sve ovo dovodi i do još drugih otvorenih pitanja, posebno kada je riječ o budućoj poziciji građana kao subjekata globalnog komuniciranja, odnosno da li će njihova pozicija, u slučaju ostvarivanja ovog scenarija, biti umanjena, ograničena ili u potpunosti dovedena u pitanje. To naravno ostaje predmet budućih istraživanja.

## Literatura

- Chitty, N., & Rawnsley, G. (2008). Introduction. *Journal of International Communication*, 14(2), 5–8.
- Cole, D. (2015). What Should We Do About the Leakers?. In R. Goldfarb (ed.), *After Snowden - Privacy, Secrecy and Security in the Information Age* (pp. 121–140). New York: Thomas Dunne Books, St. Martin's press.
- Curran, J. (2012). Reinterpreting the Internet and Rethinking the Internet. In J. Curran, N. Fenton & D. Freedman (eds.), *Misunderstanding the Internet* (pp. 3–33). London. New York: Routledge.
- Dangerously disproportionate – The Ever-expanding National Security State in Europe (2017). Amnesty International. Posjećeno 28. 4. 2017. URL: <https://www.amnesty.org/download/Documents/EUR0153422017ENGLISH.PDF>.
- Day, D. (2014). Shooting the news from low Earth orbit – An interview with Mark E. Brender, Executive Director of the DigitalGlobe Foundation. Posjećeno 29. 7. 2014. URL: <http://www.thespacereview.com/article/2429/1>.
- Encenzberger, H. M. (1980). *Nemačka, Nemačka između ostalog*. Beograd: BIGZ.
- Giddens, A. (2003). The Globalizing of Modernity. In A. McGrew & D. Held (eds.), *The Global Transformations Reader – An Introduction to the Globalization Debate* (2nd ed.) (pp. 60–66). Cambridge: Polity Press.
- Gladwell, M. (2010, 4. oktobar). Small Change – Why the revolution will not be tweeted. *The New Yorker*. Posjećeno 12. 2. 2017. URL: <http://www.newyorker.com/magazine/2010/10/04/small-change-malcolm-gladwell>.
- Hope, C. (2017, 2. februar). Exclusive spies and civil servants who leak secrets face 14 years in jail in first overhaul of the Official Secrets Act for 100 years. *The Telegraph*. Posjećeno 29. 4. 2017. URL: <http://www.telegraph.co.uk/>

news/2017/02/02/exclusive-spies-civil-servants-leak-secrets-face-14-years-jail/.

Investigatory Powers Act 2016 (2016). Parliament UK. Posjećeno 12. 1. 2017. URL: <http://services.parliament.uk/bills/2015-16/investigatorypowers.html>.

Kamps, K. (2011). Internet i politika. In A. Zeffass & M. Radojković (eds.), *Menadžment političke komunikacije* (pp. 277–327). Beograd: KAS.

Kidd, J. (2011). Are New Media Democratic?. *Cultural Policy, Criticism and Management Research*, 5, 91-109. Posjećeno 12. 1. 2017. URL: [https://culturalpolicyjournal.files.wordpress.com/2011/08/issue5\\_kidd1.pdf](https://culturalpolicyjournal.files.wordpress.com/2011/08/issue5_kidd1.pdf)

Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. Thousand Oaks. California: Sage Publications.

McChesney, R.W. (2013). *Digital Disconnect – How Capitalism is Turning the Internet Against Democracy*. New York: The New Press.

Makluan, M. (1971). *Poznavanje opština – čovekovih produžetaka*. Beograd: Prosveta.

Mills, J. (2015). The Future of Privacy in the Surveillance Age. In R. Goldfarb (ed.), *After Snowden – Privacy, Secrecy and Security in the Information Age* (pp. 191–260). New York: Thomas Dunne Books, St. Martin's press.

Moody, G. (2016, 17. novembar). Why the Investigatory Powers Act is a privacy disaster waiting to happen. *Ars Technica UK*. Posjećeno 14. 1. 2017. URL: <https://arstechnica.co.uk/tech-policy/2016/11/investigatory-powers-act-privacy-disaster-waiting-to-happen>.

Morozov, E. (2011). *The Net Delusions – The Dark Side of Internet Freedom*. New York: PublicAffairs.

Nakashima, E., & Warrick, J. (2013, 14. jul). For NSA chief, terrorist threat drives passion to 'collect it all'. *The Washington Post*. Posjećeno 15. 1. 2016. URL: [https://www.washingtonpost.com/world/national-security/for-nsa-chief-terrorist-threat-drives-passion-to-collect-it-all/2013/07/14/3d26ef80-ea49-11e2-a301-ea5a8116d211\\_story.html?utm\\_term=.b0f5dff106d7](https://www.washingtonpost.com/world/national-security/for-nsa-chief-terrorist-threat-drives-passion-to-collect-it-all/2013/07/14/3d26ef80-ea49-11e2-a301-ea5a8116d211_story.html?utm_term=.b0f5dff106d7).

- Norris, P., & Inglehart, R. (2009). *Cosmopolitan Communications – Cultural Diversity in a Globalized World*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Petrović, D. (2013). *Društvenost u doba interneta*. Novi Sad: Akademska knjiga.
- Radojković, M., Stojković, B., & Vranješ, A. (2015). *Međunarodno komuniciranje u informacionom društvu*. Beograd: Clio.
- Rubin, R., Rubin, A., Haridakis, P., & Piele, L. (2010). *Communication Research – Strategies and Sources* (7th ed.). Boston: Wadsworth
- Selva, D. (2014). Influence on Elections. In K. Harvey (ed.), *Encyclopedia of Social Media and Politics*. London: Sage.
- Steel, C., & Stein, A. (2002). Communications Revolutions and International Relations. In J. E. Allison (ed.), *Technology, Development and Democracy – International Conflict and Cooperation in the Information Age* (pp. 25–54). Albany: State University of New York Press.
- Stojković, B. (2002). *Identitet i komunikacija*. Beograd: Čigoja.
- Veneti, A. (2014). Campaigns, Virtual. In K. Harvey (ed.), *Encyclopedia of Social Media and Politics*. London: Sage.
- Vranješ, A. (2017). Internet suverenitet sa kineskim karakteristikama. *Godišnjak Fakulteta političkih nauka*, 11(18), 99–120.
- Vujić, Lj. (2017, 13. februar). Udar Londona na novinare i uzbunjivače. *Politika*. Posjećeno 28. 4. 2017. URL: <http://www.politika.rs/sr/clanak/374220/Udar-Londona-na-novinare-i-uzbunjivace>.

**Aleksandar Vranješ**  
University of Banja Luka, Faculty of Political Sciences,  
Bosnia and Herzegovina

## FROM INTERNATIONAL TO GLOBAL COMMUNICATION AND BACK

***Abstract:** The transformation of the international to global communication is over, and its effects are still in the focus of the experts in this field. Modern information and communication technologies, as the primary agent of these transformation, have enabled the expansion of the number of subjects of this form of communication practice. For the first time in the history of mankind, citizens have become actors of both international and global communication, under the condition that they have a right gadget for Internet access, digital literacy, and need and motive to communicate across the borders of national states. Hence, a public debate was opened among the experts in this field as to whether this transformation would lead to a new global order based on the cosmopolitan ideas or to the increase of hegemony, exploitation, subordination from center to periphery. The discovers from the global whistleblowers have given strong arguments to the advocates of this second, “pessimistic” perspective of the development of global communication, opening up a completely new question – whether in the future the states will strive to achieve the so-called cyber or internet sovereignty. In the case that the state’s position would be strengthened in the domain of the digital communication regulations, and also in the domain of the restriction and protection of its own communication sovereignty in the online sphere, it is possible that in the near future we will witness the reversible process of the return of international communication. In that case, the states will again play a primary role as subjects of the global communications and the position of citizens could be either reduced, limited or fully negated, which is the main topic of this paper.*

***Key words:** international communication, global communication, transformation, information-communication technology, internet, citizens*

# Vršnjačko nasilje na društvenim mrežama u Republici Srbiji<sup>1</sup>

Jovana Rančić<sup>2</sup>

Univerzitet u Beogradu, Fakultet političkih nauka, Srbija

doi: 10.5937/comman13-18786

***Sažetak:** Proteklih godina, elektronsko nasilje je sve zastupljenija tema, naročito kada je reč o mlađim generacijama. Osobnosti komunikacije posredstvom interneta čine ovaj oblik nasilja specifičnim fenomenom savremenog društva. Studije pokazuju da elektronsko nasilje postepeno zamenjuje tradicionalno vršnjačko nasilje ili da ova dva oblika koegzistiraju. Često je elektronsko nasilje samo nastavak nasilja koje se odvija unutar škole, školskog dvorišta, na ulici, dok postoje i slučajevi vršnjačkog nasilja isključivo u vezi sa internet okruženjem. Kako god da se odvija, u virtuelnoj ili realnoj sredini, njegove posledice su zabrinjavajuće, često i ozbiljnije kada je reč o ovom relativno novom obliku nasilja. Kada govorimo o procesu socijalizacije današnjih generacija, sa pravom možemo uzeti internet kao jedan od centralnih agensa. Nedavna istraživanja pokazuju da deca najmanje koriste internet za informisanje i u edukativne svrhe, da je njegova primarna funkcija zabava i komunikacija sa vršnjacima. Internet servisi za komunikaciju i građenje virtuelnog identiteta postaju važan deo njihovog odrastanja. Zato nedostatak znanja o opasnostima koje vrebaju na internetu može najviše oštetiti najmlađe. Ovaj rad teorijski obrađuje temu vršnjačkog nasilja. U uvodnom delu definisan je pojam elektronskog nasilja, karakteristike i oblici sa kojima se najmlađi korisnici najčešće suočavaju. Naglasak je i na specifičnostima koje ga razlikuju od tradicionalnih oblika nasilja, ali i njegovim posledicama. Ovaj fenomen biće posmatran i sa komunikološkog, sociološkog i psihološkog aspekta. Poseban osvrt dat je na pitanje zaštite dece od elektronskog nasilja i ulozi države, roditelja, škole, svedoka i medija u tom procesu.*

***Ključne reči:** internet, vršnjačko nasilje, elektronsko nasilje, deca, zaštita dece, Srbija*

<sup>1</sup> Rad je proistekao iz master rada „Vršnjačko nasilje na društvenim mrežama u Republici Srbiji“ odbranjenog 8. juna 2018. godine na Fakultetu političkih nauka u Beogradu.

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

## 1. Uvod

Dostupnost interneta je umnogome promenila život današnjice. Mogućnosti pristupa velikom broju informacija u prvi plan je istakla njegovu informativnu i edukativnu funkciju. Značaj interneta je veliki i u domenu komunikacija. Njegova pojava ne samo da je otvorila nove komunikacijske kanale i planetu pretvorila u ono što je Makluan (McLuhan) nazivao „globalnim selom“, već je uticala na interakciju ljudi i postala važan društveni kontekst. Internet je nadmašio mogućnosti tradicionalnih medija i dao veliki doprinos kada je sloboda govora u pitanju. Često, zbog mnogobrojnih mogućnosti koje pruža, zaboravljamo zloupotrebe do kojih može doći njegovim korišćenjem. Najnezštićeniji u tome su njegovi najmlađi korisnici. Današnje generacije odrastaju uz korišćenje informaciono-komunikacionih tehnologija i ne mogu zamisliti svakodnevicu bez olakšica koje one pružaju. Rano uplovljavaju u svet interneta i neretko su informatički pismeniji od svojih roditelja. Kada govorimo o procesu socijalizacije današnjih generacija, sa pravom možemo uzeti internet kao važan sporedni agens. Nedavna istraživanja pokazuju da deca najmanje koriste internet za informisanje i u obrazovne svrhe, da je njegova primarna funkcija zabava i komunikacija sa vršnjacima (UNICEF, 2016).

