

УНИВЕРЗИТЕТ У БЕОГРАДУ  
ФАКУЛТЕТ ПОЛИТИЧКИХ НАУКА

ИВА БУБАЊА

**СТРАТЕШКО УОКВИРАВАЊЕ У  
ИЗВЕШТАВАЊУ О КРИЗНИМ  
СИТУАЦИЈАМА У ПРОГРАМИМА  
ТЕЛЕВИЗИЈА  
СА НАЦИОНАЛНОМ ФРЕКВЕНЦИЈОМ У  
СРБИЈИ**

ДОКТОРСКА ДИСЕРТАЦИЈА

БЕОГРАД, 2022.

UNIVERSITY OF BELGRADE  
FACULTY OF POLITICAL SCIENCES

IVA BUBANJA

**THE STRATEGIC FRAMING IN CRISIS  
REPORTING  
ON TELEVISION PROGRAMS WITH  
NATIONAL FREQUENCY  
IN SERBIA**

DOCTORAL DISSERTATION

BELGRADE, 2022.

Ментор:

проф. др Сениша Атлагић, редовни професор, Универзитет у Београду, Факултет политичких наука

Чланови комисије:

- 1) проф. др Сениша Атлагић, редовни професор, Универзитет у Београду, Факултет политичких наука
- 2) др Данка Нинковић-Славнић, доцент, Универзитет у Београду, Факултет политичких наука
- 3) др Александар Митић, научни сарадник Института за међународну политику и привреду у Београду

Датум одбране:

## ЗАХВАЛНИЦА:

Хвала мојој породици и мом ментору на континуираној подршци и поверењу током целокупног процеса рада на овој тези.

## Стратешко уоквиравање у извештавању о кризним ситуацијама у програмима телевизија са националном фреквенцијом

### Сажетак:

Истраживањем медијског простора у коме се производе и шире тумачења друштвене реалности отвара се питање колико идеје артикулисане у јавном простору у Србији одражавају реални спектар друштвених стремљења. Конкуренцијом политичких идеја у јавној сфери формирају се алтернативе између којих грађани бирају и које усмеравају њихово понашање. Полазећи од теорије социјалног конструкционизма и уоквиравања као теорије медијских ефеката, основу рада чини поглед на медије као конструкторе смисла, медијске стварности и средстава помоћу којих се обликује идејно-симболички контекст у коме се разматра политички процес.

Веза медија и политике омогућава политичким субјектима да пласирају верзије стварности које су у складу са дефинисаним политичким циљевима. Истраживање које је спроведено у овом раду односи се на извештавање медија о кризама, јер је у неизвесним ситуацијама деловање политичких субјеката на медијске раднике чешће. Рад треба да укаже на специфичности извештавања телевизија са националном фреквенцијом и представи кључне актере у медијским извештајима о кризи. Користећи се „фрејминг“ анализом у три студије случаја, ауторка је покушала да утврди у којој мери су медијски прилози стратешки обојени и који елементи ове прилоге чине препознатљивим публици. Стратешка обојеност прилога се одређивала уз помоћ утврђивања присуства стратешких оквира као средстава кроз које се реализује симболичка политика у домаћој медијској пракси.

Циљ истраживања је да се утврде карактеристике стратешких оквира, њихови елементи, и арсенал симболичких средстава кроз које се реализује симболичка политика. На тај начин, ауторка отвара питања које се односе на симболичку презентацију политике у домаћем медијском простору и како политичке елите посредством симболичких ресурса утичу на свест људи.

Кључне речи: стратешко уоквиравање, симболичка политика, стратешки оквири, кризне ситуације, медији, политички субјекти, телевизија, извештавање,

Научна област: Политичке науке

Ужа научна област: Политиколошко-социолошке студије

УДК: 659.2:32(004.55)

The strategic framing in crisis reporting on television programs with national frequency in Serbia

**Abstract:**

Researching the media space in which interpretations of social reality have been produced raises the question of how much ideas articulated in public space in Serbia reflect the true spectrum of social aspirations. The competition of political ideas in the public sphere forms alternatives. Audiences choose between those alternatives, and they affect their behaviour.

By the theory of social constructionism and framing as a media effects theory, the paper is based on the media as constructors of meaning, media reality and shaping means of the ideological-symbolic context in which the political process is considered. The link between the media and politics allows political actors to market their versions of reality in line with their political goals. The research conducted in this paper refers to media reporting on crises because, in uncertain situations, the actions of political entities on media workers are more frequent. The paper should point out the specifics of national television reporting and present key actors in media reports on the crisis. By using framing analysis in three case studies, the author tried to determine to which extent media reports were strategically framed and which elements make these articles recognizable to the public. The presence of strategic frames shows the strategic potential of media content, but also, these frames are a realization tool for symbolical policy in the media practice. The research aimed to determine strategic frames, their characteristics, and the arsenal of symbolical means through which the symbolical policy is realized. In this way, the author opens questions related to the symbolical presentation of politics in the domestic media space and how political elites influence people's consciousness through symbolic resources.

Keywords: strategic framing, symbolic policy, strategic frames, crisis, media, political entities, television, reporting

Scientific field: Political Science

Scientific subfield: Political-sociological studies

UDK: 659.2:32(004.55)

## САДРЖАЈ:

ПОГЛАВЉА	Страна
<b>Назив поглавља</b>	
1. УВОД	14
1.1. Симбиоза новинара и политичара у Србији	17
2. МЕДИЈИ И ПОЛИТИЧКИ ПРОЦЕС	19
2.1. Улога медија у либералној демократији	20
2.2. Медији у служби политике	23
2.3. Новинарство и проблеми у пословању савремених медија	24
2.4. Политичко ТВ новинарство	26
2.5. Специфичности телевизије које погодују изградњи „удвојене стварности“	27
2.6. Дефинисање предмета истраживања	28
2.7. Дефинисање проблема истраживања	30
2.8. Очекивани резултати и научни и друштвени допринос истраживања	32
2.9. Теоријски оквир истраживања	32
2.9.1. Социјални конструкционизам – основи теоријске оријентације	33
2.9.2. Социјални конструкционизам из угла психологије	34
2.9.3. Медијска конструкција стварности	35
II ДЕО - ДЕФИНИСАЊЕ ОСНОВНИХ ПОЈМОВА У РАДУ	36
3. СИМБОЛИЧКА ПОЛИТИКА	36
3.1. Шта је симболичка политика?	37
3.2. Приступ истраживању симболичке политике	38
3.3. Симболичка политика и идеологија	39
3.3.1. Улога идеја у реализацији симболичке политике	39
3.3.2. Идеологија као фактор у изградњи симболичке политике	40
3.4. Симболичка политика и идентитет	41
3.5. Реализација симболичке политике	42
3.6. Симболичка политика у Србији	43
4. УОКВИРАВАЊЕ	45
4.1. Уоквиравање као теорија медијских ефеката	46
4.1.1. Преглед развоја теорија о медијским ефектима	46
4.1.2. Успостављање медијске агенде (Agenda Settings)	48
4.1.3. „Прајминг“ и наглашавање медијских садржаја	50
4.1.4. Уоквиравање, кадрирање или „фрејминг“ - теорија медијских ефеката	51
4.1.5. Разлике између „agende settings“, „priming-a“ и „framing-a“	52
4.2. Дефинисање појма оквира	53
4.2.1. Начини уоквиравања и врсте оквира	55
4.3. Како делују оквири?	57
4.4. Медијски оквири	58
4.5. Врсте медијских оквира	61
5. СТРАТЕШКО УОКВИРАВАЊЕ	62
5.1. Дефинисање стратешких оквира	63
5.1.1. Оквири игре као најчешћи вид стратешких оквира	64
5.1.2. Оквир сукоба као вид стратешког оквира	66
5.1.3. Улога стратешког уоквиравања	67
5.2. Разлика између медијских и стратешких оквира	67
5.3. Формулисање стратешких оквира	73
5.3.1. Стратешко уоквиравање: улога медијских радника	73

5.3.2. Стратешко уоквиравање: улога политичара	74
5.4. Символичка политика и стратешко уоквиравање	75
6. КРИЗНЕ СИТУАЦИЈЕ	77
6.1. Криза – елементи одређења	78
6.2. Извештавање медија у време кризних ситуација	79
6.3. Стратешко уоквиравање у извештавању о кризним ситуацијама	81
6.4. Криза и симболичка политика	83
7. Хипотетички оквир истраживања	86
8. Методолошки оквир истраживања	87
8.1. Телевизијски програми са националном фреквенцијом у Србији као предмет анализе	90
III ДЕО – ПРЕЗЕНТАЦИЈА СТУДИЈА СЛУЧАЈА И РЕЗУЛТАТА ИСТРАЖИВАЊА	92
9. АНАЛИЗА ПРВЕ СТУДИЈЕ СЛУЧАЈА: ПАРАДА ПОНОСА У БЕОГРАДУ 2010. ГОДИНЕ	92
9.1. Друштвени контекст у коме се одржава Парада поноса 2010. године	92
9.1.1. Медијски контекст у Србији 2010. године.	94
9.1.2. Десничарске и навијачке скупине у Србији и њихово политичко деловање	96
9.1.3. Политике „Прајда“: почеци и шетња 2010. године	97
9.1.4. Анализа дискурса и опис кризне ситуације: Да шетамо заједно упркос насиљу	97
9.2. Медијски прилози о Паради поноса 2010. године: узорак и основни подаци	103
9.3. Стратешко уоквиравање прилога о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године и „фрејминг“ анализа	108
9.3.1. Типови стратешких оквира о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године: поступак анализе и кодификација	110
9.4. Субјекти и актери у стратешки уоквиреним прилозима о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године	113
9.4.1. Карактеристике субјеката у стратешки уоквиреним прилозима о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године	117
9.4.2. Карактеристике актера у стратешки уоквиреним прилозима о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године	122
9.5. Језик стратешки уоквирених прилога о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године	125
9.5.1. Метафоре као елемент стратешки уоквирених прилога о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године	125
9.5.2. Језик спорта, такмичења и игара у стратешки уоквиреним прилозима о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године	126
9.5.3. Језик рата у стратешки уоквиреним прилозима о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године	126
9.5.4. Статистички подаци и псеудоаргументација у стратешки уоквиреним прилозима о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године	127
9.5.5. Лого и стереотипне слике у стратешки уоквиреним прилозима о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године	128
9.6. Телевизијска презентација кризе настале поводом Параде поноса из 2010. године као предмет анализе	129
9.6.1. Презентација кризне ситуације у стратешки уоквиреним прилозима о Паради поноса 2010. године	130
9.6.2. Презентација одговорности у стратешки уоквиреним прилозима о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године	131



9.7. Елементи симболичке политике у презентацији насиља и Параде поноса 2010. године	133
10. АНАЛИЗА ДРУГЕ СТУДИЈЕ СЛУЧАЈА: ИЗБЕГЛИЧКА КРИЗА И БАЛКАНСКА РУТА 2015. ГОДИНЕ	137
10.1. Друштвени контекст избегличке кризе са фокусом на Балканску руту 2015. године	137
10.1.1. Политички контекст у Србији од 2012. до 2015. године	138
10.1.2. Медијски контекст у Србији 2014. и 2015. године	140
10.1.3. Избегличка криза и Балканска рута – преткризно стање	141
10.1.4. Кризни период у земљама балканске руте: Мађарској, Хрватској, Србији и анализа дискурса	142
10.2. Медијски прилози о избегличкој кризи 2015. године – узорак и основни подаци	149
10.3. Стратешко уоквиравање прилога о избегличкој кризи 2015. године и „фрејминг“ анализа	152
10.3.1. Типови стратешких оквира о избегличкој кризи 2015. године: поступак анализе и кодификација	154
10.4. Субјекти и актери у стратешки уоквиреним прилозима о избегличкој кризи 2015. године	157
10.5. Језик стратешки уоквирених прилога о избегличкој кризи 2015. године	176
10.5.1. Метафоре као елемент стратешки уоквирених прилога о избегличкој кризи из 2015. године	177
10.5.2. Језик спорта, такмичења и игара у стратешки уоквиреним прилозима о избегличкој кризи 2015. године	178
10.5.3. Језик рата у стратешки уоквиреним прилозима о избегличкој кризи 2015. године	179
10.5.4. Статистички подаци и псеудоаргументација у стратешки уоквиреним прилозима о избегличкој кризи 2015. године	180
10.5.5. Лого и стереотипне слике у стратешки уоквиреним прилозима о избегличкој кризи 2015. године	181
10.6. Телевизијска презентација избегличке кризе из 2015. године као предмет анализе	181
10.6.1. Презентација кризне ситуације у стратешки уоквиреним прилозима о избегличкој кризи 2015. године	183
10.6.2. Презентација одговорности у стратешки уоквиреним прилозима о избегличкој кризи 2015. године	183
10.7. Елементи симболичке политике у презентацији избегличке кризе 2015. године	185
11. АНАЛИЗА ТРЕЋЕ СТУДИЈЕ СЛУЧАЈА: БЕСПРАВНО РУШЕЊЕ ОБЈЕКТА У ГРАДСКОЈ ЧЕТВРТИ САВАМАЛА У ХЕРЦЕГОВАЧКОЈ УЛИЦИ У БЕОГРАДУ 2016. ГОДИНЕ – КРИЗА У САВАМАЛИ	190
11.1. Друштвени контекст у коме долази до кризе у Савамали 2016. године	190
11.1.1. Медијски контекст у Србији 2016. године	193
11.1.2. Омбудсман и повереник за информације од јавног значаја и заштиту података о личности као актери у кризи у Савамали 2016, године	194
11.1.3. Дуготрајно преткризно стање: „Афера пиштољ“ и „Београд на води“	195
11.1.4. Кризна ситуација и анализа јавног дискурса о кризи у Савамали 2016. године	197
11.1.5. Посткризни период: кризи у Савамали 2016. године	200
11.2. Медијски прилози о кризи у Савамали 2016. године: узорак и основни подаци	200