Internet servisi za komunikaciju i i građenje tzv. virtuelnog identiteta postaju važan deo njihovog odrastanja (Mandarić, 2012). Mnogi oblici devijantnog ponašanja posredstvom interneta dobili su novu dimenziju i formu. Jedan od društvenih fenomena koji je uspeo da egzistira i u virtuelnom svetu, a u vezi je sa decom, jeste fenomen vršnjačkog nasilja. Istraživači tvrde da se tradicionalno i elektronsko nasilje vrše pretežno istovremeno, ali od elektronskog nasilja je daleko teže pobeći, zbog lakšeg pristupa žrtvi (Milošević, 2018). Vršnjačko nasilje se postepeno iz školskih klupa premešta u virtuelni svet, mada se može reći da ova dva oblika nasilja često koegzistiraju (Ljepava, 2011). Osobnosti internetske komunikacije čine elektronsko nasilje specifičnim fenomenom. Javlja se u više oblika i daleko je opasnije od tradicionalnog vršnjačkog nasilja. Ono što ga čini takvim jeste dostupnost interneta i nemogućnost da se žrtva na nekom mestu oseti zaštićeno, jer ono olako ulazi i na mesta gde bi deca trebalo da budu najbezbriznija (Kowalski et al., 2014; Görzig & Macháčková, 2015). Druge specifičnosti vezujemo za brzinu kojom sadržaj postaje dostupan na internetu, masovnost ljudi koji mogu svedočiti nasilju, kao i anonimnost koja ume da zavara nasilnika (Kowalski et al., 2014; Görzig & Macháčková, 2015). Tijana Milošević u svojoj knjizi *Protecting Children Online? Cyberbullying Poli-*

*cies of Social Media Companies* ističe da specifičnosti elektronskog nasilja jesu, osim jednostavnijeg pristupa žrtvi, široka publika koja prisustvuje ponižavanju i digitalni zapis koji neće tako jednostavno nestati (Milošević, 2018). O preventivnim merama i zaštiti govori se tek pošto budu zabeleženi slučajevi, često sa teškim ishodom. U poslednje vreme, problem elektronskog nasilja, kao novog vida vršnjačkog nasilja u Republici Srbiji, zaživeo je u javnosti tek nakon što su snimci fizičkih obračuna deca preplavili društvene mreže i internet portale. Ovaj oblik nasilja, nastao sa ciljem da se dodatno ošteti žrtva i da fizički obračun ostane zabeležen, predstavlja kulminaciju oba oblika, tradicionalnog vršnjačkog i novog, nastalog upotrebom digitalnih tehnologija. U ovom radu biće predstavljene specifičnosti vršnjačkog nasilja na interenetu u odnosu na tradicionalno nasilje i njegovo komunikološko, sociološko i psihološko tumačenje.

## 2. Elektronsko nasilje – specifičnosti i podela

U zavisnosti od sredstava koja se koriste, vršnjačko nasilje možemo podeliti na klasično i elektronsko nasilje (Rakić, 2017). Činjenica je da nove generacije odrastaju uz savremene informaciono–komunikacione tehnologije i da su one u potpunosti promenile socijalnu interakciju. Od ukupnog broja svetske populacije koja koristi internet, trećina korisnika je mlađa od 18 godina (Popadić & Kuzmanović, 2016). Profesor Vin Ven, šef katedre na holandskom univerzitetu Delft, nazvao je generacije koje odrastaju uz multifunkcionalne tehnološke sprave *Homo Zappiens* (prema Bubonjić, 2014). Pisac i dizajner softvera za učenje Mark Prenski je nove generacije nazvao *Digital Natives*, objavivši tekst u stručnom časopisu *On the horizon*, gde je govorio o sociološkom kontekstu i okolnostima u kojima nove generacije odrastaju, pod nazivom *Digital Natives, digital immigrants* (Bubonjić, 2014). Usled nedostatka informisanja, lakomislenosti, radoznalosti, olako mogu postati žrtve elektronskog nasilja. To dodatno potvrđuje podatak da deca mlađeg uzrasta uglavnom poseduju sopstveni uređaj posredstvom kog pristupaju internet servisima, pa imaju veću autonomiju u korišćenju. Najčešći vid nasilja na internetu kojem su deca podložna jeste elektronsko nasilje. Ono predstavlja svaku komunikacionu aktivnost koja se odvija u sajber prostoru (čet, veb, imejl, Skajp, blog, Fejsbuk Tviter, Majspejs) i može oštetiti pojedinca (Marković Krstić & Milošević Radulović, 2016). „N. E. Vilard definiše elektronsko nasilje kao slanje ili objavljivanje povređujućih tekstova ili slika posredstvom interneta ili drugih komunikacijskih sredstava“ (Marković Krstić & Milošević Radulović, 2016: 204).

Akademске publikacije koje se odnose na ovaj fenomen savremenog društva počele su masovno da se pojavljuju u prvim godinama XXI veka i uglavnom su se odnosile na adolescente (Ey et al., 2015). Na osnovu pročitanoг materijala, elektronsko nasilje možemo definisati kao svaki oblik komunikacije, uključujući razmenu tekstualnog, audio ili video sadržaja posredstvom interneta, koji ugrožava bezbednost pojedinca ili stvara kod njega osećaj uznemirenosti i straha. Akteri su, kao i u slučaju tradicionalnog nasilja, nasilnici, žrtve i svedoci, o čemu će se govoriti u drugim poglavljima. Kada je reč o ovom obliku nasilja, razlikujemo direktan napad i napad preko posrednika (Vejnović, 2013). Direktan napad podrazumeva: slanje poruka koristeći telefon ili platforme za komunikaciju na internetu, promenu lozinke na korisničkim naložima, objavljivanje ličnih podataka ili laži, slanje uznemirujućih fotografija ili video zapisa, postavljanje ankete o žrtvi, slanje virusa na računar ili mobilni telefon i lažno predstavljanje (Vejnović, 2013).

Neposredno nasilje se vrši posredstvom treće osobe koja često nije uključena u proces nasilja, odnosno, odvija se korišćenjem tuđeg naloga ili mobilnog telefona (Vejnović, 2013). Ortega i već pomenuta autorka Vilar donose sledeću podelu elektronskog nasilja: vulgarne i uvredljive poruke, pretnje, pokušaj da se naruši ugled nekome koristeći glasine i neistine, lažno predstavljanje, iznošenje ličnih podataka, izbacivanje iz onlajn grupa i dr. (prema Marković Krstić & Milošević Radulović, 2016). U publikaciji nastaloj u sklopu projekta „Zaustavimo digitalno nasilje“ u saradnji Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja, kancelarije UNICEF-a i kompanije Telenor, data je šira podela elektronskog nasilja, koja obuhvata: elektronske poruke uvredljivog sadržaja (engl. *flaming*), pretnje, ocrnjivanje korišćenjem glasina i laži u cilju rušenja reputacije ili sa namerom da se ugrozi odnos sa drugima, lažno predstavljanje korišćenjem šifre tuđeg naloga, indiskrecija – otkrivanje tajni, ličnih podataka, slanje neprikladnog seksualnog materijala (engl. *sexting*) i snimanje udaraca (Popadić & Kuzmanović, 2016).

## 2.1. Specifičnosti elektronskog u odnosu na tradicionalno vršnjačko nasilje

Prema mišljenju Buljan–Flander, odlike elektronskog nasilja i ono što ga izdvaja od klasičnog jeste sledeće:

- može biti prisutno tokom čitavog dana;

- dešava se na sigurnim mestima (npr. porodična kuća);
- masovnost publike na internetu, mnogobrojni svedoci;
- anonimnost čini da se žrtva oseća bespomoćnije;
- meta – deca, ali i odrasli;
- zbog nedostatka fizičkog kontakta sa žrtvom, nasilnik nema osećaj u kojoj meri povređuje i nanosi štetu (Sumonja & Skakavac, 2013).

Elektronsko nasilje je specifično, jer opasnosti vrebaju unutar mesta gde bi deca trebalo da budu spokojna i zaštićena, unutar porodičnog doma (Ljepava, 2011). Budući da može biti prisutno tokom celog dana, gde god postoji pristup internetu, to može da učini ovaj oblik nasilja opasnijim od tradicionalnog (Milošević, 2018; Ljepava, 2011). Elektronsko nasilje nema fizičko i vremensko ograničenje (Pozza Dalla et al., 2016). Masovna publika, koja je često svedok nasilja, čini da se žrtva oseća još bespomoćnije i nezaštićenije (Milošević, 2018; Ljepava, 2011). Tradicionalno i elektronsko nasilje koegzistiraju na specifičan način, a reč je o pojavi novijeg datuma. Naime, svedoci smo da je veoma česta pojava da se fizički obračuni dece snimaju i posle obelodanjuju na internetu posredstvom društvenih mreža (Milošević, 2018; Ljepava, 2011; Ružić, 2009). Ta činjenica dodatno uznemirava, budući da nasilnicima nije dovoljno fizičko i psihičko maltretiranje žrtve, već žele da je dodatno ponižavaju time što scene nasilja iznose javno (Ljepava, 2011; Đorić, 2009).

Autorka teksta „Buling kao vrsta socijalnog nasilja“ Marija Đorić kao osnovne razlike tradicionalnog i elektronskog nasilja navodi anonimnost i brzinu (Đorić, 2009). Anonimnost se odnosi na nasilnika, jer se ne može lako otkriti njegov identitet (Ćalović, 2012). Na taj način mogu se izbeći društvena ograničenja koja postoje u fizičkom svetu, upravo mogućnošću lažnog identiteta (Ćalović, 2012). Skrivanje identiteta počiniocu pruža osećaj sigurnosti, jer ne postoji strah od sankcionisanja (Ćalović, 2012). Brzina se ogleda u tome da se sadržaj koji ugrožava žrtvu brzo širi, pa olako postaje dostupan drugima (Đorić, 2009).

### **3. Komunikološki aspekt elektronskog nasilja**

Istraživanju UNICEF-a iz 2016. godine pokazuje da mali broj dece internet koristi za čitanje i informisanje i da je njegova osnovna svrha razonoda i zabava

(gledanje filmova, slušanje muzike, igranje video igrica), kao i komunikacija sa vršnjacima posredstvom društvenih mreža. Na osnovu istraživanja došlo se do podatka da se interesovanje za korišćenje društvenih mreža povećava od 12. godine, dok kod dece uzrasta od 14 do 17 godina u 70% postaje svakodnevna aktivnost (UNICEF, 2016). Osnovu elektronskog nasilja čini nasilna komunikacija, stoga kad govorimo o ovom fenomenu digitalne ere, ne smemo zanemariti njegov komunikološki aspekt. On se ogleda u pisanoj reči, a uključuje pretnje, uvrede i sav sadržaj koji ima cilj da inkriminiše pojedinca. Doprinosi širenju grupne mržnje, ukoliko uzmemo u obzir broj korisnika koji posmatraju nasilje, ali i širenju govora mržnje. Specifičnost ovog nasilja koja ga čini opasnijim od tradicionalnog je snaga pisane reči (Marković Krstić & Milošević Radulović, 2016). Naime, izgovorenu uvredu dete može lakše da zaboravi, kod elektronskog nasilja to nije slučaj (Marković Krstić & Milošević Radulović, 2016). Žrtva uvek može iznova da pročita šta je nasilnik napisao. Veliki problem predstavlja nemogućnost uništavanja fotografija, video snimaka i sadržaja tekstualnog karaktera kada jednom dospeju u sajber prostor (Marković Krstić & Milošević Radulović, 2016). Reč je o komunikaciji, interakciji negativnog karaktera, u kojoj razlikujemo subjekt i objekt nasilja (Đorić, 2009).

Posmatrano kroz komunikološku prizmu, elektronsko nasilje može biti definisano kao verbalno vršnjačko nasilje distribuirano kroz savremene komunikacione kanale koji mu daju određene osobenosti. S tim u vezi, Olweus smatra da je elektronsko nasilje u osnovi tradicionalno koje se manifestuje uz pomoć elektronskih uređaja, kao što su mobilni telefoni ili upotrebom interneta (Olweus, 2012). Ovaj autor kao važnu karakteristiku bulinga navodi repetitivnost (prema Rakić, 2017). Budući da elektronsko nasilje bazira na ideji o tradicionalnom bulingu, teško je reći šta na internetu podrazumeva ponavljanje. U ovom slučaju, repetitivnost se može ogledati u konstantom izvrgavanju pojedinca ruglu korišćenjem internet servisa za komunikaciju. U Republici Srbiji, vršnjačko nasilje je definisano u *Posebnom protokolu za zaštitu dece i učenika od nasilja, zlostavljanja i zanemarivanja* gde je dovoljno da se desi jednom da bi bilo registrovano (Rakić, 2017). Strani autori saglasni su sa tim da repetitivnost ne sme da odvaja ova dva pojma: pojam vršnjačkog nasilja i bulinga. Ukoliko uzmemo u obzir da i jednom načinjeno nasilje, kog god oblika bilo, može da ostavi trajne posledice po dete i probudi u njemu strah da mu se takve situacije ne ponove, uvidećemo da nasilan čin učinjen jednom ili više puta nosi sa sobom

iste posledice. Nasuprot Olveusovom mišljenju, postoje istraživači koji smatraju da karakteristike tehnologija bitno razlikuju elektronsko nasilje od tzv. nasilništva licem u lice (engl. *face-to-face bullying*) (Kofoed & Ringrose, 2012). Jedna od njih je i da zbog prirode komunikacije posredstvom interneta dolazi do nemogućnosti razvijanja empatije (Kofoed & Ringrose, 2012). Mnogi tinejdžeri ističu da je mnogo „lakše” maltretirati nekoga posredstvom tehnologija, nego „licem u lice” (Hinduja & Patchin, 2011), a to se može objasniti upravo činjenicom da u takvim situacijama počinitelj nasilja teže može da razvije nelagodu i grižu savesti zbog svog delanja. Dragan Popadić ističe da su agresivni oblici verbalne komunikacije oni koji su nama socijalno i moralno neprihvatljivi i da je njihov prototip verbalno nasilje (Popadić, 2009). Autor smatra da treba odvojiti agresivnu komunikaciju od pošalica, zadirkivanja među vršnjacima i pod nasilnom komunikacijom podrazumeva sve poruke koje imaju cilj da ugroze psihičko zdravlje i samopoštovanje žrtve (Popadić, 2009). Nasilje predstavlja komunikacionu aktivnost i, s obzirom na složenost komunikacije, možemo reći da raznovrsnost nasilja potiče iz bogatstva socijalne komunikacije (Popadić, 2009). Često je i fizičko nasilje praćeno verbalnom i neverbalnom komunikacijom (Popadić, 2009). Žrtva se može povrediti i uvredljivim gestovima kojim joj se obraća (Popadić, 2009). Oblici nasilja mogu biti i isključivanje iz grupe, što bi podrazumevalo odbijanje komunikacije sa žrtvom i nagovaranje drugih na isto. Osim komunikološkog poimanja elektronskog nasilja, komunikološki aspekt je veoma važan i kada je u pitanju prevencija i reagovanje, o čemu će se detaljnije pisati u narednom poglavlju. U ovom slučaju, značaj komunikacije je veliki, jer ukoliko roditelji i nastavnici dovoljno pažnje posvećuju izgradnji uspešne komunikacije, razvije odnos zasnovan na poverenju te su veće šanse da će im se dete u slučaju nasilja obratiti za pomoć.

#### 4. Sociološki aspekt elektronskog nasilja

Sociolozi su, započevši istraživanja 70-tih godina prošlog veka, prvi progovorili o vršnjačkom nasilju i uveli ga u nauku (Ljepava, 2011). U naučnu literaturu ulazi 60-ih godina prošlog veka, kao predmet proučavanja u skandinavskim zemljama, najpre u Švedskoj (Miladinović & Petričević, 2013). Za ideju o bulingu zaslužan je Den Olveus objavivši delo *Bullying at School: What We Know and What We Can Do* (prema Miladinović & Petričević, 2013).

Proteklih godina, zbog velikog broja zabeleženih slučajeva elektronskog nasilja i zbog težine njegovih oblika, ovaj fenomen postaje tema istraživanja stručnjaka iz svih domena humanističkih nauka. Sociološko tumačenje zasniva se na društvenim promenama i zajednici kao osnovnim agensima nasilja (Milošević & Karapandzić, 2013.). Kada govorimo o sociološkom aspektu elektronskog nasilja, kao važne činioce bismo naveli porodicu i školu kao važne agense socijalizacije (Vranješ & Petković, 2013). A među druge, takođe značajne, i okruženje, medije i dr. (Vranješ & Petković, 2013).

Dece se kroz porodicu uključuje u prve društvene odnose i uči moralu (Lukić, 1974). Olveus je na osnovu svojih istraživanja zaključio da porodica utiče na pojavu nasilništva kod dece, a kao najvažnije faktore naveo je, između ostalih, roditeljsku toplinu (prema Batić, 2013). Kod dece čiji roditelji nisu dovoljno posvećeni, pružaju malo emotivne podrške i nizak stepen interesovanja, češće se javlja neposlušnost i agresivno ponašanje (Batić, 2013). Druga dimenzija jeste roditeljski nadzor (Batić, 2013). Istraživanja su pokazala da vršnjačko nasilničko ponašanje često proizlazi iz porodica u kojima su roditelji nasilni jedni prema drugima ili prema deci, te se ovakvo ponašanje posmatra kao naučeno (Batić, 2013). To potvrđuje i Bandurina teorija socijalnog učenja: socijalno–kognitivna teorija (Popadić, 2009). U istraživanju *Canadian Longitudinal Survey of Children and Youth*, rezultati pokazuju da deca koja prisustvuju nasilju u kući, češće na direktan ili indirektan način zlostavljaju svoje vršnjake (Nedimović & Biro, 2011). Četvrti faktor rizika, prema Olveusovom mišljenju, jeste temperament deteta (Batić, 2013). Društveno–ekonomski uslovi, kao što su stručna sprema roditelja ili prihodi, na osnovu istraživanja nisu povezani sa pojavom nasilništva među vršnjacima, a isti slučaj je i sa žrtvama (Batić, 2013). Olveusove faktore rizika koji se odnose na tradicionalno vršnjačko nasilje možemo uzeti u obzir i kada je o elektronskom reč. Treba napomenuti da su brojna istraživanja pokazala da mnogi faktori rizika leže van porodice. Tu možemo navesti šire kulturološke faktore kao što su ekonomski uticaj, socijalni, obrazovni, uticaj pravnog i političkog sistema i drugi (Görzig & Macháčková, 2015).

„Većina istraživača i teoretičara koji se bave problemima vršnjačkog nasilja smatra da je vršnjačko nasilje odraz celokupne situacije u jednom društvu. U društvima u kojima se delinkventno ponašanje i kriminal ne sankcionišu na adekvatan način, mladi se poistovećuju sa „negativnim herojima” i to

dovodi do povećane stope nasilja u tim društvima.” (Nedimović & Biro, 2011: 230)

Vrlo često deca ovu vrstu nasilja deca posmatraju kao vrstu drame, odnosno govore o tome kao situaciji kojoj ne treba pridavati značaj, koja im se čak može činiti i zabavnom, pre nego što bi priznali da time mogu biti ugrožena osećanja pojedinca (Marwick & boyd, 2014). S tim u vezi, treba raditi na jačanju uticaja kulturološkog okvira, na jačanje empatije i razumevanja, te na taj način pojašniti kada i gde ovakva ponašanja mogu izazvati ozbiljne posledice (Marwick & boyd, 2014). Elektronsko nasilje se teže kontroliše upravo zbog platformi za komunikacije za koje je vezano (Ljepava, 2011). Ukoliko roditelji ne posvećuju dovoljno pažnje aktivnostima dece, ona imaju svu autonomiju nad svojim slobodnim vremenom, a najčešće ga provode upravo koristeći internet aplikacije (Marković Krstić & Milošević Radulović, 2016). Nije retkost da ne posmatraju boravak dece na internetu kao potencijalnu opasnost, jer ni sami ne poseduju veću dozu informatičke pismenosti pa su deca u tom smislu daleko premašila svoje roditelje, budući da je reč o generacijama koje nazivamo digitalnim (Lepojević Kovačević, Pavlović Žunić & Kovačević, 2014). Ipak, u ovom slučaju, slučaju sociološkog viđenja problema, fokusiraćemo se na najviše na stvaranje povoljne klime u porodici, jer je ona glavni faktor prevencije i suzbijanja nasilnog ponašanja (Vranješ & Petković, 2013). Škola je drugi važan faktor socijalizacije. Ona umnogome menja navike dece. Kada je nasilno ponašanje mladih u pitanju, dešava da oni koji imaju negativan stav prema školi, često su odsutni sa časova i ne postižu visoke uspehe, skloniji su nasilnom ponašanju u odnosu na druge učenike (Mojsilović & Gavrić, 2013). Nije uvek slučaj da su ovakva propratna ponašanja preduslov za pojavu delikvencije, ali mnogi autori su saglasni s tim da su osobe nižeg obrazovanja sklonije krimogenom ponašanju (Mojsilović & Gavrić, 2013). I Popadić navodi da školski neuspeh i agresivno ponašanje mogu proizići iz neadekvatne intelektualne sposobnosti, nedostatka koncentracije i pažnje, hiperaktivnosti i porodice koje ne postavlja visoke zahteve kada je školski uspeh u pitanju (Popadić, 2009). Važan uticaj na decu ima sredina i društvo generalno. Ukoliko su okružena ljudima koji su skloni nasilnom ponašanju, veća je verovatnoća da će ih deca oponašati. Kriza društvenog i ličnog morala, poremećaj sistema vrednosti čini pogodno tlo za pojavu kriminaliteta kod dece. Mediji imaju veliki uticaj na razvoj interesovanja dece za ono šta se dešava van kruga porodice i neposredne okoline (Vasović, 2007).

S obzirom na to da situacija u medijima oslikava stanje društva, ne iznenađuje količina neprimerenog i nasilnog sadržaja koja se svakodnevno emituje. Najveći problem jeste da je takav program medija neizostavan deo života mladih ljudi i dece i da to može umnogome uticati na njihovu percepciju života i stvarnosti. Deca su ciljna grupa koja je najpodložnija uticaju medija. Hesman sa saradnicima je kroz istraživanja pokazao da izloženost nasilju u medijima u ranom detinjstvu može biti uzročnik kasnijeg agresivnog ponašanja (prema Đerić & Studen, 2006). Ovi autori smatraju da postoje dve vrste efekata televizijskog nasilja: kratkotrajno (deca i mladi bivaju nasilni neposredno po gledanju sadržaja sa nasilnim elementima) i dugotrajno (tiče se usvajanja stavova i navika koji se odnose na agresivno ponašanje) (Ignjatović, 2011). Jedna od teorija koja ukazuje na povezanost medija i pojave nasilnog ponašanja jeste npr. teza navikavanja, koja ukazuje da stalno posmatranje nasilja posredstvom televizije, smanjuje osetljivost na nasilje, te ono postaje normalno i svakodnevno (Zipfel & Kunczik, 2007). Belson je, vršeći istraživanje u Londonu, došao do rezultata da su dečaci koji su bili izloženi nasilnim sadržajima kasnije ispoljavali takve oblike ponašanja (prema Murray, 2008). Drugi teoretičari, pak, pokušavaju da opovrgnu ovakve teorije, kao takvu možemo navesti teoriju preokreta, koja zastupa mišljenje da nasilje u medijima deluje kao bumerang odnosno izaziva suprotno ponašanje (Zipfel & Kunczik, 2007). Najranija istraživanja na ovu temu rađena su u Sjedinjenim Američkim Državama, od strane Pejna Fonda (Payne Fund) i ne dokazuju uzročnu vezu između medijskih sadržaja i nasilja (McQueen, 1998).

## 5. Psihološki aspekt elektronskog nasilja

Psihološki aspekt elektronskog nasilja se prožima sa sociološkim, kod nje ga je, takođe, značajan uticaj navedenih agensa socijalizacije, jer dete oponaša modele koje vidi u svom okruženju (Đorić, 2009). Važni su i akteri nasilja i njihove psihičke osobenosti (Đorić, 2009). Najčešće varijable koje imaju udela kada je reč o žrtvama i počiniocima elektronskog nasilja jesu: demografske (godine i pol), psihološke, digitalne kompetencije i slično (Görzig & Macháčková, 2015). Akteri elektronskog nasilja, kao i tradicionalnog, jesu nasilnici, žrtve i svedoci (Popadić, 2009). Svedoci nemaju karakteristična ponašanja, njihova uloga je u prevenciji i delovanju, odnosno, prijavljivanju nasilja (Popadić, 2009). Ponašanja nasilnika i žrtava imaju takve elemente na koje naročito treba

obratiti pažnju, jer mogu biti veoma značajni kad je prevencija i rano prepoznavanje u pitanju (Popadić, 2009). Istraživanja pokazuju da su 60% onih koji vrše elektronsko nasilje nekada bili žrtve istog (Görzig & Macháčková, 2015). S tim u vezi, treba pomenuti i termin koji mnogi autori često koriste, a to je kategorija tzv. provokativnih žrtava, to je najčešće mali broj dece koju odlikuje plašljivost i istovremeno agresivni oblici reakcija (Bazić, 2013).