11.3. Стратешко уоквиравање прилога о кризи у Савамали 2016. године и „фрејминг“ анализа	204
11.3.1. Типови стратешких оквира о кризи у Савамали 2016. године: поступак анализе и кодификација	206
11.4. Субјекти и актери у стратешки уоквиреним прилозима о кризи у Савамали 2016. године	209
11.4.1. Карактеристике субјеката у стратешки уоквиреним прилозима о кризи у Савамали 2016. године	213
11.4.2. Карактеристике актера у стратешки уоквиреним прилозима о кризи у Савамали 2016. године	216
11.5. Језик стратешки уоквирених прилога о кризи у Савамали 2016. године	219
11.5.1. Метафоре као елемент стратешки уоквирених прилога о кризи у Савамали 2016. године	219
11.5.2. Језик спорта, такмичења и игара у стратешки уоквиреним прилозима о кризи у Савамали 2016. године	220
11.5.3. Језик рата у стратешки уоквиреним прилозима о кризи у Савамали 2016. године	221
11.5.4. Статистички подаци и псеудоаргументација у стратешки уоквиреним прилозима о кризи у Савамали 2016. године	221
11.5.5. Лого и стереотипне слике у стратешки уоквиреним прилозима о кризи у Савамали 2016. године	222
11.6. Телевизијска презентација кризе у Савамали 2016. године као предмет анализе	222
11.6.1. Презентације кризне ситуације у стратешки уоквиреним прилозима о кризи у Савамали 2016. године	223
11.6.2. Презентација одговорности у стратешки уоквиреним прилозима о кризи у Савамали 2016. године	224
11.7. Елементи симболичке политике у презентацији кризе у Савамали 2016. године	225
12. ДИСКУСИЈА	230
12.1. Стратешки уоквирени медијски прилози - основни подаци и карактеристике прилога	230
12.2. Стратешко уоквиравање прилога	233
12.3. Субјекти и актери стратешки уоквирених медијских прилога	236
12.4. Презентација стратешких језичких елемената у медијским прилозима	239
12.5. Презентација кризне ситуације у стратешки уоквиреним медијским прилозима	241
12.6. Симболичка политика и извештавање о кризним ситуацијама	244
12.7. Расправа о стратешком уоквиравању	248
12.7.1. Стратешки оквири на каналима телевизијама са националном фреквенцијом	250
12.7.2. Извештавање о кризним ситуацијама у Србији	254
12.7.3. Интерпретација резултата истраживања у теоријском контексту симболичке политике	255
13. ЗАКЉУЧАК	262
СПИСАК ЛИТЕРАТУРЕ	269
Прилог 1	289
Биографија ауторке	295
Изјава о ауторству	296
Изјава о истоветности штампане и електронске верзије докторског рада	297
Изјава о коришћењу	298

<b>ТАБЕЛЕ</b>	
<b>Назив табеле</b>	
Табела 1. Састав Владе Мирка Цветковића 2008. године	93
Табела 2. Карактер простратешких и контрастратешких оквира о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године	112
Табела 3. Поступак формирања простратешких и контрастратешких оквира о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године	112
Табела 4. Заступљеност субјеката/актера по врстама у стратешки уоквиреним прилозима о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године	114
Табела 5. Учесталост појављивања субјекта/актера и укупно време јавног излагања субјеката у секундама (с) у стратешки уоквиреним прилозима о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године	115
Табела 6. Језички показатељи стратешке обојености у укупном узорку у процентима (%) у извештавању о кризи насталој поводом Параде поноса 2010.године	125
Табела 7. Прва Влада Александра Вучића 2014-2016. године	139
Табела 8. Карактер простратешких и контрастратешких оквира у случају избегличке кризе 2015. године	156
Табела 9. Поступак формирања простратешких и контрастратешких оквира о избегличкој кризи 2015. године	156
Табела 10. Заступљеност субјеката/актера по врстама у стратешки уоквиреним прилозима о избегличкој кризи 2015. године	157
Табела 11. Портретисање субјеката/актера у стратешки уоквиреним прилозима о избегличкој кризи 2015. године	159
Табела 12. Представници владајуће коалиције, државних институција и опозиције на позицији субјеката/актера у стратешки уоквиреним прилозима о избегличкој кризи 2015. године – учесталост појављивања и укупно време излагања у секундама (с)	159
Табела 13. Остали домаћи субјекти/актери у стратешки уоквиреним прилозима о избегличкој кризи 2015. године – учесталост појављивања и укупно време излагања у секундама (с)	164
Табела 14. Међународни субјекти/актери у стратешки уоквиреним прилозима о избегличкој кризи 2015. године – учесталост појављивања и укупно време излагања у секундама (с)	166
Табела 15. Језички показатељи стратешке обојености у укупном узорку у процентима (%) у извештавању о избегличкој кризи 2015. године	176
Табела 16. Састав друге Владе Александра Вучића 2016. године	192
Табела 17. Карактер простратешких и контрастратешких оквира у случају кризе у Савамали 2016. године	208
Табела 18. Поступак формирања простратешких и контрастратешких оквира о кризи у Савамали 2016. године	208
Табела 19. Заступљеност субјеката/актера по врстама у стратешки уоквиреним прилозима о кризи у Савамали 2016. године	209
Табела 20. Учесталост појављивања субјекта/актера и укупно време јавног излагања субјеката у секундама (с) у стратешки уоквиреним прилозима о кризи у Савамали 2016. године	210
Табела 21. Језички показатељи стратешке обојености у укупном узорку у процентима (%) у извештавању о кризи у Савамали 2016. године	219

Табела 22. Карактеристике стратешких оквира у садржајима пласираним у телевизијама са националном фреквенцијом приликом извештавања о кризним ситуацијама	252
<b>СЛИКЕ И ГРАФИКОНИ</b>	
<b>Назив слике</b>	
Слика 1. Процес формирања и поставке оквира	55
Слика 2. Модел формирања оквира вести	60
Слика 3. Типови оквира у извештавању о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године	104
Слика 4. Жанр стратешки уоквирених прилога о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године	104
Слика 5. Визуелна презентација у стратешки уоквиреним прилозима о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године	105
Слика 6. Вредносни контекст (интонираност) стратешки уоквирених прилога о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године	107
Слика 7. Карактер стратешких оквира у извештавању о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године	108
Слика 8. Аутори стратешких оквира о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године	109
Слика 9. Заступљеност поступака за формирање стратешких оквира о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године	110
Слика 10. Усмереност стратешких оквира о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године	110
Слика 11. Заступљеност простратешких и контратаргетских оквира о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године	111
Слика 12. Портретисање субјеката у стратешки уоквиреним прилозима о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године	120
Слика 13. Вредносни контекст (интонираност) субјеката у стратешки уоквиреним прилозима о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године	121
Слика 14. Тон обраћања субјеката у стратешки уоквиреним прилозима о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године	122
Слика 15. Портретисање актера у стратешки уоквиреним прилозима о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године	123
Слика 16. Вредносни контекст (интонираност) актера у стратешки уоквиреним прилозима о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године	124
Слика 17. Контекст кризе која је следила након Параде поноса 2010. године	129
Слика 18. Начин на који је криза приказана у стратешки уоквиреним прилозима: Парада поноса 2010. године	129
Слика 19. Тип грешке као услов за настанак кризе на и након Параде поноса 2010. године	132
Слика 20. Типови оквира у извештавању о избегличкој кризи 2015. године	149
Слика 21. Жанр стратешки уоквирених прилога о избегличкој кризи 2015. године	150
Слика 22. Визуална презентација у стратешки уоквиреним прилозима о избегличкој кризи 2015. године	150
Слика 23. Вредносни контекст (интонираност) стратешки уоквирених прилога о избегличкој кризи 2015. године	152
Слика 24. Карактер стратешких оквира у извештавању о избегличкој кризи 2015. године	152

Слика 25. Заступљеност поступака за формирање стратешких оквира о избегличкој кризи 2015. године	153
Слика 26. Усмереност стратешких оквира о избегличкој кризи 2015. године	154
Слика 27. Заступљеност простратешких и контратартешких оквира о избегличкој кризи 2015.	155
Слика 28. Вредносни контекст (интонираност) субјеката/актера стратешки уоквиреним прилозима о избегличкој кризи 2015. године	175
Слика 29. Контекст избегличке кризе 2015. године	182
Слика 30. Начин на који је криза приказана у стратешки уоквиреним прилозима: избегличка криза 2015. године	182
Слика 31. Типови оквира у извештавању о кризи у Савамали 2016. године	201
Слика 32. Жанр стратешки уоквирених прилога о кризи у Савамали 2016. године	202
Слика 33. Визуелна презентација у стратешки уоквиреним прилозима о кризи у Савамали 2016. године	203
Слика 34. Вредносни контекст (интонираност) стратешки уоквирених прилога о кризи у Савамали 2016. године	204
Слика 35. Карактер стратешких оквира о кризи у Савамали 2016. године	205
Слика 36. Усмереност стратешких оквира у кризи у Савамали 2016. године	205
Слика 37. Заступљеност поступака за формирање стратешких оквира о кризи у Савамали 2016. године	206
Слика 38. Заступљеност простратешких и контрастартешких оквира о кризи у Савамали 2016. године	207
Слика 39. Вредносни контекст (интонираност) субјеката у стратешки уоквиреним прилозима о кризи у Савамали 2016. године	216
Слика 40. Портретисање субјеката у медијским прилозима о кризи у Савамали 2016. године	216
Слика 41. Вредносни контекст (интонираност) актера у стратешки уоквиреним прилозима о кризи у Савамали 2016. године	218
Слика 42. Портретисање актера у стратешки уоквиреним прилозима о кризи у Савамали 2016. године	218
Слика 43. Контекст кризне ситуације у извештавању о кризи у Савамали 2016. године	223
Слика 44. Начин на који је криза приказана у стратешки уоквиреним прилозима: криза у Савамали 2016. године	223

## 1. УВОД

Идеологија професионалног новинарства посматра новинаре као „чуваре демократије“ који треба да обављају истраживачки посао поштујући принципе независности, објективности, благовременог и свеобухватног извештавања. Такво понашање медијских радника почива на демократским принципима слободе изражавања и права јавности да буде упозната са дешавањима у друштву. Двдесетовековна промена односа на линији медији-политичари, дигитализација медија и све већи уплив капитала у медијску сферу у великој мери су изменили процес извештавања. Преплитање медијске и политичке сфере је постало свакодневица, а носиоци политичке моћи постају све чешћи извори информација и творци званичних дефиниција проблема и догађаја који публику окружују (Gurevitch, Bennett, Curran & Woollacott, 1982). Са друге стране, новинари почињу да користе матрице приликом извештавања, консултују исте, званичне изворе информација и имају ограничену флексибилност када је реч о креирању медијских садржаја (Kunczik & Zipfel, 2006).

Таква ситуација у медијској сфери олакшала је уочавање нескладних представа о реалности и медијски посредованој стварности, а поједини теоретичари (Altheide, 1977; Glasgow University Media Group, 1976) су сматрали да та разлика произилази из организованих индивидуалних предрасуда новинара и уредника и организацијске пристрасности. Други (Fishman, 1977; Molotch & Lester, 1974), су веровали да су вести вештачке конструкције и да се зато и не може говорити о истоветности ове две стварности. Ово негирање погледа на медије као „огледала стварности“ је у вези са кривљењем или формирањем лажне представе о реалности, јер је обликована од стране владајућих политичких и економских група (Blumler & Gurevitch, 1982: 233-236). Одбацивши идеју о непристрасним радним медијским праксама, ови теоретичари сматрали су да су медијски радници ограничени у својој радној аутономији и да се континуирано прикрива покорност медијских професионалаца доминантној идеологији. Зато је у таквим условима рада медија све теже говорити о медијским садржајима који представљају стварност онакву каква она заиста јесте и медијима који врше надзор над званично изабраним представницима на власти (Исто).

Поред тога, медији се одавно више не посматрају само као канали преноса порука, већ као конструктори смисла и стварности (медијске стварности) која је обично и она реалност у којој публика живи (Matić, 2018). Тиме што се медији доживљавају као „творци стварности“ показује се да је медијска представа о догађају и значење које му медији дају, она слика и оно значење које ће публика и интерпретирати и усвојити (Edelman, 1964: 2). Медији тако добијају посебно важну улогу у политичкој сфери у којој постају „четврта грана власти“. Они омогућавају политичким субјектима да пласирају своје верзије стварности које су осмислили у складу са њиховим претходно дефинисаним политичким циљевима и интересима и обезбеде атмосферу среће, страха, мира - по потреби. Тако политика, захваљујући медијима, има своју симболичку форму у којој су симболи основни механизам који одређују како се људи понашају и опажају друштвену стварност (Исто). Уместо порука као транспарентних носилаца значења, медијски садржаји се третирају као конструкције знакова које у интеракцији са примаоцима производе значење. Конструисање значења и од стране пошиљаоца и од стране примаоца је социјално и културно условљено (Simons et al., 2000: 86 према Milivojević & Matić, 1993: 30). Како су медијски прикази реалности симболичка замена за њу (Milivojević & Matić, 1993: 30), медијски прикази су и у основи симболичке политике.<sup>1</sup> Зато, овим радом ауторка жели да отвори питања које се односе на симболичку презентацију политике у домаћем медијском простору, то јест да испита како се, посредством медија, приказује рад политичких актера. Овај приказ може да се разликује од нејавне политике.

---

<sup>1</sup> Медијализација савременог политичког процеса је у вези са његовом јавном репрезентацијом која се, често, остварује кроз симболичку презентацију политике (Малинова, 2013: 12).

Јавни простор је повезан са радом масовних медија, јер је њиховим развојем омогућена комуникација са широком, хетерогеном публиком и потенцијалним бирачима као њеним саставним делом. Символичка компонента демократске политике је испреплетана са радом и извештавањем медија, јер уз помоћ њих политички субјекти преносе своје поруке публици (Малинова, 2013: 12).

Символичка политика одређује се као специфичан вид политичког комуницирања који не треба да доведе до рационалног просуђивања грађана (публике), већ треба да сугерише одређени смисао уз помоћ коришћења визуелних, аудитивних и других врста ефеката (Малинова, 2013:12 према Атлагић, 2019: 94). То значи да политички субјекти креирају садржаје који могу деловати на ставове и мишљења публике. Они ће користити естетско-символичке ресурсе и стварати симболичке сурогате политичких активности и решења, а све у циљу сопствене легитимизације и консолидације (Поцелуев, 1999а: 62 према Атлагић, 2019: 94). Тако је истраживање симболичке презентације политике у вези са истраживањем простора у коме се производе и шире конкурентна тумачења друштвене реалности тј. медијског простора, али је и у вези са карактеристикама стратегија које учесници користе у овом процесу (Атлагић, 2019: 94).