### 5.1. Žrtve elektronskog nasilja

Mnogi autori smatraju da je za žrtve karakteristično da su sklone povlačenju, obično su preosetljive, anksiozne i nesigurne, a kada ih neko napada, uglavnom ne reaguju, već se povlače u sebe (Popadić, 2009). Tipično za žrtve oba pola je depresivnost, nisko samopouzdanje, nedostatak samopoštovanja. Čest je slučaj da određeni fizički nedostatak, recimo, oblik invaliditeta, mucanje, višak kilograma, budu povod da deca budu na meti nasilnika (Popadić, 2009). Istraživanje rađeno u Velikoj Britaniji pokazuje da su deca iz marginalnih grupa češće žrtve nasilja, ali i nasilnici (prema Popadić, 2009). Tom prilikom se došlo i do zaključka da deca sa nekim oblikom invaliditeta teže ostvaruju interakciju sa vršnjacima i zato niko ne staje u njihovu zaštitu (Popadić, 2009). Tipično i za žrtve i za počiniocce nasilja može biti viši stepen izolacije, poteškoće u interakciji sa vršnjacima, psihološke poteškoće (Görzig & Macháčková, 2015). Prema mišljenju Hokera i Boltona, posledice nasilja mogu biti internalizovane (emotivne) i eksternalizovane (promene u ponašanju) (Hawker & Boulton prema Popadić, 2009). Ne reaguju sve žrtve na isti način. Intenzitet reakcija zavisi od njihovih ličnosti i stava koji zauzimaju u tim situacijama. Kod mnogih se ne javljaju ovako prenapregnute reakcije. Pojedine žrtve pokušavaju razgovorom da reše problem, potraže podršku, prestanu da koriste internet ili blokiraju vršnjake koji vrše nasilje nad njima (Görzig & Macháčková, 2015). U težim slučajevima, oni pate od nesаницe, glavobolje i stomačnih bolova. Kao posledice emotivnog pritiska i očaja rezultiraju i određena ponašanja, kao što su mnogobrojni izostanci iz škole (Popadić, 2009). Specifičnost ovog oblika nasilja je ta što ne postoji mesto na kojem se žrtve osećaju zaštićeno (Ljepava, 2011). U ekstremnim slučajevima, stanju očaja u kojem ne vide izlaz iz začaranog kruga nasilja, deca mogu da dobiju i suicidalne ideje (Ljepava, 2011). Procena AP (Associated Press) je da je od 2003. godine najmanje 12 osoba uzrasta od 11 do 18 godina izvršilo samoubistvo jer su bili žrtve nekog oblika nasilja na inter-

netu (prema Miladinović & Petričević, 2013). Olveus navodi da deca koja su bila žrtve sa 13 godina, biće i sa 16, nezavisno od toga da li su promenili školu, sredinu, vršnjačko okruženje (prema Popadić, 2009). Iako je Olveus govorio da se posledice viktimizacije mogu osetiti i u poznijem dobu, Juvonem i saradnici dali su potvrdu da se žrtve itekako mogu oporaviti; ispitujući decu, došli su do zaključka da deca koja su bila nekadašnje žrtve vršnjačkog nasilja, uključujući elektronsko, nisu se razlikovala od druge dece ni jednom karakteristikom žrtve (prema Popadić, 2009). Eliot je sa saradnicima dao znake na koje roditelji i nastavnici bi trebalo da obrate pažnju zarad prepoznavanja potencijalne žrtve, izdvojićemo one za koje smatramo da su važne kod elektronskog nasilja: naglo popušta sa uspehom, deluje odsutno, ima nedostatak koncentracije, gubi apetit, ima zdravstvene probleme (glavobolju, bolove u stomaku), povlači se u sebe, počinje da muca, plače pre spavanja i odbija da govori o tome šta je uzrok lošeg raspoloženja (prema Popadić, 2009).

## 5.2. Počinioci nasilja

„Postoji stereotip o tipičnom nasilniku: takvo dete je, najpre, muškog pola, fizički je jače od svojih vršnjaka, ali nesocijalizovano, naučeno da nasiljem rešava probleme, što stvara nevolje i sebi i drugima” (Popadić, 2009: 120).

Uvreženo je mišljenje da, kada je u pitanju elektronsko nasilje, deca provode mnogo vremena za računarom i prilično dobro poznaju tehnike korišćenja, kao posledice toga mogu biti prilično inovativni i kreativni u pravljenju nasilnog sadržaja, što ne mora uvek biti tako. Motivi za elektronskim nasilništvom jeste, između ostalog, demonstriranje tehničkih umeća, zabave, osećanje moći (Kowalski & Giumetti, 2014).

U odnosu licem u lice, u njima bi se možda i probudila izvesna doza empatije, ali je za računarom, tabletom, telefonom to daleko teže, budući da ne vide potencijalne reakcije svojih žrtava (Li, 2006). Ovakav vid komunikacije čini nasilje u virtuelnom svetu impersonalnim, stoga nasilnici mogu da se izraze na način na koji žele (Popadić, 2009). Kada je o počiniocima reč, Olveus smatra da oni nisu slabi učenici i neomiljeni u razredu (prema Popadić, 2009). Zapaža se da oni imaju potrebu za dominacijom nad ostalima, da nemaju razvijen osećaj empatije, drski su, ne podnose neuspeh i skloni su da se rano odaju lošem društvu (Popadić, 2009). Nasuprot ovom švedskom psihologu, drugi autori

smatraju da počinitelji elektronskog nasilja u odnosu na decu koja nemaju takve tendencije, manje vole školu i ostvaruju slabije rezultate u njoj (Görzig & Macháčková, 2015). Rigby razlikuje dva tipa nasilnika; reaktivnog i proaktivnog, prvi se odnosi na agresivnu decu koja potiču iz disfunkcionalnih porodica, a drugi su pasivni, oni se priključuju nasilju (Rigby prema Popadić, 2009). U slučaju elektronskog nasilja, to bi bila deca koja, posmatrajući uvredljive sadržaje na internetu koji se odnose na žrtvu, reše da se uključe u proces nasilja, te podrže nasilnika. Istraživanja pokazuju da su sve češći akteri elektronskog nasilja devojčice (Li, 2006). Razlog tome je što su forme elektronskog nasilja pretežno pretnje, uvrede i drugi oblici verbalnog nasilja, što je čest slučaj sa devojčicama, dok se za dečake više vezuju fizički obračuni. Proteklih godina, sve je više primera koji su opovrgli ovu konstataciju. Naime, svedoci smo da sve više devojčica učestvuje u fizičkim obračunima sa vršnjakinjama. Tome prisustvuje mnogo svedoka, a snimci budu objavljeni na društvenim mrežama, te na taj način dospeju u javnost. Neki od oblika ponašanja na osnovu kojih se može prepoznati potencijalni nasilnik jesu: povlačenje iz društva, osećaj izolovanosti i odbačenosti, osećanje da je na meti napada druge dece i nezainteresovanost za školu, nekontrolisani bes, obrasci impulsivnog ponašanja, vređanja, registrovana nasilna ponašanja, sklonost ka predrasudama, slaba tolerancija na različitosti, korišćenje droga i alkohola (Popadić, 2009).

## 6. Zaštita dece od elektronskog nasilja

Najefikasniji način zaštite dece od nasilja na internetu počiva na aktivnostima na svim nivoima: državi, roditeljima, školi i medijima. Samo adekvatno delovanje svih ovih agensa može da obezbedi deci bezbedno korišćenje interneta. Šarif navodi da problem u prevenciji i prevazilaženju postoji zato što nema insitucionalizovanih politika i pravila (Shariff prema Ljepava, 2011). Mnogi autori smatraju da, upravo zbog toga, rešenje leži u načinima prevencije tradicionalnog nasilja, samo ga treba prilagoditi internet okruženju (Ljepava, 2011).

### 6.1. Uloga države

Uloga države u slučaju elektronskog nasilja ogleda se u donošenju zakona i utvrđivanju pravnog okvira koji reguliše ovaj oblik nasilja. Uključuje i saradnju sa društvenim mrežama u cilju prevencije.

Tako je Evropska komisija potpisala ugovor sa 17 društvenih mreža, između ostalih sa Fejsbukom, Majspejsom i dr. (Ružić, 2011). Savet Evrope i Evropska unija, kako bi uticali na jačanje digitalne svesti, pokrenuli su mnogobrojne kampanje. Jedna od njih je „Gde je Klaus”, a poruka koju nosi ovaj video usmerena je ka roditeljima da bi decu trebalo štiti u virtuelnom svetu od istih pojava od kojih ih štite u realnom (Surčulija Milojević, 2016). U Sjedinjenim Američkim Državama su guverneri 49 američkih država potpisali ugovor o zaštiti dece od elektronskog nasilja. Čak se i nekadašnji predsednik Barak Obama uključio u ovu borbu (Ružić, 2011). Sjedinjene Američke Države su prve krenule u borbu protiv ove vrste nasilja (Ružić, 2011), budući da su zemlja sa najvećim brojem internet korisnika, prvi su uočili ovaj fenomen digitalnog doba. Prema statistici do koje je došao National Crime Prevention Council, polovina američkih tinejdžera bili su žrtve elektronskog nasilja među vršnjacima (Ružić, 2011). Iako je ratifikovanjem međunarodnih dokumenata znatno poboljšan pravni okvir za suzbijanje visokotehnoloških rizika, stvarni učinak bi mogao da se ostvari tek jačanjem unutrašnjeg zakonodavstva, socijalnih i tehničko – tehnoloških pretpostavki (Putnik, Milošević & Bošković, 2013). U Srbiji, na osnovu izveštaja pokrajinskog ombudsmana *Eksploatacija dece na Internetu* koju je podržala organizacija Save the Children, došlo se do zaključka da država ne prepoznaje određene oblike internet nasilja (Dragin et al., 2013). Uglavnom, kada je o zloupotrebi dece reč, ključan pojam je pornografija, zakonodavstvo Republike Srbije ne prepoznaje eksploataciju dece kakve su seksting, gruming i sajber buling (Dragin et al., 2013). Izuzev *Uredbe o bezbednosti i zaštiti dece pri korišćenju informaciono-komunikacionih tehnologija*, donete 2016. godine, koja nalaže da Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija pokrene jedinstveno mesto za prijavu i pružanje saveta u vezi sa digitalnim nasiljem i time ojača digitalnu svest, u Republici Srbiji ne postoje drugi akti koji se odnose na vršnjačko nasilje na internetu. Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja i njegova grupa za prevenciju nasilja uključilo se u borbu protiv digitalnog nasilja 2009. godine, započevši projekat „Klikni bezbedno“.

Značajnu ulogu u borbi protiv ove vrste nasilja imaju i Ministarstvo unutrašnjih poslova i Odeljenje za visokotehnološki kriminal, koji se ovim problemom bave od 2007. godine i tim za prevenciju nasilja u Ministarstvu prosvete, nauke i tehnološkog razvoja koji postoji od 2012. godine. U prevenciji, osim ministarstava, važna je i njihova saradnja sa međunarodnim organizacijama,

internet i mobilnim operaterima, nevladinim organizacijama i mnogobrojnim fondacijama (Šapić, 2016). Važna uloga države je u prevenciji i intervenciji, kao i mehanizmima za suzbijanje i kažnjavanje ovih oblika nasilja (Šapić, 2016). Proteklih godina realizovani su brojni projekti u vezi sa elektronskim nasiljem. Oni na najbolji način informišu decu, roditelje i nastavnike. U okviru njih organizuju se obuke, predavanja, seminari za odrasle i radionice za decu, rade istraživanja i objavljuju značajne publikacije na ovu temu. Ustanovljen je i Dan bezbednog interneta koji se obeležava 9. februara, a koji prate mnogobrojne manifestacije, tribine gde se govori o ovom velikom problemu današnjice. Najviše takvih projekata realizuje se na nivou cele države, a mali broj njih nastaje u organizaciji lokalne zajednice. Ne treba se na tome zaustaviti, već u sve to uključiti i kako pomoći žrtvama da prevaziđu posledice nasilja kome su bili izloženi. U tu svrhu važno je formiranje savetovališta, pomoći rad organizacija civilnog društva koji bi se bavili ovim pitanjem. Važno u cilju prevencije i zaštite je da nacionalna kampanja uključi formiranje programa i strategija od strane resornih ministarstava koji će se sprovoditi u školama, sa namerom da se deca informišu i aktivno uključe u borbu protiv elektronskog nasilja, kao i projekti u kojima će se informisati roditelji i nastavnici kako bi dodatno delovali u prevenciji ili prepoznali znake elektronskog zlostavljanja i reagovali na vreme. Osim toga, ne treba izostaviti ni osnivanje kontakt centara, kojima će deca moći da se obraćaju za pomoć i ukoliko žele da se informišu o načinima zaštite na internetu.