Новинари постају важни актери у процесу производње и ширења политичког симболизма, што доводи до све веће повезаности политичких субјеката, медија, новинара и јавног мњења (Lou, 2013: 67). Политички субјекти настоје да преносе своје намере циљној јавности путем медијских канала, а њихове поруке које промовишу појединачне и специфичне интересе, трансформишу се под дејством медијских производних рутина. Тако је симболичка политика резултат уније између медија и политике, што као последицу има губитак аутономије и идентитета и медијског и политичког система (Saxer, 1993).

Да би се приступило овој проблематици потребно је кренути од анализе стања домаћег медијског система, који је према Матићевој (Matić, 2018: 57) хаотичан и без функционалних, институционалних, економских и професионалних основа за слободу медија.<sup>2</sup> „Нови“ елементи система, уведени након 2000. године: медијско тржиште, плурализам и транспарентност власништва, јавни медијски сервис, регулација и саморегулација нису помогли у стварању одрживе медијске индустрије нити у смањењу политичког утицаја на медије. Глобална економска криза, заоштравање унутрашње економске кризе и нови проблеми изазвани дигиталном револуцијом значајно су погоршали проблеме у медијској сфери и кризу домаћег новинарства (Исто). Иако је законски оквир који је успостављен након 2000. године добар и стално се иновира, он се не примењује.

Анализом извештавања домаћих медија ауторка жели да укаже на негативне аспекте, повезаности између домаћих медија и доминантних политичких субјеката. Истраживање које је спроведено се односи на извештавање медија о кризним ситуацијама, јер се тада публика више него обично ослања на медије као изворе информација, а и тада је деловање политичких субјеката на медијске раднике највеће (Milivojević, 2009). У кризним ситуацијама да би се описали и објаснили ти нови догађаји користе се: оквири<sup>3</sup>, дискурси<sup>4</sup>, наративи<sup>5</sup> и значења. Сви ови елементи и значења део су ситуација, гледишта, интереса и модела друштва у оквиру кога циркулишу, а које су у прошлости формирали доминантни субјекти и прихватило их је јавно мњење (Исто). То су већ усвојене дефиниције различитих аспеката стварности које су пласиране са циљем да би освојиле још више моћи, покриле шири опсег тема и обезбедиле инклузивније и свеобухватније формулације, него што би то

---

<sup>2</sup> Према подацима Агенције за привредне регистре у Србији је 2020. године регистровано око 2500 медија (АПР, 2020).

<sup>3</sup> Под појмом оквира подразумевају се интерпретативне шеме које користе новинари, а које могу бити неутралне или политички и економски обојене и обликоване (Lou, 2013: 69).

<sup>4</sup> У овом раду, дискурс ће се посматрати као скуп значења, метафора, представа, слика, прича, исказа који заједно производе одређену верзију догађаја (Ber, 2001: 83).

<sup>5</sup> Наратив ће се у овом раду дефинисати као дискурс који је осмишљен да повезује различите догађаје и говоре о њима, приписујући им одређена значења (Babcock & Staff, 1961: 1503).

могле да понуде друге, подређене групе. Тако је стварност која нас окружује класификована на стереотипне начине који поједностављују и кристалишу сложене друштвене процесе (Benford & Snow, 2000: 620).

У раду је фокус стављен на канале телевизија са националном фреквенцијом, јер је телевизија и даље најутицајнији медиј на територији Србије (Атлагић & Сурчулија Милојевић, 2018; Матић, 2014) и још увек издржава дигитални изазов, иако је сада, концепт припреме и дистрибуције ТВ садржаја све чешће у вези са дигиталним платформама (Клаџар, 2020: 73).<sup>6</sup> Телевизија може на најбољи начин да презентује садржаје који утичу на јачање или редеофинисање постојећих друштвених вредности, а тиме и на домаћу политичку културу (Атлагић & Сурчулија Милојевић, 2018). Поред тога, национално покривање је значило да ће се истраживати поруке, садржаји и значења који су имали потенцијал да стигну до најшире публике.

Рад треба да укаже на специфичности извештавања телевизија са националном фреквенцијом, али и на услове који су довели до све израженије политичке пристрасности медија, а на које указују резултати ранијих истраживања о којима ће бити више речи касније.<sup>7</sup> Поред тога, рад треба да представи кључне актере у медијским извештајима о кризним ситуацијама и утврди у којој мери су медијски прилози стратешки обојени, али и који су то елементи који би помогли домаћој публици да препозна стратешки обојене медијске прилоге. Стратешка обојеност прилога се одређивала утврђивањем присуства и карактеристика стратешких оквира у домаћим медијским прилозима у време кризних ситуација као средствима кроз које се реализује симболичка политика у домаћој медијској пракси. Стратешки оквири разликују се од медијских оквира по томе што са собом носе убеђивачки потенцијал и преносе садржаје чија је намера да публику увери у одређену верзију представе о стварности, а која је, најчешће, прилагођена циљевима и интересима политичких субјеката на власти. Одабиром и истицањем одређених информација, оквири помажу публици да пронађе, опази, идентификује и означи проток тих информација које је окружују (Goffman, 1974). Кроз овај процес, оквири одређују друштвено окружење утичући на ставове и понашање људи.

Анализа која је спроведена у овом раду заснива се на истраживању медијског простора у коме се производе и шире конкурентна тумачења друштвене реалности, а што нужно отвара и питање које се односи на улогу плурализма идеја у политичком процесу у Србији, односно питање колико идеје артикулисане у јавном простору одражавају реални спектар друштвених стремљења. Један од основних услова за остваривање демократске владавине подразумева да политички субјекти у јавном простору презентују начине разумевања и решавања друштвених проблема чиме се и отвара могућност да се те перспективе и ставови презентују грађанима (Атлагић, 2019: 94). Конкуренцијом политичких идеја у јавној сфери формира се спектар алтернатива између којих грађани, најчешће, бирају и које утичу на њихово понашање.

---

<sup>6</sup> Гледаоцима су на располагању услуге одложеног гледања („премотавање“ садржаја најпре 72 сата, а потом и седам дана), ВоД (video on demand) платформе итд. (Клаџар, 2020: 73).

<sup>7</sup> Таква су истраживања: Матић, Ј., Миливојевић, С. (2021). Три деценије изборне комуникације. Како, кога и зашто смо бирали. Избори у Србији 1990–2020. године. *Зборник радова са научне конференције „Избори у Србији 1990–2020“*. Факултет политичких наука, Институт за политичке студије, 9. и 10. децембар 2020, Београд, Београд: Институт за политичке студије и Службени гласник, стр. 347–399; Матић, Ј. (2018). *Медијска политика власти SNS-а у Србији 2014–2018. године*, *Зборник у част проф. др Дубравки Валић Неделjkовић Медији Балкана*. Нови Сад: Филозофски факултет Универзитета у Новом Саду, стр. 53–71; Вељановски, Р. (2014). Контроверзе медијске политике Србије. *Теме – часопис за друштвене науке*. Ниш: Универзитет у Нишу, 03:1297–1312; Freedom House (2020). *World freedom: Serbia*, преузето са: <https://freedomhouse.org/country/serbia/freedom-world/2020>, посећено: 15.04.2021; Beogradski centar za ljudska prava (2017). *Ljudska prava u Srbiji 2016: parvo, praksa i međunarodni standardi ljudskih parava*. Izveštaji. Beograd: BCHR; Bandović, М. Ш., Čodanović, N. (2021). *Savamala, državni projekat rušenja pravne države. Istionomer. Analize*. преузето са: <https://www.istionomer.rs/analize/savamala-drzavni-projekat-rusenja-pravne-drzave/>, посећено: 1.12.2021.



## 1.1. Симбиоза новинара и политичара у Србији

Однос медија и политичара предмет су бројних истраживања спроведених у иностранству и у Србији. Тако, извештај Фридом хауса (*Freedom House*, 2020/2021) указује на чињеницу да се Србија суочава са мањком остварености личних права и слобода, са посебним нагласком на слободу мишљења и независно информисање. По овом извештају, домаћи медији нису независни у свом раду о чему најбоље сведоче медијска извештавања у току различитих изборних кампања (парламентарни избори 2019. године, председнички избори 2017. године...) које прате притисци на новинаре и публику, злоупотреба јавних ресурса и застрашивање независних посматрача. Слобода медија нарушена је и недостатком транспарентности у власништву медија, редакцијским притисцима на новинаре, али и високим нивоом самоцензуре (*Freedom House*, 2020/2021).

О све већем негативном деловању политичке сфере на област медија говори и глобални извештај о слободи медија Репортера без граница (*RSF*) из 2021. године. У овом годишњаку, забележено је погоршање слободе медија на Балкану, а Србија налази на 93. позицији од укупно 180 земаља које учествују у истраживању. Овакав ранг образлаже се чињеницом да се критички новинари најчешће етикетирају као „лажљивци" или „шпијуни" и да медији спроводе прљаве кампање против својих колегиница и колега (Ђуновић, 2021). Посебан проблем су „лажне вести" којима се у Србији дискредитују политички неистомишљеници, а које обухватају измишљене вести или нетачне информације које се пласирају са циљем да збуне публику или створе одређену атмосферу панике, страха, лажног задовољства итд. Европска мисија за заштиту новинара по кривичном закону (ТАИЕХ) констатује да су медији у Србији под сталним притиском власти, да су извори непристрасних информација малобројни и да су чести случајеви ометања новинара: од забране присуства конференцијама за медије до скривања информација од јавног значаја (Beta, 2018).

Још једна карактеристика домаће новинарске праксе је се све чешће извештавање о кризним ситуацијама (Beta, 2017), али тако да медијски садржаји шире страх и панику код публике, што резултира већом пажњом и изградњом поверења у политичке субјекте који се у тим периодима понашају заштитнички и постављају себе као званичне изворе информација. Ово потврђују бројне публикације из области слободе рада медија и слободног информисања попут: годишњег глобалног извештаја Европског центра за медије и медијске слободе (ЕСРМФ, 2021), извештаја Београдског центра за људска права (Beogradski centar za ljudska prava, 2017), публикације о стању медија организације „Артикал 19" (Article 19). Ово значи и да политички слојеви враћају атмосферу сукоба у јавни говор, јер поред недостатка медијских слобода, долази и до повлачења великих донатора, страних инвеститора и стварају се услови за системско заробљавање медија (Матић & Миливојевић, 2021: 351).

Ови извештаји истичу неке од карактеристика домаћег медијског система, тржишта и медија, а на које указује и Матић (Матић, 2018: 57-68) у својим истраживањима:

- Злоупотребљавање приватизације медија у државној својини;
- Урушавање медијског тржишта и зависност медија од државе као извора прихода;
- Непримењивање постојеће медијске регулативе;
- Нетранспарентност власништва медија и пад медијског плурализма;
- Изостављање регулације државног и политичког оглашавања у новом Закону о оглашавању и злоупотреба система пројектног финансирања медијских садржаја од јавног интереса из буџетских средстава;
- Пасивизирање Регулаторног тела за електронске медије (РЕМ);
- Успостављање финансијске зависности јавних медијских сервиса;
- Таблоидизација медијске сфере, сужење јавног простор за слободну дебату и маргинализација квалитетног новинарства;
- Интензивирање притисака власти на медије и неефикасно кажњавање за напад и застрашивање новинара.

Медији у Србији се суочавају са бројним проблемима, а новинарска професија све више постаје рутински посао прикупљања и обраде података, најчешће са мреже уз високи ниво таблоидизације садржаја и производње кича и шунда. Критика и деконструкција политичких субјеката и самостално медијско резонување са собом носи кажњавање медија, што је омогућено: а) остатком државног власништва у националним и локалним медијима, б) везом политичких странака и власника медија који отворено или прикривено поседују медије, в) непостојњем заинтересованости политичких субјеката да се такмиче за медијску пажњу поводом тема о општем добру које би повећале грађанску партиципацију, већ надметњем за медијско време које може да се искористи за провокацију и дискредитацију политичких противника (Radojković, 2011: 36, 37).

Оваква ситуација на домаћем медијском тржишту повезује се са чињеницом да се политички поредак у Србији по различитим параметрима, па и у погледу јавне комуникације, не би могао сврстати у идеалнотипски оквир демократије. Временом он се променио од компетитивног ауторитарног поретка до изборне демократије и назад до хибридног режима (Атлагић, 2019: 92-94)<sup>8</sup> о чему сведочи и претходно споменути извештај Фридом хауса (*Fridom hausa*) из 2020. по коме Србија, први пут после 2003. године, није сврстана у категорију делимично консолидованих демократија, већ у категорију хибридних режима у којима је власт заснована на ауторитаризму као последици непотпуне демократске промене (Danas, 2020).<sup>9</sup> Не постоји једна дефиниција и један тип хибридног режима, већ су они специфични за сваку земљу појединачно (Robertson, 2010), али могу имати неке сличности. У овим државама избори су пуни неправилности које их спречавају да буду слободни и поштени, а притисак владе на опозиционе странке и кандидате је уобичајен. Постоји слабост у политичкој култури и политичкој партиципацији, као и у владавини закона. Цивилно друштво нема велику моћ, а корупција је раширена (Атлагић, 2019: 92-94). Правосуђе је, често, пристрасно, као и медијски систем који тако са собом носи високи степен медијске манипулације и притисак власти на новинаре (Economist Intelligence Unit, 2016).

Према Тофелу (Тоерфл, 2013: 247) у хибридним режимима могу се уочити следеће врсте медија према карактеристикама њиховог извештавања: а) државни медији који преносе идеологију хибридног режима, без алтернативних прича и ставова б) комерцијални медији који извештавају помало критично, али су у великој мери одани режиму, в) либерално-демократски медији који могу гајити критички став према режиму, г) медији који извештавају у складу са конзервативним начелима и д) медији који гаје социјалистичке вредности и извештавају у складу са њима (Исто). Поред тога, „званична“ медијска сфера је доминантна у погледу досега публице и обично је реч о медијима са националном фреквенцијом/ националним издањима. Разуђеност медијске сфере у хибридним режимима указује да власт и у таквим порецима води рачуна о јавном мњењу (Рогов, 2010: 9).

Медији извештавају о различитим темама из бројних области, што значи да оне некада не могу да буду једнако заступљене у оквиру једне, опште, универзалне јавне сфере. То показује и Кинова (Kin, 1995: 387 према Milivojević, 2009: 192 ) подела на микро, мезо и макро јавну сферу. Јавне сфере се развијају у оквиру различитих области цивилног друштва

<sup>8</sup> Опширније о овоме видети у (Атлагић, 2019: 92-94): Pavlović, D., Antonić, S. (2007). *Konsolidacija demokratskih ustanova u Srbiji posle 2000. godine*. Београд: Службени гласник; Jovanović, M. (2008). *Konsolidacija, principi "slobodnih i fer" izbora i ustavni dizajn*. стр. 55-76, у Pavlović D. (2008). *Konsolidacija demokratskih ustanova u Srbiji: godinu dana posle*. Београд: Службени гласник, Вучићевић, Д. (2010). *Демократизација кроз изборе: изборни ауторитаризам у Србији. Политичка ревија*, Београд: FPN стр. 1-28; Vladisavljević, N (2016). *Competitive authoritarianism and popular protest: Evidence from Serbia under Milošević. International Political Science Review*, 37(1), pg. 36-50.

<sup>9</sup> Од 1990-их, за описивање оваквих држава су се користиле различите синтагме попут: нелиберална демократија (Zakaria, 1997: 22, 23), беспоштедни плурализам (Carothers, 2002: 51), конкурентски ауторитаризам (Levitsky & Way, 2002: 53), изборни ауторитаризам (Schedler, 2002: 36–37, 41–46), полуауторитаризам (Ottaway, 2003), полудемократија, виртуелна демократија, изборна демократија, псеудо-демократија и полуауторитаризам (Levitsky & Way, 2002: 57) (Атлагић, 2019: 92-94).

и државних установа, унутар потрошачких тржишта, али и света моћи (Milivojević, 2009: 192). Границе јавне сфере се стално мењају, а карактер јавне сфере, развијеност њених институција и доступност ресурса директно утичу на могућност учешћа у општој, друштвеној, дискурзивној активности. Структурне одлике јавне сфере редефинишу се и са променом односа између државе и друштва (Исто: 193). Зато и у условима хибридне владавине, јавно мњење има аутономију у односу на власт и разматра различите врсте ставова и предлога, иако они често изгледају као унапред договорени. Зато је рад на осмишљавању различитих видова интерпретације социјалне реалности од значаја за политичке субјекте, чак и онда када се тиме не утиче директно на политички избор грађана (Атлагић, 2019: 95). На овај начин, доприноси се обликовању идејно-симболичког простора на који се мора рачунати у анализи процеса и институција. Потребно је истражити садржај идеолошких алтернатива презентованих у јавном простору, али и институционалне услове у којима се те алтернативе развијају и у којима су оне конкурентне. Намера је да се овим радом укаже на промене у вези са институционалним могућностима артикулације и ширења конкурентних дискурса у Србији.

Глобални трендови који се односе на пад новинарске неутралности и таблоидизацију медија, али и чињеница да се о медијима више не може говорити као „огледалима стварности“ чине полазну тачку овог истраживања. Уз општу политизацију медијске сцене, на коју стручњаци (Малинова, 2013; Foa, 2017; Kunczik & Zipfel, 2006; Lou, 2013; Thompson, 1984 итд.) већ годинама упозоравају, лако је уочљив пораст политизације медија, што значи да се извештавање користи за нападање и дискредитовање противника и критичара власти. Тако и у Србији, главни промотери постају таблоидни медији који имају улогу да фаворизују одређене ставове владајуће коалиције, делегитимизују опозицију, али и критикују медије који нису наклоњени власти и који су таргетирани као „жути“ и „страноплаћенички“. Таблоидни приступ уз често коришћење „лажних вести“<sup>10</sup> претвара се у глорификацију власти и дуготрајне негативне кампање против свих критичара режима. Тиме се подстиче медијска поларизација и поништавају се ефекти почетне плурализације медијског система који је омогућио јавну дебату и позиционирање медија изван политичких слојева (Матић & Миливојевић, 2021: 351, 352).

## 2. МЕДИЈИ И ПОЛИТИЧКИ ПРОЦЕС

Политички процес подразумева одлучивање, борбу за приступ позицијама на којима се одлуке доносе, али и легитимизацију и наметање тих одлука. У либералним демократским државама, политика се заснива на сталној борби за власт, одржавању на власти и коришћењу власти да би се задржала политичка позиција у друштву (Lou, 2013: 50). Приступ власти се обезбеђује победом на изборима, што значи да политичари треба да мотивишу грађане да изађу на изборе и да им пруже подршку.

У раду ће се поћи од форме политичког процеса карактеристичног за западне либералне демократије који се у савременој литератури назива и „медијализованим“, што је важан аспект овог истраживања. У складу са тим, неопходно је на почетку истаћи улогу медија у либералним демократијама.

У радовима Џона Лока (*John Locke*) (1632-1704) либерализам се темељи на следећим чињеницама: нико није изнад закона, извршна власт је подређена законодавној, Владу бира законодавно тело (Парламент), представници у Парламенту треба да праве добре законе који осигуравају живот, слободу и имовину оних који их бирају, а људи имају право да „збаци“ са власти наведене представнике уколико они не унапређују њихова основна права (Locke, 1966). Овакви ставови одредили су начин организовања политичког процеса у будућности и отворили расправе по питању улоге медија у том процесу. Медији су у овом периоду штампани, имају мали тираж и далеко су од тога да доприносе изградњи сфере масовног комуницирања. Медији овог доба су углавном били у служби повлашћене класе (племићи,

<sup>10</sup> Вести које су измишљене, непостојеће и пласиране са циљем да скрену пажњу публике са других догађаја и проблема (Матић & Миливојевић, 2021: 351).

црква, поглавари итд.) и представљали су пропагандне листове, што је значило да политичари и други припадници вишег слоја плаћају да се одређене информације објаве и прошире (Lou, 2013: 51).

Политиком репрезентације креиран је механизам за добијање индиректног гласа у Парламенту, што је значило да се бира особа која у овом телу репрезентује интересе других. На тај начин, решено је питање представљања у Влади, али је остала недоумица у вези са контролом представника грађана, као и питање како те представнике учинити одговорним и спречити их да постану корумпирани и злоупотребе власт?

Решење је понудио Џон Стјуарт Мил (*John Stuart Mill*) (1806-1873) који се залагао за неопходност слободе штампе и слободан проток информација, сматрајући да су то најбољи механизми за борбу против злоупотребе и корупције. Након објаве Миловог дела „*О слободи*“, штампани медији се посматрају као идеалан механизам за контролу самовоље политичких представника, јер су они имали моћ да сваку политичку злоупотребу учине јавним делом. Након тога, долази и до постепеног развоја индустрије масовног комуницирања и масовних медија који су имали улогу да: врше мониторинг над представницима либералне демократије, осигурају обуздавање нижих друштвених слојева и држе под контролом аристократске утицаје (Lou, 2013: 56, 58).

Милово (Mill, 1986) стваралаштво допринело је развоју идеје о медијима као „псима чуварима демократије“, што је значило да медији информишу грађане о активностима изабраних политичких представника са циљем да се они лоши смене на следећим изборима. Медији и медијски радници, у складу са тим, врше надзор над политичким субјектима чиме постају активни учесници политичког процеса и треба да онемогуће злоупотребу моћи од стране политичара.

Укрштањем Милових и Локових принципа развио се професионални новинарски дискурс који је у основи мишљења либералних новинара о њиховој улози у друштву. Новинари су прихватили Милове идеје и системски промовисали становиште да је позиција медија савршена за испуњење услуге независног, информативног посредника у оквиру система представничке власти. Решавање проблема представничке власти довело је до тога да на медије треба гледати као на саставни део либералне владавине будући да доприносе бољем протоку идеја и информација у друштву и подизању нивоа расправе, али и чине власт транспарентнијом (Lou, 2013: 52).

Идеја о новинарима као „чуварима демократије“ је у складу са идеологијом професионалног новинарства која се залаже за аутономију медијских радника који свој посао обављају независно, свеобухватно и правовремено (Blumler & Gurevitch, 1982: 243). Аутономија медијских професионалаца и њихова посвећеност служе као смернице за радну праксу и регулатори су њиховог професионалног понашања. Зато је контрола над садржајима и поверена медијским професионалцима који треба да буду отпорни на спољне притиске и утицаје (Исто: 233, 236). Од медија се очекује да одражавају вишеструку стварност, што истинитије и без пристрасности. Овај став се заснива на идеји да се чињенице могу одвојити од мишљења и да је „коментар слободан, а чињенице свете“ (*The Guardian*), а што је основа за тврдњу да су медији „огледала стварности“ и да је реалност онаква каквом је медији и представљају (Исто).

## 2.1. Улога медија у либералној демократији

Са увођењем општег права гласа и обавезног основног образовања дошло је до већег преплитања политичке и медијске сфере. Право гласа и образовање за све, значили су да део становништва који до тада није био у могућности да изрази јавно свој став, праведно учествује у тржишној и политичкој „утакмици“ и добија додатну количину моћи у својим рукама. Таква ситуација је за тадашње чланове елите значила могући продор маса на водеће друштвене позиције (Lou, 2013: 60).

Решење за страхове „најутицајнијих“ поново су дали медији. Поред тога што су са образованим и писменим масама добили нову публику, медији су добили и нов задатак: да са

једне стране „шармирају“ те масе, и да са друге стране, информишу вишу класу. Најбољи пример оваквог деловања медија је настанак новина попут „Sun“-а и „Daily mail“-а у Великој Британији (Thompson, 2000: 325 према Lou, 2013). Настанак првих је био у вези са фабриковањем информација које су забављале масе и скретале јој пажњу са политичких питања, док су друге служиле за пренос информација и креирање политика. Медијска тржишта широм света суочавала су се са истом појавом (Исто).

Додатни уплив економије и политике у медијску сферу обезбеђен је увођењем рекламирања као новог начина финансирања медија и појавом односа са јавношћу. У истраживањима Липмана и Тарда (Lippmann, 1922; Tarde, 1969) се указивало на то како успешно управљати јавним мњењем и како контролисати друштво уз помоћ масовних медија. Методе које су формиране у том периоду, касније су претворене у оруђа за манипулацију јавним мњењем, а што је оправдавано чињеницом да са модерним добом више није могуће испунити све захтеве публике и грађанства, па је манипулација масом неизбежна (Milivojević, 2009). Под појмом манипулације у овом раду подразумеваће се покушај да се људи придобију за оне циљеве које не би прихватили и у чијој реализацији не би учествовали да су свесни њиховог стварног смисла, свих услова и последица њихове реализације (Slavujević, 2009: 82). Манипулацијом се делује на емоције или разум публике и тежи стварању слике о реалности која изгледа као да је стварност (Breton, 2000: 19).

По Лоу-у (Lou, 2013: 62-64) однос либералне демократије и медија прошао је кроз следеће фазе:

- Прва фаза обухвата постојање информативних билтена трговаца у време Хабзбуршке монархије над којима је вршена цензура од стране монарха и цркве;
- Друга фаза обухвата поглед на штампу као средство информисања олигархије – повлашћених виших слојева уз борбу за слободно извештавање новинара;
- Трећа фаза обухвата штампу која постаје конзервативна, јер долази до успостављања либералне олигархије.
- У четвртој фази постоји двослојни систем штампе који значи да је информативна штампа намењена елитама, а да је таблоидна, забавна штампа намењена масама.
- У петој фази долази до развоја промотивне машинерије и односа с јавношћу, али и претварања масовних медија у средства манипулације.
- У, за сада, последњој фази у којој се човечанство тренутно и налази долази до развоја ауторских медија у којима креатори садржаја (не нужно новинари) желе да скрену пажњу на себе и где се велики део новинарског посла реализује у онлајн сфери.

На основу промена које су се десиле у политичкој и медијској сфери, може се закључити да је савремена политика у либералним демократијама нужно повезана са креирањем јавности. Јавност се састоји од појединаца који су обликовани дискурсима (западног) индивидуализма и компетитивности, а које окупљају масовни медији. Тако су медији вид „друштвеног лепка“ који креира и одржава јавно мњење. Припадници јавности не познају једни друге, нити међусобно комуницирају, али их медији могу окупити и предводити у извођењу јединствене акције (Lou, 2013: 41). Када медији окупе јавности, субјекти користе различите поступке: постављање агенде, уоквиравање итд., којима се врши промена перцепције саме јавности. Ови поступци су важни, јер омогућавају управљање понашањем медијске публике која, иако, индивидуализована се понаша колективно, што значи да настаје одређени вид јавног мњења. Оваква моћ медија произилази из изолованости појединаца који уместо да комуницирају са људима, углавном самостално конзумирају садржаје које посредују масовни медији, а који су одређене врсте псеудоинтеракција. Тиме је припадницима публике онемогућено да информације провере или проследи алтернативни став, јер су медији постали њихово основно средство интеракције. Као последица се јавља медијализовано искуство и појединци који доносе одлуке у складу са ставовима који су презентовани у медијима (постају више пасивна, него активна публика) (Исто).

Медији политику чине видљивом и обезбеђују јавности информације и анализе стварајући простор за слободну расправу. Медији су конститутивни елемент јавности и

служе као платформа за представљање политике, углавном за политичку руководећу елиту, али су и простор где публика долази у контакт са том политиком (Sarcinelli, 2007: 121 према Sarcinelli, 2011: 67-69). Формирање медијализованог јавног мњења ствара зависност грађана од политичке елите и омогућава тим елитама да креирају политике независно од воље и перцепције публике. Таква повезаност даље води политичким притисцима на медијске раднике, па чак и страначком запошљавању и обликовању медијских радника, који онда објављују садржаје који су у интересу политичких актера. Пошто је популарност таквих садржаја загарантована, што значи сигуран профит власницима медијима, они се обично таквом начину пословања и не противе (Lou, 2013: 42). У савременом друштву, медији су предуслов, али не и гарант за остваривање његове демократске функције.

О комплексности самог односа медија и политике, говоре различити аспекти њихове везе и различите парадигме које су временом формиране да би што боље описале везу између ове две сфере (Kunczik & Zipfel, 2006: 57-61):

- 1) Медији су четврта грана власти у демократији са задатком да контролишу и надзиру - *парадигма о подели власти* (о којој је било речи у претходном поглављу),
- 2) Медији су зависни од политике и важни су за политичке одлуке, што подразумева губитак аутономије медијског система - *теорија инструментализације*,
- 3) Политичке институције зависе од медија, јер медији уводе теме од којих политичке странке имају користи, што истовремено значи и да могу да искључе одређене теме из медијског простора. У овом случају, публика не очекује од њих да буду увек на страни владајуће политичке странке и политичких субјеката - *теорија зависности*,
- 4) Политика и медији зависе једни од других и не могу се међусобно искључити - *теорија међузависности*.