## 6.2. Uloga roditelja

Porodica, kao osnovna ćelija društva (Tramošljanin, 2011), ima važnu ulogu u procesu socijalizacije i usvajanju moralnih normi. Osim škole, ona ima najvažniju ulogu u prevenciji i zaštiti od elektronskog nasilja. Kada se radi o tradicionalnom obliku vršnjačkog nasilja, deca mogu biti žrtve u školi ili na mestima gde su u direktnom kontaktu sa svojim vršnjacima, dok u slučaju elektronskog – oni vode počinioaca nasilja sa sobom kući (Beale & Hall, 2007) i zbog toga je veoma bitna stavka roditeljski nadzor. Roditeljski nadzor predstavlja znanje roditelja o aktivnostima dece i njihovom slobodnom vremenu i zavisi od toga u kojoj meri se roditelji trude da imaju uvid u aktivnosti svoje dece, kao i od toga u kojoj meri deca informišu roditelje o tome (samoizveštavanje) (Lepojević Kovačević et al., 2014). Istraživanje UNICEF-a iz 2016. godine bavi

se temom u kojoj meri su roditelji svesni rizika zloupotreba dece na internetu. Došlo se do podatka da samo 5,6% roditelja smatra da su deca veoma izložena opasnostima na internetu, dok čak 40% smatra da ne postoji nikakva bojazan za decu na internetu (UNICEF, 2016). Autori smatraju da sa godinama nivo roditeljskog nadzora opada (Lepojević Kovačević et al., 2014). Vang u istraživanjima pokazuje da mlađi roditelji pomnije prate aktivnosti svoje dece na internetu, dok druga istraživanja daju oprečne rezultate (Wang prema Lepojević Kovačević et al., 2014). Pojedina pokazuju da očevi češće kontrolišu aktivnosti dece, jer se smatraju tehnološki spretnijim, dok druga pokazuju da su majke češće u toj ulozi (Lepojević Kovačević et al., 2014). Sprovedena su istraživanja u vezi sa polom deteta, prema kojem majke mogu predvideti ponašanje oba pola na internetu, a očevi ponašanje devojčica (Lepojević Kovačević et al., 2014). Vang sa saradnicima ističe da je važan faktor kada je kontrola dece u pitanju socijalno–ekonomski status roditelja (Wang prema Lepojević Kovačević et al., 2014). Helsper smatra da roditelji iz siromašnijih zemalja, kao što su Bugarska, Slovenija, Mađarska i Rumunija, imaju najmanji udeo u zaštiti dece na internetu (Helsper prema Lepojević Kovačević et al., 2014).

Nekoliko je načina da se zaštite dece na internetu, u najvažnije se ubrajaju roditeljska kontrola, roditeljska supervizija i interpretativna roditeljska medijacija (Lepojević Kovačević et al., 2014). Prema mišljenju Duragera i Livingstona, roditeljska kontrola ili restriktivna medijacija kontrola podrazumeva: softvere za zaštitu od neželjenih mejlova i virusa, blokiranje i filtriranje sajtova, ograničeni pristup internetu, praćenje istorije pretraživanja, uvid roditelja u spisak prijatelja na društvenim mrežama i tamošnjim aktivnostima (prema Lepojević Kovačević et al., 2014). Podrazumeva i vremenska ograničenja korišćenja kroz upotrebu softvera koji preporučuju roditeljima u koje vreme bi deca trebalo da koriste internet (Zaman & Nouwen, 2016). Najčešće se koristi na uzrastu od 9 do 12 godina (Lepojević Kovačević et al., 2014). Vang smatra, na osnovu istraživanja, da se ovim metodama koriste roditelji sa slabijom digitalnom pismenošću, dok su drugi autori došli do oprečnih saznanja, da ovim metodama najčešće pristupaju roditelji sa visokom kompetencijom korišćenja tehnologija (Wang prema Lepojević Kovačević et al., 2014). Činjenica je da je ovaj način zaštite prisutan među roditeljima bez obzira na socijalno–ekonomski status, jer je njegova upotreba pouzdan mehanizam zaštite (Lepojević Kovačević et al., 2014). Postoji opasnost da restriktivnu medijaciju deca mogu da dožive

kao „zabranjeno voće“ (Lepojević Kovačević et al., 2014), pa je možda najbolji način zaštite kombinacija metoda sa drugim, manje restriktivnim, a ponajviše građenje odnosa koji se zasniva na poverenju i uspešnoj komunikaciji.

Roditeljska supervizija ili kauptreba interneta (Lepojević Kovačević et al., 2014) podrazumeva da deca sa roditeljima koriste internet, ali se njihova zajednička upotreba svodi najviše na razgovor pre i posle upotrebe. Durager i Livingston uključuju: regulisanje privatnosti sadržaja na društvenim mrežama, zajedničko gledanje video klipova, savetovanje deteta za pretraživanja u edukativne svrhe, zajedničke aktivnosti i dr. (prema Lepojević Kovačević et al., 2014). Istraživanja su pokazala da je ova metoda efikasna, ali problem nastaje vremenom kada deca sa vršnjacima samostalno pristupaju sadržajima na internetu, tada rizici zloupotrebe rastu (Lepojević Kovačević et al., 2014).

Interpretativna roditeljska medijacija (Lepojević Kovačević et al., 2014) podrazumeva savetovanje od strane roditelja, pružanje pomoći za suočavanje sa problemom sa kojim se deca susreću, preporuke kako da pojačaju bezbednost, koji sajtovi su primereni njihovom uzrastu, saveti kako da se ponašaju u interakciji sa drugom decom kada je internet u pitanju (Lepojević Kovačević et al., 2014). Ova metoda se najviše koristi u uzrastu dece od 9 do 10 i 13 do 16 godina (Lepojević Kovačević et al., 2014). Najviše se primenjuje u zemljama Zapadne Evrope. Korišćenje ovih metoda ne daje svuda iste rezultate, a to se objašnjava i uvođenjem kulturološkog konteksta, s tim u vezi su istraživanja pokazala da se restriktivna metoda u postkomunističkim zemljama pokazala uspešnom, dok su deca u zemljama Severne Evrope posle njene primene bila izloženi rizicima (Lepojević Kovačević et al., 2014).

### 6.3. Uloga škole

Škola je jedan od prvih agensa socijalizacije u životu pojedinca (Vasović, 2007). Veliki je značaj škole u prevenciji devijantnog ponašanja kod dece. Vršnjačko nasilje kao vrsta školskog nasilja predmet je istraživanja veoma dugo. Vršnjačko nasilje se po završetku nastave prenosi u virtuelni svet. Ranom uočavanju i uopšte prepoznavanju i prevenciji ove vrste nasilje najviše doprinosi dobra saradnja dva važna agensa – porodice i škole. Preventivni značaj škole je u razvoju digitalne pismenosti mladih i odraslih i razvoju socijalnih veština (Kuzmanović et al., 2016).

Razvoj digitalne pismenosti podrazumeva informisanje o pozitivnim i negativnim aspektima interneta (Marković Krstić & Milošević Radulović, 2016). Predstavlja savetovanje dece o tome na koji način da komuniciraju sa vršnjacima, koje su zloupotrebe posredstvom interneta i kome da se obrate ukoliko do njih dođe. Razvoj socijalnih veština uključuje negovanje nenasilne komunikacije i povoljne školske klime (Kuzmanović et al., 2016). Osim nenasilne komunikacije, ključan način prevencije jeste jačanje sposobnosti empatije kod dece. S tim treba krenuti od najranijeg uzrasta, budući da deca često ne prepoznaju osećanja i ponašanja svojih vršnjaka, te su sklona nasilju (Vranješ & Petković, 2013), a to je kod elektronskog nasilja naročit slučaj jer deca zbog specifičnosti ove vrste komunikacije ne vide reakcije svojih drugova. Značajna je i uključenost nastavnika u radu sa decom i njihova posvećenost, jer na taj način mogu lakše uočiti osobenosti karakteristične za nasilnike ili žrtve. U istraživanju „Digitalno nasilje – prevencija i reagovanje“, došlo se do podatka da 47 procenata nastavnika smatra da je nedovoljno informisano o elektronskom nasilju (Kuzmanović et al., 2016). Neophodno je organizovanje seminara, obuka i predavanja, kako bi se najpre nastavnici dovoljno informisali u vezi sa ovom temom, jer samo tako biće dovoljno kompetentni da se suprotstave novom izazovu digitalnog društva – elektronskom nasilju. Samo dovoljno informisani moći će da upoznaju učenike sa pravima i odgovornostima korisnika socijalnih mreža i svim opasnostima koje ih vrebaju. Uloga škole je i organizovanje predavanja za roditelje i učenike o prevenciji i merama zaštite. Najbolji način za informisanje učenika jesu nastavne jedinice u okviru predmeta kao što su informatika i drugi. Od velikog značaja bilo bi i uvođenje medijskog obrazovanja, jer bi se tu dodatno pažnje posvetilo elektronskom nasilju i uticaju medija uopšte. Škola bi trebalo da omogući i prijavljivanje elektronskog nasilja, ali i da vodi evidenciju o prijavljenim slučajevima, kao i da evaluacijom utvrđuje u kojoj meri su preventivne mere koje je preduzela imale učinka. Važna je i participacija učenika u elektronskom nasilju (Popadić & Kuzmanović, 2016). U tom slučaju bi škola decu kroz različite projekte učila o tome koliko nasilno reagovanje može biti štetno, jačala svest o tome koliko se osoba može povrediti ukoliko se zloupotrebe sredstva koja pruža internet, te na taj način jačati empatiju kod dece i sprečiti pojavu nasilnog ponašanja (Ljepava, 2011). S druge strane, potencijalnim žrtvama bi bilo jasnije kada reagovati i kome se obratiti za

pomoć, a važno naravoučenije bi bilo da u takvim situacijama niko ne sme biti pasivni posmatrač, već da se mora delovati (Ljepava, 2011).

Kouvi kao primer takvog načina delovanja od strane škole navodi tzv. vršnjačku medijaciju (Cowie prema Đurić, 2013). Nastala je 80-tih godina u Americi, 90-tih se pojavila u Evropi, Kanadi i Novom Zelandu. Do 2009. u Republici Srbiji 105 škola primenjivalo je vršnjačku medijaciju (Đurić, 2013). Ovaj oblik uključivanja celokupne školske zajednice može se uspešno primeniti i kada je reč o elektronskom nasilju. Njegova primena bi na najbolji način uključila informisanje svih nosilaca uloga i njihovo aktivno uključivanje u prevenciji.