На основу свих ових различитих погледа на однос медија и политике, може се закључити да се на медијске организације гледа као на ограничене организационе системе који уживају одређени степен аутономије од државе, политичких странака и институционализованих група за притисак, али и да је контрола медија у рукама аутономне управљачке елите која медијским професионалцима омогућава различити степен флексибилности (Kunczik & Zipfel, 2006: 57-61). У најширем смислу то значи да се могу издвојити два облика деловања политике на медије (Car, 2010: 193-195): 1) директна државна контрола информација и уреднички критеријуми који одговарају пословним, а не идеолошким преференцијама и 2) информациона политика која почиње артикулацијом порука које зависе од интереса и вредности социо-политичке коалиције конструисане око појединачних политичких актера. У складу са овим деловањима, могу се идентификовати четири компоненте политике у медијима (CARF, 2007 према Car, 2010: 193-195: 1) супервизорска организациона контрола од стране државних тела или корпорација, 2) уредничке одлуке потпомогнуте одлукама политичких и економских субјеката, 3) пристрасни избори чланова професионалних новинарских тела и 4) унапред формулисана логика у додељивању задатака у оквиру медијске организације и привлачење публике.

Дакле, иако идеологија професионалног новинарства тврди да су у савременом друштву, медији неутрални, пракса показује да они то баш и нису, али да нису ни директни инструмент државне моћи (осим медија под ауторитарним режимима) (Kastels, 2014: 235). Посматрајући стање медијске праксе на глобалном, али и на националном нивоу, потребно је истражити колики вид контроле медијски професионалци уопште имају над производњом медијских садржаја. Медијске организације неодвојиве су од окружења у коме постоје и раде ослањајући се на то окружење због своје економске одрживости, али и због информација за стварање медијског садржаја. Медијски садржај и поруке које том приликом настају ограничена су на значења примарно одређена унутар доминантне културе. Конкретно, питања која се тичу интеракције новинара и њихових извора у политичким и државним институцијама су кључна за разумевање процеса производње у медијима. Контакти представљају критичан део производног процеса и важно подручје за

истраживање начина на који спољни актери постају део медијског производног процеса (Blumler & Gurevitch, 1982: 244).

## 2.2. Медији у служби политике

Како се данашњи информативни систем развија под притиском комерцијалне политике и политичког спиновања<sup>11</sup>, све је већи степен сличности између комуникације политичких странака и комуникације путем масовних медија. Тај паралелизам односи се на: организационе везе између медија и партија, оданост медија страначким циљевима, политичку оријентацију реципијената, корелацију између величина сегмената публице једног медија и сегментата бирачког тела одређене политичке партије. Оваква повезаност медија и политике довела је до формирања следећих врста политичког новинарства (Lou, 2013: 70-74):

- Новинарство поборништва или пристрасно новинарство у коме медији подржавају одређену политичку партију или идеологију;
- Журнализам четвртог сталежа у коме су новинари инсајдери у политичком процесу и опслужују елите које креирају политику обезбеђујући им информације, податке, мишљења уз уздржавање од сензационализма и „шкакљивих“ прича;
- „Жуто“ новинарство као комерцијално новинарство у којем новинари користе политички сензационализам који привлачи масу;
- Послушничко („lapdog“) новинарство у коме новинари сарађују са политичарима и избегавају непријатељски став према њима, али немају заштитнички приступ;
- Критички однос новинара према политичарима који произилази из уверења да новинари морају да буду опонентски настројени према политичарима како би били успешни „чувари капија“;
- Прљаво новинарство („junkjard“) или опонентско новинарство које иде уз сурово и агресивно задирање у људску интиму.

Однос медија и политике у свим овим облицима медијске праксе креће се од потпуне зависности медија од политичких субјеката (политичари као финансијери, извори информација, творци целокупних садржаја) до опонентског, контра новинарства, које треба да даје предност опозиционим ставовима у свим ситуацијама и догађајима. Сваки од наведених облика сведочи о симбиози медија и политичара, а чија се јачина мери у снази везе масовних медија и политичких субјеката као извора информација.

Данас су медији главни преносиоци важећих друштвених дефиниција, док су ствараоци тих дефиниција, најчешће, званични извори информација (стручњаци, политички субјекти...). Они генеришу, контролишу и формирају идеалне дефиниције догађаја, ситуација и тема. Највећим делом медији само репродукују и преводе интерпретативне оквири и дефиниције које ови извори стварају. У складу са тим, могу се разликовати три сценарија које се односе на везу медија и извора информација (Малинова, 2013: 18-84):

- Медији су у системској вези са институцијама (влада, политичке странке, економски стручњаци...) које дефинишу реалност. Оне су истовремено и извори информација које медији користе за креирање својих дефиниција, што их ставља у категорију официјелних извора. Када ове институције самостално формулишу дефиниције, њих медији, најчешће, у потпуности преузимају;
- Медији креирајући садржај кроз интерпретацију догађаја постављају питања, али и преузимају већ готове образце порука од припадника владајуће елите и фаворизују

---

<sup>11</sup> Појам политичког „спиновања“ има негативну конотацију и повезује се са појмовима манипулације и пропаганде. Спиновање као процес у политичком контексту значи пласирање садржаја кроз масовне медије и њихово јавно презентовање са циљем да изазову специфични ефекат, постигну одређени циљ или усмере јавност да мисли на одређени начин о неком догађају или личности. Успех „спиновања“ је велики, јер се лица заслужена за пласман ових садржаја дефинишу као поуздани медијске извори. Пред тога, новинар може и само наводити цитат и одређени аспект приче без јасног истицања извора информације, али који се пласира као значајан извор „из сенке“ (Esser, Reinmann & Fan, 2000: 213).

њихово мишљење. Легитимизацијом проблема ствара се финална верзија садржаја који ће се публиковати;

- Ослањајући се на професионалне стандарде, новинари имају своје мустре за формулисање интерпретативних оквира, а који су у координацији са вредностима и ставовима редакције у којој раде, али и медија у целини.

Описани односи показују да моћне институције, групе и појединци имају привилегован приступ медијима. То значи да они који поседују одређену врсту политичке или економске моћи постају редовни извори информација и утичу на изградњу слике о стварности која се презентује публици (Gurevitch, Bennett, Curran & Woollacott, 1982: 198-232). „Моћници“ нуде своје интерпретације догађаја, прилагођене потребама медија, а медији захваљујући тим причама добијају већи број гледалаца/ читалаца/ слушалаца.

Етаблирани актери попут влада, парламената или великих политичких странака, имају трајан приступ јавности, јер су они креатори институционалних догађаја, али истовремено, уколико је потребно, они могу и инсценирати догађаје о којима ће медији рутински извештавати. Политичко инсценирање догађаја се руководи вредностима вести (изненађење, персонализација, негативизација) (Galtung & Ruge, 1965 према Zerfass & von Oehesen, 2011: 21-23) и садржајним и формалним критеријумима селекције, а све ради привлачења пажње публике (Zerfass & von Oehesen, 2011: 21-23). Политички актери који немају директан приступ медијима и институционализованим политичким аренама за доношење одлука, сами стварају догађаје који својом информативном вредношћу привлаче велику пажњу медија и публике (Kresi, 2011: 247 према Zerfass & von Oehesen, 2011: 21-23).<sup>12</sup> Дакле, своју легитимност у јавности треба да потврде и припадници власти и опозиција, јер масовни медији откривају повезаност између идеолошке доминације владајућих сила и стварне дистрибуције моћи у друштву (Thompson, 1984: 11).

Политичке елите, захваљујући монотонији рада медија, креирају политику из сопствене перцепције, онако како њима одговара и без великог мешања маса, новинара и власника медија. Политичари граде представе о себи и уз помоћ митова и промоције која је усмерена на публику коју сачињавају појединци који су заинтересовани за политику, али и појединци који то нису или су пасивни у процесу политичког информисања. (Lou, 2013: 95).

Из свих ових разлога медији и новинари се све више посматрају као делови система промотивне политичке машинерије који само посредују у публикавању већ формираних порука и уверења масовној публици. То у најширем смислу значи: гашење истраживачког новинарског процеса, губитак новинарске аутономије, пристрасност и зависност садржаја од политичких извора, али и нестанак „тврдих“ вести са медијске сцене (информативних, истраживачких садржаја)<sup>13</sup> и све већи прилив сензационализма и забаве у информативну сферу праћену „меким“ вестима и политичком персонализацијом.

### **2.3. Новинарство и проблеми у пословању савремених медија**

Уз помоћ сазнања из интерпретативне социологије (Garfinkel, 1967) и антропологије (Bateson, 1955) вест се може дефинисати као оквир који омогућава тумачење стварности и успоставља ред у интерпретативним шемама у умовима појединаца (Molotch & Lester, 1975; Fishman, 1977; Glasgow University Media Group, 1976; Tuchman, 1978 итд.).

У чланку: „*Вести су оно што новинари направе*“ из 1964. године, Волтер Гибер (*Valter Gieber*) је рад у медијским организацијама назвао амбивалентним (Blumler & Gurevitch, 1982: 233-236), јер су вести организациона конструкција која је створена уз помоћ новинарске селекције. Свака медијска прича је тако скуп чињеница које су новинари процесуирали и структурисали. Вест у себи садржи суштинску рефлексивност вести, селективност која је резултат процеса продукције и деловање вести на живот читалаца,

<sup>12</sup> Стварни догађаји се одвијају независно од медија. Медијатизовани догађаји се дешавају независно од медија, али њихов карактер медији мењају, док су инсценирани догађаји произведени само за медије и без њих не би могли да постоје (Zerfass & von Oehesen, 2011: 21-23).

<sup>13</sup> „Тврде“ вести као вести информативног карактера, док „меке“ вести обухватају информације из света забаве.



гледалаца и слушалаца (Tuchman, 1978a: 56-62). Новинари се могу сматрати одговорним за тачност било ког медијског садржаја, иако свака прича има могућност да другачије делује на размишљања и активност публике.

До презентовања пристрасних медијских садржаја долази из различитих разлога. На првом месту су личне и професионалне вредности новинара, где се може уочити утицај политичког запошљавања медијских радника, али и њиховог обликовања радних навика и рутина од стране редакција и колега и пласирања једног прихватљивог облика истраживања и извештавања. То даље води бирократским или организационим рутинским праксама прикупљања вести које воде до стварања зависности између репортера и извора. Све чешће медији имају своје базе извора који се консултују на исте или сличне теме, без потребе да се трага за новим изворима информација или изворима алтернативних ставова (Исто).

Економска ограничења у производњи вести: трошкови, ефикасност, потенцијал оглашивача, демографија публике, условљавају начин извештавања. Чињеница да је време за прикупљање информација и стварање садржаја све краће, као и рокови објаве, новинари и уредници постају све мање избирљиви, што је додатно погоршано публиком која нема високе захтеве. На крају, информационе и комуникационе технологије одређују границе времена и простора и омогућавају дизајн формата вести који привлачи публику. Интеракције између свих ових фактора утичу на вести и сваки од њих треба дуго да делује да би дошао до фазе у којој обликује вести (Tuchman, 1978a: 56-62). Поред тога, посвећеност медијских професионалаца канонима објективности и непристрасности углавном служи да се новинари заштите од критика. То резултира делимичним укидањем њихове одговорности за садржај, али и пребацивањем одговорности на изворе информација (Исто). Оваква деловања показују да што је медији одвојенији од државних интереса то њиме више доминира комерцијални сектор и логика, што значи да се новинари крећу у оквиру комерцијалних граница. Са друге стране, што се новинари више ослањају на методе и технике утицаја на публику, то ће привлачење публике бити чешће извор професионалног утицаја. Што више стварни ток догађаја прожима медије, то ће се више ширити утицај медија када људи буду препознавали себе у ономе што читају или гледају (Kastels, 2014: 314-320). Такви сценарији привлаче јавно мњење и повећавају гледаност, приходе, утицај и професионални успех новинара. Када се то преведе у сферу политике, то значи да најуспешније извештавање јесте оно које највише увећава ефекте забаве и које је у складу са брендovима потрошачке културе прожимају друштво.

Без обзира на овакво стање на глобалном медијском тржишту, медији су значајан културни ресурс XX века, јер заузимају централно место у управљању утисцима (*impression management*) и дефинисању друштвених позиција и статуса. Кроз медијске дискурсе, медији позиционирају субјекте на политичкој сцени и око њих се води континуирана борба, јер обезбеђују легитимизацију положаја, али и оних који те положаје заузимају (Lou, 2013: 35). У складу са тим, посматрање медија као „четврте гране власти“ и новинара као „чувара демократије“ није у сразмери са савременим политичким процесом и утврђивањем разлика између медијски репрезентоване политике и стварног политичког деловања, масовношћу бирача, игром управљања политичким утисцима и везама које се стварају између политичара и новинара.

У истраживањима П. Лазарсфелда и Р. Мертона (*Lazarsfeld & Merton*) о улози масовног комуницирања у изборним кампањама у Сједињеним Америчким Државама (САД) формиран је приступ разумевању психолошких функција масовног комуницирања. Приступ се темељи на идеји управљања свешћу људи, укључујући и понашање бирача, уз помоћ масовних медија. Томе посебно доприносе социјалне функције масовних медија: 1) додељивање статуса, 2) појачавање друштвених норми и 3) наркотизујућа функција. У политичком животу Србије, домаћи истраживачи (Matić, 2007; Milivojević, 2015; Slavujević, 2017) наглашавају прву и последњу социјалну функцију медија, а које у Србији доминантно врши телевизија. Када је у питању додељивање статуса, давањем медијског публицитета одређеној теми придаје се значај одређеним институцијама или личностима и којима се, на

тај начин, обезбеђује уважавање, популарност и легитимизација. Тако је, на пример, стратегија медијског игнорисања опозиције током првих година вишестраначја код дела публике стварала утисак о њеној нелегитимности и безначајности (Matić, 2007; Slavujević, 2017: 17). Када је реч о наркотизујућој функцији, медији у Србији публику засипају селекционисаним садржајима, прикривају стварне размере проблема, стварају утисак лажне сигурности итд. (Slavujević, 2017: 19, 20). Резултати истраживања показују да су се медијске прилике у Србији промениле, али да владајуће гарнитуре и даље настављају да држе под контролом, како јавне сервисе, тако и приватне медије и врше континуирано „дисциплиновања медија“, док таблоиди постају значајни актери политичког живота и изборних кампања.

#### **2.4. Политичко ТВ новинарство**

Телевизијске вести су политички жанр који комуницира унутар одређеног историјског контекста и о њему (Jensen, 1990). Вести су вид извештаја о политичким догађајима и питањима, који има задатак да трајно и актуелно информише публику. Оне, тако, делују као услов репрезентативне демократије, документујући и легитимишући демократске политичке процесе. Са друге стране, вести могу бити и извор информација, чије је дејство веће од једноставног подстицања партиципативне демократије. У најширем смислу, информација постаје темељ политичке активности и интервенције, па чак и политичке револуције. Појам друштвене корисности надилази већину формулација о користи коју публика има од ТВ вести (Blumler & Katz, 1974; Rosengren et al., 1985).

Телевизијске вести генеришу информације о различитим проблемима, а друштвени актери у ТВ прилозима подељени су на негативце и хероје који или ометају друштво или се боре да задрже постојећи друштвени поредак. У истраживању телевизијских вести које је спровела Универзитетска медијска група из Глазгова (Glasgow University Media Group, 1976) дошло се до следећих закључака: 1) извештавање у различитим врстама медија је међусобно усклађено, 2) новинари се у свим ситуацијама ослањају на рутинске изворе, 3) оквир вести даје легитимитет бирократском и професионалном ауторитету. По интерпретацији Такманове (Tuchman, 1978a: 56-62) група из Глазгова је показала да се телевизијске вести не рефлектују на друштво тако што појачавају ставове о специфичним појавама, већ подстичу гледаоце да виде свакодневни свет кроз унапред створене оквире о самом свету. Елите на власти држе монопол над медијима и искоришћавају их. Телевизија чини политичке субјекте познатим и живи од њихових борби, победа и пораза, јер су причама увек потребни јунаци, негативци, жртве. Потенцијалне вође морају да покажу да су вредни пажње медија, тако што ће користити сваку могућу прилику да прикажу своје „врлине“ (Tuchman, 1978: 1-15).

У свакој земљи власт на различите начине надзире или ограничава телевизију, а најочигледнији облик контроле је издавање дозвола за емитовање. Самоцензура и политички притисци, високи производни стандарди и позивање на стручне и званичне изворе олакшавају сталан проток вести. Због зависности од легитимних извора, телевизијске вести репродукују одређена моћних структура, а да нису на њиховом платном списку. Уз то, новинари постепено усвајају гледишта и вредности тих извора (Mek Kvin, 2000: 140). Свако приказивање садржи само делић целокупне слике која је могла да се прикаже, па је то селективна апстракција. У сваком тренутку, свако представљање, има једну тачку гледишта. Зато се лако заборавља чињеница да је телевизијско представљање: селективно, ограничено, унивокално и да је резултат механичке обраде или посредовања (Исто: 180).

Посебан нагласак треба ставити на телевизију као јавни сервис чији је задатак да тачно, непристрасно и правовремено информише грађане о свим новим, важним или занимљивим догађајима, појавама, законима, владиним одлукама, програмима, идејама, мишљењима итд. Посредовањем разноврсних информација грађанима стварају се основе за обликовање критичке јавности као најважнијег услова сваке демократије. Стварајући претпоставке за суочавање различитих идеја за темељну и свеобухватну критику и јавну расправу, задатак

јавне телевизије је да гледаоцима омогући избор између различитих опција, што је основни предуслов сваког друштвеног развоја и напретка (Car, 2010: 198).

Телевизија је значајна полуга демократије и главни канал политичке демагогије. Када објашњава политичку, односно демократску функцију телевизије, Стантић (Stantić, 2003: 9) мисли на делове или аспекте програмског садржаја који појединцима могу помоћи при формирању политичке оријентације и одлучивања. Телевизија, том приликом, испуњава три функције. Информативна функција помаже гледаоцима да препознају своје интересе, да користе демократске уставне процедуре, да разумеју историјски, социјални и политички контекст питања и проблема о којима се расправља или одлучује. Путем телевизије публика добија све информације о поступцима и тежњама политичких актера са циљем да постану активни учесници у свим политичким догађајима, грађанским иницијативама или да постану чак и чланови политичких странака (Исто: 10). Друга функција телевизије је обезбеђење простора за јавну расправу у којем се дебатује о актуелним, важним и релевантним друштвеним питањима и проблемима. Остваривањем те функције, телевизија доприноси слободном формирању јавног мњења, али и одређивању приоритета у оквиру друштвених и политичких питања. Трећа функција је надзор. Темељна поставка теорије наметања дневног реда јесте да су медији важно одбрамбено средство демократије (Stantić, 2003: 9, 10).

Поред ове три функције, једна од важних функција, која се у последње време издваја у свим формама и садржајима јесте забавна функција телевизије. У форми „*infotainment*“ телевизијски прилози сада треба да забаве публику пре него што је информишу. На тај начин, све је лакше пажњу масе преусмерити са реалних друштвених и политичких проблема, на лаке друштвене теме које ће омогућити да политички субјекти формирају реалност која одговара њиховим стратешким циљевима. То значи, да је садржај вести прешао са нивоа извештавања о владиним активностима и проблемима политике, на меке вести које су мешавина новинарских формула, гласина и истина (Bennett, 2004: 300).

## **2.5. Специфичности телевизије које погодују изградњи „удвојене стварности“**

Телевизија је масовни медиј који располаже техничко-технолошком могућношћу да у својој пуноћи аудио-визуелног спектра, у реалном времену, посредује милионима гледалаца догађај који је у току (Radojković & Miletić, 2008: 147). Дејство телевизије темељи се на директном преносу догађаја који постаје аутентична телевизијска порука, телевизијски спектакл. Посредством тог спектакла, гледалац постаје учесник директно преношених догађаја из стварности, преображених у телевизијску симулацију стварности. Интервенцијом професионалних комуникатора, различити просторни и временски планови згушњавају се у јединствену слику, а структура поруке има своју сопствену поруку (Исто).

Телевизијски спектакл никада не напушта директно преношени догађај, али га нужно проширује новим значењима која су последица интерпретације предложене стварности (Исто). Дефинисана као удвојена стварност, телевизијска слика заправо представља нову стварност својствену само телевизији. Аудио-визуелна комуникација на ТВ-у одвија се на логичко-интелектуалном и емоционално-афективном плану, посредовањем семантичких, односно естетичких порука. Телевизија је најефикаснији канал за слање политичких порука бирачком телу још од легендарне дебате између Кенедија и Никсона, у предизборној кампањи 1960. године у САД (Schulz, 2011: 89 према Zerfass & von Oehesen, 2011: 21-23).

Информације које добијамо из слике, у форми телевизијских вести, су под утицајем пратећег текста. Слике потврђују текст тако што стварају привид као да нам дају исту поруку. Зато се сматра да значење слике произилази из контекста и интерпретације који иницирају говор, али њено присуство је видљив доказ који пружа догађају аутентичност (Drašković, 2012: 270 - 272).

Велика комуникациона моћ и друштвени значај телевизије не извире само из структуре телевизијског програма и његовог семантичког богатства, већ и из комуникационе ситуације коју сачињавају: центар, медији и маса деперсонализованих појединаца. Она је

својствена свим медијима масовног комуницирања, али су неравнотежа, нереципрочност и недемократичност посебности телевизије као медија. Управо због могућности различите интерпретације, манипулације телевизијском сликом су велике, што у комерцијалном моделу организовања комуникационих центара значи да телевизија постаје стожер индустрије свести (Drašković, 2012: 270 - 272). Телевизијске вести „извлаче“ само најупадљивије догађаје дана, имају високу вредност вести, које се манифестују кроз упечатљиве слике, деловање људи, лица која говоре, контроверзе и конфликти.

Телевизија пружа обавештења у најужем смислу, а гледаоци нису препуштени само спикеру/ки, јер могу и својим очима да се увере шта се збива. Таква уверења могу бити злоупотребљена, јер су могућности за монтажу ТВ слике и звука сличне онима које постоје на радију или филму, а можда су и веће ако се узму у обзир различите компјутерске интервенције и комбинације непосредних преноса са раније или истовремено снимљеном сликом или тоном. Зато се дејства телевизије деле у две основне скупине: непосредна, што значи свакодневну изложеност програму и посредна дејства, где се врши прилагођавање садржаја и привлачење публике (Isaković, 1991: 249).

Телевизија је учинила да неке информације над којима су раније монопол имале поједине групе, постану доступне свакоме. За разлику од штампе, која креира садржај за посебне социјалне групе рангиране по капацитету дешифровања специјализованих језичких кодова, ТВ користи једноставан и свакоме приступачан код тако да разбија баријере међу социјалним групама, јер су поруке доступне свим члановима публике независно од социјалног статуса (Milivojević, 2015: 56-57). Телевизија ствара јединствену публику стапањем различитих сегмената популације. Савремена комуникација тврди да ТВ програми категоришу недиференцирани свет изван ТВ екрана претварајући га у препознатљиве и разумљиве слике, репрезентујући га попут мапе. Телевизија категоризује, класификује и организује социјална искуства, презентујући их кроз специфичне кодове ТВ дискурса. Телевизијско репрезентовање је компликован процес и суштину ТВ медијације чини дефинисање, а не репродуковање стварности (Milivojević & Matic, 1993: 8).

Велике телевизијске станице су у непосредној конкуренцији, али оне једна од друге купују и продају садржаје и све зависе од извора вести, као што су новинске агенције, политичке партије, полиција. Сличност главних репортажа и извештаја о одређеном догађају превазилазе разлике између њих, што говори да ТВ вести имају поједностављени образац онога што уредници сматрају да је занимљиво. Вести на телевизији биће одређене тим обрасцем, који се може назвати још и традиционална пракса, док су избор и начин извештавања ствар појединачног новинара. То значи да млади новинари раде са искусним новинарима и уче како да препознају прихватљиве типове репортажа и како да на тај начин да обрађују и пакују одређени тип вести (Mek Kvin, 2000: 116).

## **2.6. Дефинисање предмета истраживања**

На основу развоја односа медија и политике може се закључити да медији имају значајну улогу у конструисању политичке и друштвене стварности. Медији се посматрају као творци медијски посредоване стварности (медијске стварности) у којој публика и живи. Ипак, истраживачи који се баве медијима нису фокусирани само на публику, већ анализирају и: медијски утицај на главне друштвене институције, као и деловање тих институција на рад медија, конструисање значења медијских порука и њихово деловање на мишљење и ставове публике, али и степен аутономије и непристрасност медијских радника итд. Хабермас (Habermas, 1976: 122-143 према Milivojević & Matic, 1993) указује да они који држе власт у својим рукама обично покушавају да процесе управљања прикажу компликованим и нејасним, а све да би обезбедили мирно и разумно владање публике. Публика, данас, није пасивна, али и не тежи претераној активности и задовољава се оним што им политички субјекти пружају.

У јавном простору и масовним медијима врши се репрезентација делатности политичких актера са циљем да се њихово виђење друштвене, политичке и економске

стварности представи публици (Vubanja, 2021: 36). Под појмом репрезентације подразумева се процес продукције значења који се одвија тако што се свет организује у смислене шеме и категорије које се после у виду система знакова деле са другим члановима друштва. Кроз репрезентацију се стварни свет уређује: одабиром, категоризацијом, обележавањем и комуницирањем различитих ствари, карактеристика и особина, а које се тако на специфичан начин одређују и дефинишу (Hall, 1997a: 220; Ninković Slavnić, 2011: 16). Медији у овом процесу играју кључну улогу, јер је производња значења њихов основни задатак, чиме постају окоснице репрезентације. Медијска објашњења појединих вредности и циљева, стварају смислени поредак, чиме се креирају знања о свету и друштву у целини (Ninković Slavnić, 2011: 17).

Политичке елите интенционално креирају садржаје за које рачунају да ће утицати на свест људи. Такво понашање политичких актера доводи се у везу са симболичком презентацијом политике и истраживањем простора у коме се производе и шире конкурентна тумачења друштвене реалности (Атлагић, 2019: 94). Основни циљ рада је да се истражи један сегмент медијског простора као места на коме се тумачи друштвена реалност (емисије на телевизијама са националном фреквенцијом) и укаже се на постојање садржаја који су креирани од стране полиичких субеката са намером да утичу на ставове и понашање публике, у складу са њиховим политичким циљевима.

У складу са тим, **предмет истраживања** ове докторске дисертације је: **симболичка политика која се реализује кроз стратешко уоквиравање („framing“) у домаћој медијској пракси.**

Медијска мобилизација пристанка и друштвени консензус није слагање око вредности, већ идеолошка хегемонија у којој медији играју кључну улогу, јер парцијалним представљањем реалности дају легитимитет доминантним друштвеним вредностима (Hall, 1981 према Milivojević, 2015: 71). То значи да медији стварају услове за формулацију поједностављених стилова и симбола способних да овладају маштом публике и подстичу колективну акцију. Циљ је обезбедити интеграцију појединаца на основу одређених образаца политичког понашања (Milivojević, 2015: 71). Медији постају главни чиниоци конструкције и деконструкције стварности, спољни генератори и агенси семантичке манипулације, засноване и на произвољном избору извора информација (Bodrijar, 1991: 36). Да би се промовисала одређена интерпретација догађаја, медијски радници одређеним аспектима и елементима стварности дају предност у односу на друге, истичу их и наглашавају, док друге прикривају или описују знатно мање опширно уз изостављање детаља (Entman, 2007: 58). Овакав поступак медијских радника назива се уоквиравање и у пракси подразумева формирање оквира који су у вези са друштвеним и политичким карактером догађаја о коме се извештава (D'Angelo & Kuypers, 2010).

Када се идеје и информације добро организују и истакну се аспекти који дају смисао самом догађају говоримо о медијским оквирима (Gamson & Modigliani, 1989: 26). Захваљујући њима, сложена питања, догађаји и односи у друштву се упрошћавају и представљају публици тако да она може да их разуме (Mitić, 2016: 131). Новинар у медијске оквира поставља одређене информације приликом извештавања, а које се односе на писани, говорни, графички или визуални модел поруке. Тако оквир постаје основно средство које новинар користи за контекстуализацију теме и усклађен је са предностима и ограничењима самог медијског канала (D'Angelo, 2017: 4). У овој докторској дисертацији посебан нагласак ставиће се на стратешко уоквиравање као вид медијског уоквиравања, а кроз које треба да се обезбеди легитимизација политичког поретка и прихвате политичке акције и одлуке.