#### 6.4. Uloga svedoka

Školsko nasilje se posmatra kao grupni fenomen (Popadić, 2009), ali i elektronsko je vid grupnog nasilja, ukoliko uzmemo u obzir da se često dešava pred mnogobrojnim svedocima. Svedoci su veoma važni u procesu nasilja, od njihovih potencijalnih reakcija zavisi smer nasilja, mogu delovati podsticajno ili ga suzbijati. Njihova uloga je u zaustavljanju počinitelja, zaštita žrtve i na taj način – ublažavanje posledica koje sa sobom nosi elektronsko nasilje. Istraživanje „Mladi u svetu Interneta“ pokazuje da se učenici srednjih škola u slučajevima nasilja najviše obraćaju drugovima/dругaricama, a potom braći ili sestrama, najmanje odraslima (Popadić & Kuzmanović, 2016). Lenhart je sa saradnicima 2011. objavila rezultate istraživanja rađenog u Sjedinjenim Američkim Državama, u kojem je 88% ispitanika bilo u ulozi svedoka nasilja na društvenim mrežama (Lenhart et al. prema Bastiaensens, Vandebosch & Bourdeaudhuij, 2014). Od ukupnog broja svedoka, 88% se izjasnilo da je branilo žrtvu, 79% da je ubeđivalo počinioca da prestane sa nasiljem, dok je najveći broj – 91% ignorisao nasilje, a 21% na njega gledao kao na vid zabave (Bastiaensens et al., 2014). Budući da ne reaguju svi posmatrači nasilja na isti način, mnogi autori su ih svrstali u nekoliko kategorija. Kristina Salmivali je u svojim istraživanjima, osim nasilnika i žrtve, uvela i sledeće: pomoćnike (staju na stranu nasilnika i spremni su da mu aktivno pomognu), potkrepljivače (daju podršku, ne aktivnu, ali pokazuju podršku nasilniku, npr. podsmehivanje), autsajdere (posmatraju, ali se ne uključuju), branioce (oni koji se trude da zaštite žrtvu) (Salmivalli prema Popadić, 2009). Sličnu podelu daje i Olveus sa saradnicima, oni posmatrače dele na: sledbenike (priključuju se nasilniku), podržavaoce (podržavaju ali ne

učestvuju aktivno), pasivne podržavaoce (dopada im se da posmatraju nasilje), neuključene posmatrače, potencijalne zaštitnike (ne odobravaju nasilje, ali se i ne trude da zaštite žrtvu) i zaštitnike (Olweus prema Popadić, 2009). Često se dešava da, ukoliko su svedoci deca sa razvijenijom empatijom, dobijaju slične simptome kao i žrtve. Pokazuju solidarnost žrtvi, stoga je česta pojava da se i kod njih javljaju određene neprijatnosti, strah, anksioznost (Popadić, 2009). Empatija jeste značajan činilac delovanja svedoka. Predstavlja vrstu „moralne emocije“ (Popadić, 2009). Ona se može ispoljavati kao opšta tendencija (crta) i kao stanje koje se odnosi na određene situacije (Joksimović & Vasović, 1990). Empatija nije jedini bitan činilac ključan za delovanje. Osećaj ponosa i zadovoljstva zbog uvažavanja određenih normi i sistema vrednosti, ali i krivice i nelagodnosti zbog poželjnog modela ponašanja – pomaganja, čine afekte koje vezujemo za prosocijalno ponašanje (Joksimović & Vasović, 1990). Hofman smatra da empatija ima elemente altruizma i egoizma, odnosno da se egoizam odnosi na osećaj neprijatnosti i krivice jer nije pomogao drugom u nevolji (Hoffman prema Joksimović & Vasović, 1990). Batson sa saradnicima ističe da prosocijalno ponašanje se daleko više zasniva na empatiji nego na egoizmu (Batson prema Joksimović & Vasović, 1990). To dokazuju istraživanjem u kojem ispitanici koji pokazuju niži stepen empatije, ukoliko se nađu kao direktni svedoci nevolje – pomažu, uz pretpostavku da pod drugačijim okolnostima, možda bi izbegli mešanje u sukob, dok bi oni sa višim stepenom empatije svakako pomogli, bilo da se nalaze u neposrednoj blizini ili ne (Joksimović & Vasović, 1990). Svoju tvrdnju da se empatija zaniva na altruizmu dokazuju tako što se u ovom slučaju kroz pomoć vidi želja da se pomogne drugome u nevolji, a ne strah od nelagodnosti ukoliko se ne deluje (Joksimović & Vasović, 1990). Autorke *Psiholoških osnova čovekoljublja* navode da altruističku ličnost karakterišu, osim empatije, i socijalne norme. Na osnovu njih pojedinac posmatra događaje i zauzima se u odnosu na njih (Joksimović & Vasović, 1990). Ključne norme u ovom slučaju jesu: norma socijalne odgovornosti, norma pravičnosti i norma recipročnosti (Joksimović & Vasović, 1990). Prva predstavlja obavezu da se pomogne nekome ko treba pomoć, norma pravičnosti odnosi se na „motiv ka reparativnom ponašanju nakon štete ili nepravde koja je drugom načinjena“ (Joksimović & Vasović, 1990: 65). Krebs normu recipročnosti vidi kao obavezu da se pomogne onima koji su nama pomogli i zahtev da se oni koji su nam pomogli ne smeju povrediti (Krebs prema Joksimović & Vasović, 1990).

Osim delovanja i ne delovanja u zavisnosti od stepena empatije prema vršnjacima, nasilje na decu svedoke može da deluje i po principu socijalnog učenja, uzevši u obzir Bandurinu već pomenutu teoriju, deca olako nasilje mogu da usvoje kao model ponašanja (Popadić, 2009).

## 6.5. Uloga medija

Kada govorimo o preventivnoj ulozi medija, u slučaju elektronskog nasilja ne možemo zaobići ni uticaj medija na samu pojavu nasilja kao i načinu na koji oblikuju svest mladih, o čemu je već bilo reči. Uticaj sadržaja medija na decu i mlade dokazuju mnoge teorije. S tim u vezi mediji imaju veliki uticaj na percepciju nasilja, npr. poboljšanjem kvaliteta programa i izbegavanjem emitovanja nasilnog sadržaja. Usred velike konkurencije i borbe za opstankom na tržištu, mediji se često povinuju najnižim kriterijumima publike, a to uključuje neprikladne sadržaje (Đorić, 2009). Cilj medija treba da bude osmišljanje strategije za suzbijanje antisocijalnog ponašanja i izbegavanje sadržaja koji utiču na degeneraciju društva u moralnom smislu (Mojsilović & Gavrić, 2013). Uloga medija u prevenciji elektronskog nasilja bila bi najviše informativna i edukativna. Mediji bi stalnim potenciranjem ove teme najpre sprečili potcenjivanje ove vrste nasilja. Kroz emisije o elektronskom nasilju bi približili ovu temu deci i roditeljima i podstakli ih na razmišljanje. Primer za to bila bi emisija u kojoj bi savetovali deci kakvu komunikaciju bi trebalo da vode sa vršnjacima posredstvom interneta, šta je elektronsko nasilje, kroz intervju sa psiholozima, pedagogima bilo bi reči o tome kako reagovati i kome se obratiti za pomoć. Doprinos medija ogledao bi se i u praćenju svih projekata koje organizuju ministarstva ili obrazovne – vaspitne institucije, ali i iniciranju sopstvenih. Analize medijskog sadržaja u Srbiji pokazuju da mediji pomno prate društvene pojave u koje su uključena deca ili kršenje dečijih prava (Dragin et al., 2013). Njihovo izveštavanje se često ne podudara sa Kodeksom novinara Srbije (Dragin et al., 2013). Takav način izveštavanja o deci prouzrokovan je borbom za opstankom na tržištu, koja postavlja beskrupulozne zahteve (Dragin et al., 2013). Istraživanje sprovedeno 2012. od strane Udruženja novinara Srbije i UNICEF-a sačinjava 203 medijska natpisa koja su bila u vezi sa vrstama nasilja nad decom u 2012. godini, a od toga 110 bila su na neki način povezana sa elektronskim nasiljem (Dragin et al., 2013). Predmet istraživanja bilo je 38 štampanih i elektronskih medija, uključujući tzv. ozbiljne, polutabloide i tabloide (Dragin

et al., 2013). Najviše izveštavanja kada je o elektronskom nasilju reč ticalo se krivičnih dela protiv polnih sloboda, a uključuju maloletnike, dečiju pornografiju ili seksualno nasilje (Dragin et al., 2013). Te 2012. godine, mediji su uglavnom o zloupotrebama dece posredstvom interneta izveštavali, nisu dublje ulazili u problem i posmatrali ga kao društveni fenomen tražeći mu uzroke i preventivno govoreći o njemu (Dragin et al., 2013). O njemu su izveštavali tek nakon što bi se dogodilo. Tema elektronskog nasilja danas je daleko aktuelnija, a tome su doprineli sve brojniji slučajevi koji su se odnosili na decu. Ono je kao vid vršnjačkog nasilja naročito skrenulo pažnju javnosti tek nakon što su objavljeni video snimci fizičkog maltretiranja dece od strane vršnjaka. Jedan od primera medijski dobro obrađene teme zaštite dece na Internetu je emisija „Sve boje interneta“ emitovana na Radio Televiziji Srbije u deset epizoda. Nastala je u saradnji sa Ministarstvom trgovine, turizma i telekomunikacija. Namijenjena je prvenstveno deci i roditeljima, a njena uloga je u jačanju digitalne pismenosti. Govori se o pozitivnoj strani interneta i kako je iskoristiti u kreativne svrhe, ali i zloupotrebama, na koji način sprečiti zloupotrebu ličnih podataka, kako prepoznati i na koji način reagovati na nasilje. Emisija na kvalitetan način može da upozna decu i roditelje, širu javnost sa ovom temom, ali da bi njen efekat bio delotvorniji treba joj dati prostora u terminima kada je gledanost daleko veća.

## 7. Zaključak

Vršnjačko nasilje je društveni fenomen star koliko i vaspitno-obrazovne ustanove. Danas, sa razvojem informaciono-komunikacionog sistema, ovaj oblik nasilja zastupljen među školarcima, dobio je novu formu. Specifičnosti komunikacije posredstvom interneta, dodeljuju mu karakteristike koje po mišljenju mnogih autora, mogu ga učiniti opasnijim od tradicionalnog vršnjačkog nasilja. Između ostalih, možemo izdvojiti anonimnost osobe koja vrši nasilje, brzinu kojom se distribuiraju informacije posredstvom interneta i veliki broj korisnika koji mogu postati svedoci nasilja. Tome treba dodati da zbog prirode komunikacije i platforme na kojima se odvija, žrtva nema mogućnost da se sakrije, jer je nasilje prisutno na svim mestima gde je internet dostupan. S obzirom na to da je sve niža starosna granica dece koja sa potpunom autonomijom, pristupaju internet sadržajima, usred nedovoljne informisanosti, nezrelosti ili lakomislenosti, oni lako mogu postati žrtve. Elektronsko nasilje predstavlja komunikacijsku aktivnost, a s obzirom na to da oblici nasilja proizilaze iz različitih

moгуćnosti socijalne komunikacije, možemo reći da postoji više vrsta elektronskog nasilja. Nedostatak institucionalne zaštite od ovog oblika nasilja, predstavlja elementarni problem u suzbijanju devijantnog ponašanja koje elektronsko nasilje uključuje. Svi oblici pravne zaštite kada je zaštita najmlađih na internetu u pitanju odnose se na dečiju pornografiju i ne postoji ni jedan oblik pravne regulacije koja se odnosi na elektronsko nasilje. U Savetu Evrope i Evropskoj uniji u suzbijanju drugih oblika devijantnog ponašanja kao što je elektronsko nasilje, akcenat se stavlja na projekte kojima se jača svest dece, roditelja, nastavnika i celokupne javnosti o zloupotrebama. U Republici Srbiji pokrenut je veliki broj projekata od strane resornih ministarstava, u koje je uključen veliki broj škola, a osim njih važnu ulogu imaju i projekti koji se sprovedu na regionalnom i lokalnom nivou, iako ih nema mnogo. Pravni izvori u Republici Srbiji koji se odnose na zaštitu dece na internetu postoje samo u slučajevim dečije pornografije i pedofilije. Zakon o osnovama sistema obrazovanja i vaspitanja (Zakon o osnovama sistema obrazovanja i vaspitanja, čl. 111) uvodi i definiše pojam elektronskog nasilja, ali ne predviđa određene mere u njegovom suzbijanju, iako se najnovijom izmenom ovog zakona predviđaju novčane kazne za roditelje čija deca su uzročnici nasilja u školi. I u ovom slučaju se sve svodi na informisanje. Osim države, veliki značaj imaju primarni agensi socijalizacije: porodica i škola.