Стратешко уоквиравање је вид новинарске праксе која је уско повезана са процесом убеђивања и има своје специфичности. Приликом стварања стратешких оквира наглашава се веза између процеса убеђивања и одлучивања од стране публике. Оквири лоцирају проблеме унутар самог друштва и усклађују перцепције о тим проблемима са веровањима и ставовима публике. На тај начин, обезбеђује се контекст за тумачење одређене ситуације и

указује на одговарајуће понашање. Ниво пажње и подршке који се даје одређеној норми или питању, зависи од оквира који одговара креаторима политике (Labonte, 2013: 61). Стратешки „*фрејминг*“ је тако у вези са ауторитетима или актерима (политичарима, социјалним групама) који промовишу одређене оквири ради стицања подршке за своје интересе, веровања, ставове. Стратешки оквир се јавља у облику медијског оквира који је формулисан у складу са очекивањима доминантних друштвених и политичких актера и у њима постоји јасна намера да се делује на ставове, веровања, мишљење публике (Mitić, 2016: 131-136).

У наставку овог рада, сви наведени појмови и процеси биће детаљно објашњени и елаборирани да би се јасно указало на њихова међусобна разграничења и специфичности.

## **2.7. Дефинисање проблема истраживања**

Симболичка политика и примена стратешког уоквиравања у домаћој медијској пракси може се истражити кроз анализу медијског извештавања у кризним ситуацијама. Извештавање о кризним ситуацијама је специфично, јер се смањује маневарски простор новинарима због неизвесности и несигурности који овакви догађаји са собом носе. Зато се они упућују на званичне, владине изворе и формулише се јединствена представа дате ситуације која треба да буде прихваћена од стране најразличитије публике.

Криза је својеврсни слом владајућих стратегија за управљање важним димензијама стварности, укључујући и доминантни дискурс о њој. Она нарушава привидну нормалност, јер се криза и перцепира као нарушавање прећутног пакта о нормалности. Нарушени сазнајни оквири отежавају адекватно разумевање и деловање, што актере омета да одговоре на кризу (Milivojević, 2015: 100).

Приликом медијског извештавања о кризи, медији су мање фокусирани на новинарске норме које су у вези са равномерним приказивањем политичких актера, а више на појединачне приче и људе на власти, а који су дефинисани као званични извори у кризи (Olsson & Nord, 2014). Зато политички актери, овакве ситуације преусмеравају у своју корист и истичу себе. Тако се отвара јавна расправа и утиче на развој дескриптивног новинарства, које доприноси портретисању политичких актера као кредибилних кризних менаџера, а не тактичких политичара.

Свака кризна ситуација дефинисана је медијском сликом која постоји о њој. Та слика се изграђује тако што новинари врше селекцију елемената самих (кризних) догађаја и неке од њих проглашавају за релевантне, одређују главне актере, обликују саму причу, а потом је презентују и постављају у однос са другим причама (Milivojević & Matic, 1993: 9, 10). Тако се изграђује једно виђење стварности, ствара један оквир и позиција, а из које се ситуација може тумачити. Стога је слика подложна политичким утицајима и деловањима, што је у складу са ризичношћу самог догађаја и генералном ситуацијом у друштву (Исто).

У кризним ситуацијама се подршка мобилише репресивним мерама, којима се неутралише прошли рад медија и значај симболичке моћи. Однос између пристанка и репресивних мера зависи од степена демократичности друштва (Milivojević, 2015: 99). У демократским друштвима са гарантованим медијским слободама, оквири никада нису потпуно стабилни, јер су доступне друге интерпретације свих догађаја. У недемократским системима, контрола се успоставља над произведеним инструментима, па ретко долази до супротстављања различитих оквира. Медијска традиција у овим системима почива на строгом надзору над производњом представа о стварности и пуна је инцидента, смена и забрана. Таква контрола доводи до стварања нових врста интерпретативних оквира и доводи до интеграције медија у систем власти (Исто).

Анализа медијског покривања кризних ситуација може помоћи у сагледавању начина на који се публици нуди разумевање кризне ситуације. Како криза ствара осећај неизвесности и страха, то људе чини подложним осећају панике и траже заштиту од државе и надлежних органа уз неопходност правовременог информисања путем доступних медија. У тим ситуацијама, симболичка политика је све наглашенија у јавном дискурсу, јер је актерима

омогућено да представе себе на начин на који желе и да се тако заштите. Уоквиравање, симболизам, персонализација делују на ставове и веровања у вези са проблемом (Nelson & Oxley, 1999), јер сигнализирају који су аспекти важни за разматрање, без обзира на почетни став јавног мњења.

У складу са тим, основно истраживачко питање је *са којим циљем и на који начин, новинари приликом извештавања о кризним ситуацијама користе стратешке оквире као вид производње симболичких форми у домаћој медијској пракси?*

Циљ истраживања је да се **утврде карактеристике стратешких оквира и њихови елементи, као и арсенал симболичких средстава кроз које се реализује симболичка политика.**

Медијска пракса и симболичка презентација политике у кризним ситуацијама обухвата унапред одређен број политичких актера који ће давати изјаве у вези са кризом и већ формулисану аргументацију која ће се користити. Та аргументација се заснива на позивању на више вредности и интерес јавности да буде упозната са дешавањима у друштву. Тако се омогућава самоподржавање ставова доминантних субјеката у кризи и обезбеђује подршка од стране других актера, што води ослобађању од пружања доказа о сопственој ефикасности за решавање кризе (Sarcinelli, 1987: 59). Пожељна слика о кризној ситуацији увек је компатибилна са начином рада медија и треба да покаже да су политички актери способни, веродостојни и одговорни (Малинова, 2013: 212).

У зависности од тога у којој мери симболичка презентација политике изобличава концепцију људи о кризи, може се говорити о различитим степенима манипулације (Schmidtchen, 1970: 28). Простор за маневрисање у оквиру таквих манипулација није неограничен, јер се кредибилитет лако губи ако публика може да провери аутентичност симболичке слике (Sarcinelli, 1989: 14). Ако су претње у кризи представљене претерано оштро и ако се непосредна опасност не препозна, публика ће се заштитити тако што ће занемарити ове претње и довести у питање њихову веродостојност (Klapper, 1960). Исте последице могу се приметити ако стварна реализација претњи касни предуго.

Када је реч о извештавању о кризним ситуацијама, новинари формулишу оквире и перспективе на основу којих се таква ситуација разуме. Они утврђују доминантне одлике кризе, покрећу питање одговорности за исту и указују на потенцијална решења кризе. Медији на овај начин постају још моћнији уређаји за стварање оквира, јер се људи ослањају на њих у вези са информацијама о кризној ситуацији (Deephouse, 2000; Barton, 2001).

Извештавање о кризним догађајима састоји се од оквира који се односе на аспекте као што су: економске последице, сукоби, људски интереси (Luther & Zhou, 2005: 864). Ипак, највећа пажња је усмерена на медијску расподелу кривице и одговорности, што је и основна разлика између оквира који се формирају у вези са неким другим догађајем, у односу на кризне догађаје (Garnett & Kouzmin, 2007; Perko, Turcanu & Carle, 2012). У случају кризе велику улогу у прихватању оквира игра кредибилитет, репутација, знање и поузданост извора од кога новинари добијају информације у вези са развојем кризе. Само веродостојни извори могу очекивати позитиван ефекат од уоквиравања (Druckman, 2001: 1050).

Кризе захтевају брзу и успешну промену оквира. Брзина те промене зависи од интерпретације догађаја, која није у складу са званичним, најчешће државним, виђењем те ситуације и која се може посматрати као доказ неефикасности владајућег поретка. Зато се такве интерпретације потискују како не би довеле до сумње у представљене приче (Halliday, Jansen, Schneider, 1992). У кризи, власт чешће непосредно интервенише у процес медијске производње што обухвата објаву већ унапред формулисаних садржаја, смену запослених, промену уређивачке политике и прилагођавање оквира. Што су кризе веће, деловања и притисци су уочљивији (Matić, 2007: 33).

Садржаји који ће се анализирати у оквиру ове докторске дисертације биће медијски прилози о различитим видовима кризних ситуација, који су стратешки уоквирени и у којима су доминантни извори информација, најчешће, политичких субјекти.

## 2.8. Очекивани резултати и научни и друштвени допринос istraživanja

Истицање симболичке политике и процеса уоквиравања у кризним ситуацијама није новост у научним круговима. Симболичком политиком су се бавили различити истраживачи кроз испитивање колективних акција (Brysk, 1995), анализу медијских наратива<sup>14</sup>, извештавање медија (Hopstad, 2011; Stanley & Jackson, 2006), али и кроз анализу односа симболичке политике и односа с јавношћу (Saxer, 1993). Са друге стране, стварање оквира је тема која је до сада истраживана и њом су се до сада бавили аутори попут: Марије Канел и Карен Сандерс (Canel & Sanders, 2010) које су истраживале уоквиравање у медијским саопштењима након терористичких напада, затим Сеонкојонг и Ченг (Seon-Kyoung & Cheng, 2010) који су се бавили уоквиравањем вести које се пласирају у време кризе или Кумса и Холидеја (Coombs & Holladay, 2010) који су се бавили уоквиравањем људских перцепција када су кризе изазване људском, односно техничком грешком.

Упркос истраживачким студијама за испитивање кризе, природа и начини медијског извештавања о кризним одговорима код нас се на овај начин нису проучавали, што научно оправдава спровођење овакве анализе. Научна оправданост тезе произилази из потребе: 1) да се укаже на карактеристике стратешких оквира у домаћој медијској пракси, 2) да се разјасни однос између појмова медијско уоквиравање („*фрејминг*“) и стратешко уоквиравање, а чиме се, даље, отвара и питање односа појмова стратешко комуницирање и политичка персуазија, 3) да се додатно истражи појам симболичке политике код нас.

Код свих врста криза, све стране имају потребу за информацијама да би разумеле шта се догађа и шта је потребно учинити да би се криза окончала уз најмању могућу штету. Зато поље медија и комуникација постаје још значајније у време кризних ситуација, јер медији доприносе пласирању слике о кризи, некада непристрасно и јасно, а некада кроз оквире доминантних комуникатора и актера из јавне сфере.

Ово истраживање је друштвено оправдано, јер би оваква анализа указала на природу везе између владе, медија и публице. Ауторка би покушала да својом анализом да одговоре на питање како новинари обликују („*фрејмују*“) теме и догађаје у кризним ситуацијама и указала би од којих елемената се ти оквири састоје. Таква врста сазнања може допринети бољем разумевању медијских садржаја, али и бити полазиште за покушај промене устаљених, политички обојених интерпретативних оквира и новинарских рутина које постају све доминантније у домаћој медијској пракси. Истраживање даље треба да покаже на који начин се врши симболичка презентација политике у Србији и какве су њене последице на домаћи друштвени и политички живот. Поред наведеног, значај предложеног истраживања није само у томе што ће се оно бавити темом од научног, академског и ужег стручног интереса, већ и у чињеници да резултати тог истраживања могу имати шири друштвени и практични значај. Он се огледа у неопходности да се додатно истражи област политичке персуазије која добија на значају у време нових комуникационих технологија.

## 2.9. Теоријски оквир истраживања

Утицај медија на људски живот много је већи у последњих неколико деценија. Масовни медији нису само вести и информације, нису само забава и моћно образовно средство, они су све заједно и представљају инструмент друштвене контроле посебних интересних група, појединаца, институција и земаља (Nišić & Plavšić, 2014).

Медији преносе слику коју су сами креирали, а која је само једна од могућих верзија стварности (Matić, 2007: 29). У тим сликама, медији представљају постојећи друштвени поредак као природан, неутралан и универзалан и рефлектују друштвене односе доминације (медији као идеолошка институција). Као моћан инструмент социјалне контроле, медији обезбеђују продукцију пристанка публице на постојеће услове у друштву (Hall, 1982: 77 према Matić, 2007: 30). Путем очигледне намере информисања друштва (пружање не само информација, већ и неких облика забаве) они конструишу стварност према својим намерама



или намерама (не)видљивих друштвених субјеката, манипулишући људским потребама (Hall, 1982: 77 према Matic, 2007: 30).

Границе између лажног и истинитог, стварног и имагинарног су избрисане, а због идентификације процеса стварања вести и процеса стварања друштвене стварности, медији се не могу сматрати неутралним посредником између догађаја и посматрача. Они активно доприносе изградњи стварности, чак и када доминантне друштвене институције кроз њих структурирају друштвене и политичке процесе. Медији имају манифестну улогу да представе стварност која је праћена скривеним плановима и интересима (Matic, 2007: 28-33).

Истраживање у овом раду почива на теорији социјалног конструкционизма, по којој медији нису само канали преноса информација који омогућавају контакт између публике и пошиљаоца поруке, већ су субјекти у формулисању стварности, јер конструишу одређени поглед на свет (Исто). Процес друштвене конструкције је важан за област комуницирања, јер се социјални свет ствара речима, поступцима и медијским производима. Социјални конструкционизам као интердисциплинарни теоријски правац везује се за истраживање стварности и по њему све што сматрамо реалношћу представља друштвену конструкцију (Ber, 2001: 37). Конструкција слике света, идеја, знања схвата се као резултат људских активности (Gergen & Gergen, 2006: 8). У том процесу, језик има посебну улогу, јер уз помоћ њега људи описују стварност око себе, што их чини реалним. Схватање реалности као социјалног конструкта и језика као кључног у процесу стварања тог конструкта, чине ову теорију значајном са аспекта теорија комуникације (Ber, 2001: 68).

### 2.9.1. Социјални конструкционизам – основи теоријске оријентације

Питер Бергер и Томас Лакман (*Peter Berger & Tomas Luckmann*) сматрају се зачетницима социјалног конструкционизма који указује на процесе<sup>15</sup> уз помоћ којих се свет социјално конструише друштвеном праксом људи, а да они истовремено природу тог света доживљавају као претходно дату и утврђену (Ber, 2001).<sup>16</sup>

У социјалном конструкционизму велика пажња посвећена је питањима језика и симболичке легитимизације у конструкцији реалности. Стварност се посматра као процес објективизације реалног света кроз језик у коме је и когнитивни апарат базиран на језику (Berger & Luckmann, 1992: 33). Разумевање језика битно је за разумевање стварности, јер се уз помоћ њега конструишу симболичке репрезентације стварности, која је другачије недоступна људском искуству (Исто: 59). Легитимизација је процес објашњавања и оправдавања поретка који се састоји од различитих врста интерпретација (Исто: 83). Најбољи пример је политички поредак који се легитимише упућивањем на „космички“ поредак моћи и правде, а политичке улоге као репрезентације тих „космичких начела“ (Исто: 126). У том смислу, симболички универзум успоставља хијерархију кроз коју се прихвата и социјални поредак.