U radu su navedeni oblici kojima roditelji mogu kontrolisati aktivnosti svoje dece na internetu, ali je najbolji način kombinacija navedenih metoda. U najranijem uzrastu, značajna bi bila upotreba softvera koja bi ograničavala pristup dece određenim sadržajima, ali i zajednička upotreba interneta i razgovor. Najdelotvornija metoda bila bi održavanje uspešne komunikacije i građenje odnosa zasnovanog na poverenju. Zarad uspešne zaštite, važna je saradnja između porodice i škole. Uloga škole ogleda se u informisanju i jačanju mogućnosti prijavljivanja elektronskog nasilja. Uspostavljanje medijatorskih radionica veoma je značajno, jer bi se kroz učešće u njima, deca aktivno uključila u informisanje vršnjaka i rešavanje potencijalnih slučajeva nasilja. Važnu ulogu imaju i mediji, oni bi kroz informisanje, edukovanje, emitovanje specijalizovanih emisija ili ukazivanje na postojeće SOS centre, doprineli prevenciji i zaštiti dece.

## Literatura

- Bastiaensens, S., Vandebosch, H., & Bourdeaudhuij, D. I. (2014). Cyberbullying on Social Network Sites. An Experimental Study into Bystanders' Behavioural Intentions to Help The Victim or Reinforce The Bully. *Computers in Human Behavior*, 31, 259–271.
- Batić, D. (2013). Psihosocijalni faktori rizika u etiologiji vršnjačkog nasilja. In M. Šikman (ed.), *Međunarodna naučnostručna konferencija Vršnjačko nasilje (etiologija, fenomenologija, načini prevazilaženja i komparativna iskustva)* (pp. 81–92). Banjaluka: Visoka škola unutrašnjih poslova.
- Bazić, B. (2013). Fenomen vršnjačkog nasilja i oblici njegovog ispoljavanja. *Baština Priština–Leposavić*, 35(2013), 381–393.
- Beale, W. A., & Hall, R. K. (2007). Cyberbullying: What School Administrators (and Parents) Can Do. *The Cleaning House: A Journal of Educational Strategies, Issues an Ideas*, 81(1), 8–12.
- Bubonjić, M. (2014). Slobodno vreme digital natives generacije. In D. Todorović, D. Petrović & D. Prlja (eds.), *Internet i društvo* (pp. 473–488). Niš i Beograd: Srpsko sociološko društvo, Univerzitet u Nišu – Filozofski fakultet, Institut za uporedno pravo Beograd.
- Čović, A. (2014). Načini zloupotrebe dece putem Interneta. In D. Todorović, D. Petrović & D. Prlja (eds.), *Internet i društvo* (str. 379–393). Niš i Beograd: Srpsko sociološko društvo, Univerzitet u Nišu – Filozofski fakultet, Institut za uporedno pravo Beograd.
- Čalović, D. (2012). Identitet u vremenu cyber svjetova. *Filozofska istraživanja*, 32(1), 19–30.
- Dalla Pozza, V., Di Pietro, A., Morel, S., & Psaila, E. (2016). *Cyberbullying Among Young People*. Brussels: Policy Department for Citizens' Rights and Constituional Affairs.

- Dan bezbednog Interneta - 9. februar (2016, 5. februar). B92. Posećeno 20. 8. 2018. URL: [https://www.b92.net/tehnopolis/internet.php?yyyy=2016&mm=02&nav\\_id=1093339](https://www.b92.net/tehnopolis/internet.php?yyyy=2016&mm=02&nav_id=1093339).
- Dragin, A., Muškinja, O., Duškov, M., & Bundalo, Ž. (2013). *Eksploatacija dece na Internetu – izveštaj pokrajinskog ombudsmana*. Novi Sad: Pokrajinski ombudsman.
- Đerić, I., & Studen, R. (2006). Stereotipi u medijima i medijsko opismenjanje mladih. *Zbornik Instituta za pedagoška istraživanja*, 38(2), 456–471.
- Đorić, M. (2009). Buling kao vrsta socijalnog nasilja. *Politička revija*, 21(3), 145–163.
- Đurić, M. (2013). Uloga djece i mladih – svjedoka nasilja u sprečavanju nasilja među vršnjacima. In M. Šikman (ed.), *Međunarodna naučnostručna konferencija Vršnjačko nasilje (etiologija, fenomenologija, načini prevazilaženja i komparativna iskustva)* (pp. 383–396). Banjaluka: Visoka škola unutrašnjih poslova.
- Ey, L. A., Taddeo, C., & Spears, B. (2015). Cyberbullying and Primary –School Aged Children: The Psychological Literature and the Challenge for Sociology. In C. Mr. Guckin & L. Corcoran (eds.), *Cyberbullying: Where Are We Now?* (pp. 492–514). Adelaide: School of Education, University of South Australia.
- Görzig, A., & Macháčková, H. (2015). Cyberbullying from a Socio-ecological Perspective: A Contemporary Synthesis of Findings from EU Kids Online. In B. Cammaerts, N. Anstead & R. Garland (eds.), *Media@LSE Working Paper Series* (pp. 1–35). London: Media@LSE.
- Hinduja, S., & Patchin, W. J. (2011). High – Tech Cruelty. *Educational Leadership*, 68(5), 48–52.
- Ignjatović, Đ. (2011). Pojam i etimologija nasilničkog kriminaliteta. *Crimen*, II(2/2012), 179–211.
- UNICEF (2016). *Istraživanje o nivou svesti roditelja o rizicima od zloupotreba dece na Internetu*. Beograd: UNICEF. Posećeno 27. 8. 2018. URL: <http://www.unicef.rs/files/Istrazivanje%20o%20nivou%20svesti%20roditelja%20o%20rizicima%20od%20zloupotrebe%20dece%20na%20internetu.pdf>.

- Joksimović, S., & Vasović, M. (1990). *Psihološke osnove čovekoljublja – oblici i činioci prosocijalne orijentacije mladih*. Beograd: Institut za peagoška istraživanja.
- Kofoed, J., & Ringrose, J. (2012). Travelling and Sticky Affects: Exploring Teens and Sexualized Cyberbullying through A Butlerian-Deleuzian-Guattarian Lens. *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education*, 33(1), 5–20.
- Kowalski, R. M., Giumetti, G. W., Schroeder, A. N., & Lattanner, M. R. (2014). Bullying in the Digital Age: A Critical Review and Meta-analysis of Cyberbullying Research among Youth. *Psychological Bulletin*, 140(4), 1073–1137.
- Kuzmanović, D., Lajović, B., Grujić, S., & Medenica G. (2016). *Digitalno nasilje – prevencija i reagovanje*. Beograd: Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja.
- Lepojević Kovačević, M., Pavlović Žunić, V., & Kovačević, M. (2014). Roditeljski nadzor dece i adolescenata na Internetu. In D. Todorović, D. Petrović & D. Prlja (eds.), *Internet i društvo* (pp. 459–472). Niš i Beograd: Srpsko sociološko društvo, Univerzitet u Nišu – Filozofski fakultet, Institut za uporedno pravo Beograd.
- Li, Q. (2006). Cyberbullying in Schools: A Research of Gender Differences. *School Psychology International*, 27(2), 157–170.
- Lukić, D. R. (1974). *Sociologija morala*. Beograd: Srpska akademija nauke i umetnosti.
- Ljepava, N. (2011). Realno zlostavljanje u virtuelnom svetu: prevencija i intervencija u slučajevima zlostavljanja na Internetu. *Aktuelnosti – informativni bilten udruženja stručnih radnika socijalne zaštite Republike Srbije*, 1–2(2011), 23–33.
- Mandarić, V. (2012). Novi mediji i rizično ponašanje djece i mladih. *Bogoslovska smotra*, 82, 131–149.
- Marković Krstić, S. & Milošević Radulović, L. (2016). *Humanistička dimenzija obrazovanja mladih u kontekstu savremenih društvenih promena*. Niš: Filozofski fakultet.

- Marwick, A., & boyd, D. (2014). 'It's Just Drama': Teen Perspectives on Conflict And Aggression in A Networked Era. *Journal of Youth Studies*, 17(9), 1187–1204.
- McQueen, D. (1998). *Television: A Media Student's Guide*. London: Arnold.
- Miladinović, A., & Petričević, V. (2013). Elektronsko vršnjačko nasilje. In M. Šikman (ed.), *Međunarodna naučnostručna konferencija Vršnjačko nasilje (etiologija, fenomenologija, načini prevazilaženja i komparativna iskustva)* (pp. 245–258). Banjaluka: Visoka škola unutrašnjih poslova.
- Milošević, T. (2018). *Protecting Children Online? Cyberbullying Policies of Social Media Companies*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Mojsilović, Ž., & Gavrić, N. (2013). Kuda vodi vršnjačko nasilje – maloletnička delikvencija, pojam i karakteristike. In M. Šikman (ed.), *Međunarodna naučnostručna konferencija Vršnjačko nasilje (etiologija, fenomenologija, načini prevazilaženja i komparativna iskustva)* (pp. 107–118). Banjaluka: Visoka škola unutrašnjih poslova.
- Murray, P. J. (2008). Media Violence – The Effects are Both Real and Strong. *American Behavioral Scientist*, 51(8), 1212–1230.
- Nedimović, T., & Biro, M. (2011). Faktori rizika za pojavu vršnjačkog nasilja u osnovnim školama, *Primenjena psihologija*, 3(2011), 229–244.
- Olweus, D. (2012). Cyberbullying: An Overrated Phenomenon? *European Journal of Developmental Psychology*, 9(5), 520–538.
- Popadić, D. & Kuzmanović, D. (2016). *Mladi u svetu Interneta*. Beograd: Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja, UNICEF.
- Popadić, D. (2009). *Nasilje u školama*. Beograd: Institut za psihologiju, UNICEF.
- Putnik, N., Milošević, M., & Bošković, M. (2013). Elektronsko nasilje – novi oblik vršnjačkog nasilja. In M. Šikman (ed.), *Međunarodna naučnostručna konferencija Vršnjačko nasilje (etiologija, fenomenologija, načini prevazilaženja i komparativna iskustva)* (pp. 293–306). Banjaluka: Visoka škola unutrašnjih poslova.
- Rakić, J. (2017). Pojam i oblici vršnjačkog nasilja. *Pravne teme*, 5(2017), 59–67.

- Ružić, N. (2009). Internet – korisna baza podataka ili uzročnik antisocijalnog ponašanja? *MediAnali*, 3(5), 229–240.
- Ružić, N. (2011). Zaštita dece na Internetu. *Nova prisutnost: časopis za intelektualna i duhovna pitanja*, 9(1), 155–169.
- Sajt Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja. Posećeno: 20. 8. 2018. URL: <http://www.mpn.gov.rs/grupa-za-prevenciju-nasilja/>.
- Sumonja, S., & Skakavac, T. (2013). Nasilje putem Interneta kao oblik maloljetničkog vršnjačkog nasilja. In M. Šikman (ed.), *Međunarodna naučnostručna konferencija Vršnjačko nasilje (etiologija, fenomenologija, načini prevazilaženja i komparativna iskustva)* (pp. 233–244). Banjaluka: Visoka škola unutrašnjih poslova.
- Surčulija Milojević, J. (2016). *Dozvoljenost ograničenja slobode izražavanja u skladu sa evropskim instrumentima i medijskim zakonodavstvom Republike Srbije*: Doktorska disertacija. Beograd: Univerzitet u Beogradu, Pravni fakultet.
- Sve boje Interneta - RTS. Posećeno 20. 8. 2018. URL: <http://www.rts.rs/page/tv/sr/story/20/rts-1/2750991/sve-boje-interneta.html>.
- Šapić, J. (2016). *Bezbednost dece na Internetu u Srbiji: Izloženost bez koordinisane zaštite*. Beograd: Centar za istraživanje javnih politika.
- Tramošljanin, B. (2011). Socijalizacija i agensi socijalizacije. *Sociološki godišnjak*, 6, 73–89.
- Uredba o bezbednosti i zaštiti dece pri korišćenju informaciono – komunikacionih tehnologija (2016). Posećeno 20. 8. 2018. URL: <https://www.paragraf.rs/dnevne-vesti/040716/040716-vest17.html>
- Vasović, M. (2007). *U predvorju politike – politička socijalizacija u detinjstvu i ranoj adolescenciji*. Beograd: Službeni glasnik.
- Vejnović, D. (2013). Teorija i praksa vršnjačkog nasilja. In M. Šikman (ed.), *Međunarodna naučnostručna konferencija Vršnjačko nasilje (etiologija, fenomenologija, načini prevazilaženja i komparativna iskustva)* (str. 69–79). Banjaluka: Visoka škola unutrašnjih poslova.

- Vranješ, N., & Petković, D. (2013). Uloga javnih ustanova u tretmanu vršnjačkog nasilja. In M. Šikman (ed.), *Međunarodna naučnostručna konferencija Vršnjačko nasilje (etiologija, fenomenologija, načini prevazilaženja i komparativna iskustva)* (pp. 183–193). Banjaluka: Visoka škola unutrašnjih poslova.
- Zakon o osnovama sistema obrazovanja i vaspitanja (2018). *Službeni glasnik RS*, br. 88/2017 i 27/2018 – dr. zakoni.
- Zaman, B., & Nouwen, M. (2016). *Parental Controls: Advice for Parents, Researchers and Industry*. London: EU Kids Online.
- Zipfel, A. & Kunzlik, M. (2007). Mediji i nasilje: aktuelno stanje u znanosti. *MediAnali*, 1(1), 1–26.

Jovana Rančić

University of Belgrade, Faculty of Political Sciences, Serbia

## PEER VIOLENCE ON SOCIAL NETWORKING SITES IN THE REPUBLIC OF SERBIA

***Abstract:** During the recent years, electronic violence has become a prominent issue, especially when it comes to young generations. The distinctive characteristics of communication through the Internet make this form of violence a specific phenomenon of modern society. Studies show that electronic violence is gradually replacing traditional peer violence or that these two forms of violence coexist. Electronic violence is often only a continuation of violence that takes place inside a school, school yard, on a street. However, there are cases of peer violence connected exclusively to the Internet environment. Regardless of how and where the violence takes place – in a virtual or real environment, the consequences are equally worrying, often more serious when it comes to this relatively new form of violence. When we talk about the socialization process of modern generations, we can rightly take the Internet as one of the central agents. The latest research shows that the use of the Internet is mainly for social and entertainment purposes. Its primary function is fun and communication with peers. Children use the Internet least for information and for educational purposes. Internet services for communication and virtual identity building become a significant part of growing up. Thus, the lack of knowledge about the dangers that lurk on the Internet can cause the most damage to the youngest. This work theoretically deals with the topic of peer violence. The introductory part defines the concept of electronic violence, characteristics and forms which the youngest users most often face. The emphasis is put on the specificities that distinguish electronic violence from the traditional forms of violence and on the consequences it involves. This phenomenon is observed from the communicational, sociological and psychological aspects. Special attention is given to the issue of protecting children from electronic violence and the role of the state, parents, school, witnesses and the media in this process.*

***Key words:** Internet, peer violence, cyberbullying, children, child protection, Serbia*

## O zagađenju medijskog prostora

Marčelo Foa, *Gospodari medija*,  
preveo sa italijanskog Marin Pavić,  
Clio, Beograd, 2017.

Jelena Petrović<sup>1</sup>

Univerzitet u Beogradu, Fakultet političkih nauka, Srbija



Jedan od značajnih fenomena XXI veka je ono što se u literaturi navodi kao *zagađenje podacima (data smog) ili pretrpanost informacijama (information overload)*. Ova pojava karakteristična je za informaciono društvo, u kojem moderni čovek ne može da prihvati toliko informacija koliko se proizvede u jednom danu, pa se često iz pozicije aktivnog čitaoca izmešta u stanje pasivnosti. U savremenom svetu, u kojem ima sve manje vremena za kritičko promišljanje i preispitivanje informacija, otvara se veliki prostor za manipulaciju. Ovaj prostor koriste doktori spinovanja ili *Gospodari medija*, kako glasi naziv drugog izdanja knjige italijanskog autora i predavača međunarodnog novinarstva Marčela Foa (Marcello Foa). U sedam poglavlja ove knjige i na skoro 300 stranica Foa uspeva da uđe u svet doktora spinovanja u koji, kako tvrdi, nije bilo lako zaviriti. Foa navodi da čak 99% ljudi i ne zna ko su spin doktori, niti šta je njihov posao. Zato ih definiše kao „one koji znaju da skroje vest na poseban način, koji uspevaju da tim 'vrtoglavi' efektom koji dodaju nekoj vesti hipnotišu medije i navedu ih da usvoje određeno viđenje stvarnosti“. Malo je literature koja na ovakav način ogoljuje delovanje *prikrivenih režisera značajnog dela službene komunikacije*, kako Foa naziva doktore spinovanja. Polazi od teze da je *medija-kratija* iluzija i da novinari nisu ti koji određuju koje informacije će predstaviti javnosti, već da na agendu najviše utiču političari.

<sup>1</sup> Kontakt sa autorkom: petrovic.jelena990@gmail.com.

Na početku dela autor nudi teorijsko utemeljenje, a čitaocima upoznaje i sa rodonačelnicima i prvim doktorima spinovanja – Ajvijem Lijem i Edvardom Bernajksom. Možda se nikada nismo zapitali kako su slanina i jaja postali sinonim za kaloričan doručak, niti kada su cigarete postale javno dostupne – ali otkrivajući propagandne tehnike i navodeći neočekivane primere, Foa lako zaokupljuje pažnju čitalaca. U svojevrsnom vodiču za upoznavanje spin doktora primetno je da autor od Prvog svetskog rata i nastanka kampanja spinovanja lako stiže do sedamdesetih godina, preskočivši za oblast komuniciranja značajan period Drugog svetskog rata. Ipak, ovo je knjiga posvećena modernim tehnikama spinovanja.

U drugom poglavlju autor se bavi i nekim od najznačajnijih pitanja za delanje spin doktora: kako ukrotiti novinare i na koje sve načine kontrolisati protok informacija? Kada piše o informisanju kao spektaklu, u mnogo čemu podseća na ključne koncepte knjige Gija Debora *Društvo spektakla*. Foa je još jedan od autora koji zastupa tezu da je istraživačko novinarstvo na samrti, a naročito u štampi jer, kako piše, „pas čuvar nije ni zalajao, a još manje ugrizao nekog“. Informacione kapije se zato sve češće otvaraju *magovima vesti* koji uspešno proizvode pseudodogađaje. Međutim, događaji ovog tipa ponekad nisu ni potrebni da bi određene informacije dospele do javnosti, zato Foa detaljno opisuje i tehnike spinovanja kada anonimni izvori plasiraju poverljive vesti, što je još jedan od načina kontrolisanog informisanja. U knjizi je najviše primera američkih kreatora odnosa sa javnošću, a autor tvrdi da je razlog tome to što „nijedna druga država nije u toj meri i tako sistematski pribegavala spinovanju i medijskoj manipulaciji na međunarodnoj sceni kao što su to činile Sjedinjene Države“. Ipak, tehnike spinovanja su univerzalnog karaktera pa se mnoge od njih mogu lako identifikovati i u domaćem političkom komuniciranju. Naročito su prepoznatljive psihološke tehnike ubeđivanja poput upotrebe frejmova, pozivanje na zajedničke vrednosti, tehnika transfera ili pozivanja na zdrav razum. Publici u Srbiji bi verovatno najinteresantniji bio upravo ovaj drugi odeljak knjige. U njemu se kao jedan od primera spinovanja navodi rat na Kosovu.

Treće poglavlje rezervisano je za prikazivanje sheme načina delovanja doktora spinovanja pri američkoj vladi. Većina njih radi iza kulisa, ali je Foa za četiri godine istraživanja i pripremanja knjige uspeo da otkrije strategije, kao i imena ljudi koja se nikada nisu pojavila na zvaničnom sajtu Bele kuće. Usluge doktora spinovanja nisu ni najmanje jeftine. Mnoge vlade, poput američke, an-

gažuju za te potrebe i privatne konsultantske kuće. Privatni doktori spinovanja u Americi su najviše zaradili posle 11. septembra, kada ova država počinje da vodi medijski rat protiv terorista. Naročito je zanimljivo jedno ime – Džems Bamford Rendon. Čovek koji je godinama radio za Belu kuću, a ujedno njegova agencija je imala i pristup najpoverljivijim državnim informacijama. Ovo poglavlje obiluje primerima kakvim sve spinovima je bilo izloženo američko javno mnjenje, naročito kada su u pitanju bili ratovi u Iraku, Kuvajtu, Avganistanu. Autorski pečat doktora spinovanja na kraju je razotkriven, ali je bilo kasno kada je javnost već uveliko bila instruirana, i to uz pomoć materijala koji su snimani ne na licu mesta – ne na ratištu, već u nekim od holivudskih studija. Ni treće poglavlje nije ništa manje zanimljivo nego prethodno, jer je u njemu kroz jedan intervju PR agencije koja je lobirala u Americi za bosanske i hrvatske interese otkriveno kako je, tokom rata u Jugoslaviji, kreirana loša slika Srba u svetu.

Četvrto i najmanje obimno poglavlje odnosi se na doktore spinovanja u Velikoj Britaniji. Zanimljivo je pročitati kakve je lekcije spinovanja i od koga naučio Toni Bler, koji je potom u jednom periodu, kako su navodili mediji, bio angažovan i kao savetnik pri srpskoj Vladi, a nedavno je objavljena i vest da je Institut „Toni Bler“ sklopio milionski vredan ugovor sa Saudijskom Arabijom.

S tim u vezi, već naredno poglavlje rezervisano je za odgovor na pitanje koje mnoge zanima: koliko je isplativo biti doktor spinovanja? Ni ekonomski segment Foa nije zaobišao, premda su podaci pomalo zastareli jer se navode zarade iz 2003. godine, koje su bile važeće kada je izašlo prvo izdanje ove knjige. Foa piše da magovi informacija koji su zaposleni u državnoj službi solidno zarađuju i da „sa ovakvim platama izdržavate bez problema porodicu, ali se ne pliva u luksuzu“. Ali zato bivši državni doktori spinovanja koji su se okušali i u privatnim vodama, zarađuju i do dvadeset puta više novca nego kada su zastupali Vladine interese, te da majstori svog zanata poput Alistera Kembela danas bez problema za najobičniju konferenciju mogu tražiti i sto hiljada funti.

Šesto poglavlje odnosi se na sjaj i bedu doktora spinovanja, kako piše ovaj autor. Rat na Kosovu, Haiti, Persijski zaliv spinovani su na isti način. Foa u ovom poglavlju predstavlja istovetnu matricu propagande, sa posebnim osvrtom na to kako je rat u Iraku majstorski opravdan i predstavljen američkom javnom mnjenju. Način na koji se formuliše argumentacija doktora spinovanja i traži „žrtveni jarac“ – nešto je na šta treba posebno obratiti pažnju. Retorika samoodbrane prisutna je u većini slučajeva, a ono što je od ključnog značaja

jeste da stručnjaci za izvrtanje informacija nikada ne priznaju svoje greške. Koliko su doktori spinovanja moćni u kreiranju imidža i održavanju željenog stanja pod kontrolom, možda najbolje u knjizi pokazuje primer Džordža Buša koji sa prvim danima odsustva svog maga Karla Rouva pravi krupne greške u komuniciranju s javnošću.

Kao što je već rečeno, najveći broj primera u knjizi potiču iz Amerike i poneki iz Britanije. Ipak, poslednje poglavlje u knjizi Foa je posvetio i pojedinačnim primerima evropskih zemalja i razmatrao „jesu li i one zaražene virusom spina“. Odgovor je potvrđan. Tip političkog sistema i te kako utiče na širinu polja u kojem mogu da delaju doktori spinovanja. Glavni „trendovi“ u ovoj oblasti stižu iz angloameričkog sistema, ali na sofisticirane tehnike spinovanja ne ostaju imune ni zemlje poput Švajcarske, koja troši i više od 80 miliona franka godišnje za odnose sa javnošću. Slična je situacija i u Italiji, Francuskoj, Nemačkoj, Rusiji.

Ova knjiga je obavezna literatura za sve one koji se bave medijima i komuniciranjem. Kroz desetine primera, ovo delo pokazuje kojim sve zloupotrebama informaciono-komunikacionog sistema su skloni doktori spinovanja, kao i koliko je širok spektar njihovih aktivnosti. Tehnike spinovanja neprestano se usavršavaju pa su *Gospodari medija* i praktičan priručnik kako na najlakši mogući način prepoznati fabrikovan događaj i ne upasti u klopku spina. U savremenom svetu važi pravilo – „značajni ste u meri u kojoj ste u stanju da nekoga ubedite u nešto“. Zato ova knjiga ima dve poruke: doktori spinovanja ne gube na značaju, a javno mnjenje zahvaljujući internetu i društvenim mrežama postaje sve više svesno postojanja i delovanja magova informisanja.

## 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>.