Стварност је друштвено дефинисана и кроз симболички систем легитимисана. У складу са тим, моћ у друштву значи моћ конструкције стварности, док се идеологија односи на повезивање стварности и интереса појединаца (Исто: 147). Важећа дефиниција стварности је дефиниција са најснажнијим статусом и њен извор је најснажнији субјект (Исто: 138). У процесу социјалне конструкције стварности најважнија је улога медија који доприносе њеној креацији и легитимизацији, а који функционишу у складу са владајућим идеологијама и расподелом моћи у друштву (Branković, 2018: 133-155). Друштвена конструкција стварности подразумева четири фазе: изградњу, одржавање, поправак и промене. Изградња је друштвена активност која захтева заједнички рад, а не индивидуални напор. Свака култура или друштвена група развија сопствено разумевање света. Људи, делујући заједно, током времена, развијају традицију, а затим почињу да је узимају здраво за готово. Такође, социјални актери морају периодично да поправљају своје конструкције, јер се аспекти могу

<sup>15</sup> Екстернализација, објективизација и институционализација.

<sup>16</sup> Реч је о студији: „*The social construction of reality*“.

заборавити или намерно мењати током времена (Branković, 2018: 133-155). Људи конструишу стварност као реакцију на стварне догађаје, али их њихов ум не спознаје истог тренутка, већ их обрађује у складу са својим склоповима. Обрађивање информација је углавном несвесне природе, па стварност око нас није ни објективна, ни субјективна, већ материјална конструкција слика које представљају мешавину онога што се дешава у физичком свету са материјалним исписивањем унутар нашег ума. Све ово се одиграва преко низа веза које су временом успостављене и које нису фиксне и њима је могуће манипулисати (Исто).

### 2.9.2. Социјални конструкционизам из угла психологије

Мајкл Махони (*Michael Mahoney*) је у својим истраживањима говорио о проактивности у смислу конструктивне људске природе. Људи не опажају и не перципирају спољни свет путем чула, већ га формирају изнутра. Ствари и ентитети постоје, јер их људи описују и одређују (Mahoney, 1988: 1-35). Тако установљене карактеристике нису инхерентна својства света, већ фикције, односно конструкти људског ума. Поред тога, спољашње структуре које се манифестују у свакодневном животу и тренутном искуству неког субјекта извиру као предрасуде, чврста убеђења и уверења, а која утичу на понашања и мишљења тих субјеката. Оно што је важно јесте чињеница да људи нису свесни свих ових процеса, иако они руководе њиховим понашањем. Људи се континуирано развијају и надограђују, што значи да долази до побољшања и прилагођавања појединаца, али и до повремених несклада и неравнотежа. У неповољним околностима доћи ће до опирања променама, јер су људска уверења о схватању стварности, идентитета, моћи и вредности, отпорна на промену (Maturana & Varela, 1980).

Човек је тако проактивно биће које сазнајући свет гради себе. Сходно томе, развој појединца се посматра као процес у коме је немогуће одредити границе између сазнаваоца, сазнатог и процеса сазнавања. То значи да психолошке категорије нису одраз постојећег стања, већ конструктивни погледи на свет чији је део и сам човек. Категорије помоћу којих се свет сазнаје су детерминанте људске делатности и водичи за акцију који са собом носе потенцијал за одређену друштвену праксу (Stojanov, 2005: 29-37).

На основу оваквих залагања у оквиру социјалног конструкционизма, човек се налази у средишту савременог поретка, у оквиру економске, политичке и друштвене сфере. Сваки појединац самостално одлучује на који начин ће се дефинисати, најчешће уз помоћ идентитета који су нам доступни у оквиру владајућих дискурса (Ber, 2001: 109-116). Једном када заузме позицију у дискурсу, неизбежно почиње да разуме свет из положаја који нуди та перспектива. На располагању му стоји одређен скуп појмова, ликова, метафора, алтернатива, које човек преузима као своје. То повлачи са собом емоционалну повезаност са категоријом особа у које је смештен и које доживљава као нешто чему припада (Исто: 190). Чињеница да су неке од тих позиција пролазне или променљиве, значи и да сам идентитет никада није утврђен, већ је стално отворен за промене.

У новије време, рад конструкционистичких филозофа (Goodman, 1984; Margenau, 1987; Searle, 1995) показује да пресудну улогу у процесу сазнања играју референтни оквири. Начин на који се свет посматра, разуме и начин на који се описује реалност, у највећој мери зависе од ових оквира. Без оквира нема размишљања, опажања, ни утврђивања чињеница. Њихова промена мења опис стварности. Референтни оквир, у складу са својим шемама, уређује човеково искуство вршећи сегментацију и класификовање „сировог материјала“ и повезује елементе у опажање и друге когнитивне структуре. Оквири претходе искуству, јер су арбитрарни и појединци нису свесни њихове активности (Stojanov, 2005: 11).

Структура референтних оквира екстремно је сложена и састоји се од више различитих нивоа. Неки од ових нивоа инкорпорирани су у људску физиологију, а неки су део основних психолошких очекивања људи, њиховог језика, постојећег знања, итд. Оно што здрав разум види као аспекте стварности у ствари је исход интеракције два система: организма и средине. Перцепција стварности увек је обликована референтним оквирима који су

заменљиви и сваки оквир представља само један од могућих алтернативних видова организације искуства (Stojanov, 2005: 11).

Оквире најчешће креирају медији кроз дискурс у којима људи могу разумети сопствено и туђе искуство и понашање. Поред тога, оквири су повезани са друштвеним структурама и праксом и прикривају односе моћи који делују у друштву. Моћ која се спроводи кроз дискурсе успешна је захваљујући томе што је њено деловање могло да се прикрије деловањем различитих јавно супротстављених дискурса који служе да се пажња скрене и да се одржи „*status quo*“. Супротстављање таквим дискурсима, преноси се и на поље друштвене праксе, аранжмана, структура и односа моћи са којима су ти дискурси повезани, што може да изазове одређену врсту већ споменутог отпора (Ber, 2001: 109-116).

Када људи треба додатно да повежу одређене догађаје из стварности, они то раде тако што им намећу наративну структуру (Sarbin, 1986). Људи увек теже да испричају причу која их на изванредан начин међусобно повезује и која им омогућава да предвиде на који начин ће се ствари одвијати. Наратив је организујући приступ, присутан у свим аспектима човековог живота. Људи намећу структуру свом искуству, описима којима представљају себе, али дају и структуру стварима које треба да опажају и представе себи. Та структура је наративна, а искуства се везују у причу. Наративна структура је битна за људе, јер им она даје временску и просторну димензију (почетак, трајање и крај) (Ber, 2001: 178).

Људи разумеју свет кроз „наративни режим“ мишљења који се бави људским жељама, потребама и циљевима (Bruner, 1990: 8). Могућност да се нарација користи у процесу убеђивања је у вези са њеном природом. Природа нарације умерена је на продукцију и тумачење метафора које доминирају у конструкцији и тумачењу пристрасних наративних симболичких структура. Међутим, нарација се за разлику од дискурса, односи на конкретан део реалности који је дефинисан потребама, мотивима и жељама појединаца (Branković, 2018). Наратив подразумева постојање особа, догађаја и заплета и има свој почетак и крај (Denzin, 1989: 37) и тако се посматра у оквиру овога рада. Значење се не успоставља само на релацији симболичко–стварно, већ је резултат повезаних искустава из прошлости и историјски и културолошки је уклопљен у менталне моделе појединца (Bruner, 1990: 6).

### 2.9.3. Медијска конструкција стварности

Конструкција стварности, односно конструкција значења не одвија се у празном простору, нити зависи од слободне воље, већ је детерминисана историјским, социјалним и културним развојем једне заједнице. Она је социјална пракса која одражава доминантне друштвене, политичке и културне норме и вредности (Milivojević, 2009).

Користећи своју моћ да дефинишу социјалне ситуације и актере, масовни медији утврђују кључне друштвене проблеме и легитимизују њихова решења. Начином на који конструишу социјалну реалност, медији репродукују социјалне структуре, односе и реafirмишу њихов легитимитет (Tuchman, 1978a: 58). Медији су главни агенс друштвене контроле и средство производње пристанка и консензуса. Користећи новинарске форме као формуле уз помоћ којих се ситуације дефинишу и интерпретирају, новинари свакодневно уоквирују догађаје и проблеме унутар колективних културних конвенција и садржаја друштвене свести. Они дају кохерентност преовлађујућем скупу мишљења и уверења (Milivojević, 2009; Matić, 2007: 28-33).

Зато, публика која дуго користи медије, посредоване слике доживљава као стварност саму. Ако се реалност посматра као нешто што није објективно и природно дато, већ је последица специфичног начина конструкције и креације стварности од стране медија, то значи да медији поседују већу количину моћи од очекиване (Milivojević, 2009). У складу са тим, медији нису само преносиоци стварности која изван њих и мимо њих постоји, већ су њени посредници и креатори. Медијски прикази актуелних догађаја не репродукују стварност, већ су симболичка замена за њу. Они нису једноставна рефлексија нечега, већ су производ професионалне новинарске интервенције у стварност - људски конструкт (Matić, 2007: 28-33).

Конструктивна улога медија састоји се од обликовања догађаја и креирања порука. Дефинисањем се догађај симболички фиксира, што значи да се семантички прецизирају и затварају значења која су флуидна и вишесмислена. Фиксирана значења редукују неизвесност и смањују несигурност коју актери осећају у вези са будућим догађајима. Из фиксираних значења произилазе упутства за пожељна понашања. Медији не утичу директно на понашање публике, већ су значења која медији стварају оријентир за понашање појединаца када и ако се она прихвате (Milivojević, 2015: 56).

Реалност се конструише у процесу репрезентовања који обухвата селекцију догађаја, њихово структурирање у приче и обликовање у поруке које имају смисла. Новинарска селекција друштвених појава, њихово проглашавање за релевантне догађаје, одређивање главних актера, обликовање кохерентних прича, њихова презентација, постављање у однос са другим причама, носе укодирана пожељна читања друштвене збиље, афирмацију неких друштвених вредности у односу на друге, одређени начин интерпретације света – један од могућих (Milivojević & Matic, 1993: 10-12). Конструктивистички приступ, дакле, репрезентацију схвата не као рефлектовање материјалног света, већ као продукцију значења кроз релационе односе репрезентационих система којима се конструише и репродукује нови симболички свет. На тај начин, успоставља се реалност која је по Холу (Hall, 1997: 77, 78 према Milivojević & Matic, 1993: 10-12) производ уоквиравања материјалног света концептуалним оквирима и језиком као репрезентационим системом. Сазнајна зона на коју медији утичу је увек простор здраворазумских знања о свакодневном животу и истина коју деле чланови заједнице. Помоћу ње догађаји се смештају и уклапају у постојећу шему ствари и претварају се у блиске чињенице (Milivojević & Matic, 1993:10-12). Кроз конструкцију прича (Tuchman, 1978: 1-15), посебних оквира (Gitlin, 1980) или културних кодова (Glasgow University Media Group, 1976), медији репродукују постојеће социјалне структуре, односе и феномене. По Такамновој (Tuchman, 1978: 1-15) новинари граде оквира, прозоре у свет, ређајући чињенице и успостављајући између њих различите односе, што омогућава стварање значења и тумачење догађаја, ситуација и стварности која нас окружује. Медији за публику конструишу прецизну перспективу и однос према стварности, укључујући и сферу политике и то тако што преводе спољашњи свет у свакодневне термине који су разумљиви просечном гледаоцу (Исто).

Потребу да се мисаоне структуре проуче, не само као форме уз помоћ којих се посредује објективна стварност, већ и као елементи који чине политичку стварност доказао је Еделман (Edelman, 1964: 2) посматрајући политику као симболички чин. По њему, од свих живих бића, само човек реконструише своју прошлост, опажа услове садашњости и предвиђа будућност засновану на симболима који помажу да се апстрахују, рефлектују, споје, изобличе, па и прекину везе и да се створи оно што човекова чула опажају и што му привлачи пажњу (Brysk, 1995: 570). Способност симболичког функционисања са оваквим подацима чини комплексним и резонување и планирање, али за резултат има ефективне акције. То узрокује сталну тенденцију ка илузијама, грешкама у разумевању, митовима, али и доводи до неуспешних акција. Саму политику треба проучавати као „симболичку форму“ (Edelman, 1964: 2), јер су симболи основа механизма који одређују перцепцију друштвене стварности, а самим тим и понашање људи. Даље разматрање улоге конструкционистичког приступа биће образлагано у поглављима која следе.

## **II ДЕО - ДЕФИНИСАЊЕ ОСНОВНИХ ПОЈМОВА У РАДУ**

Да би се поставио хипотетички и методолошки оквир истраживања, неопходно је пре тога дефинисати и образложити све основне појмове у раду, а на које је већ скренута пажња током дефинисања предмета и проблема истраживања.

### **3. СИМБОЛИЧКА ПОЛИТИКА**

Симболи и симболички системи су генерализовани, друштвено релевантни системи који дефинишу како светске појаве треба схватити, проценити и третирати. Они су начини

организовања спознајних значења, а као семантичке структуре помажу да се поруке протумаче тако што их сведе на значења која су унапред позната (Edelman, 1971: 34). Друштво се ослања на симболе као средства за генерисање себе. Због њиховог капацитета за вођење и контролу, политичари и стручњаци их користе као средства за реализацију циљева (Saxer, 1993).

У медијској стварности, системи симбола постају доступни широкој публици кроз текстове и слике у медијима, градећи политичку представу кроз коју људи сагледавају политички свет, догађаје и личности. Како се системи симбола обрађују кроз новинарске рутине лако их је и упоредити, што омогућава публици да неке прихвати, усвоји, поново користи итд. (Малинова, 2013: 207). У друштвеним наукама постоји читав низ термина који се могу сматрати средствима за описивање и анализирање симболичке презентације политике. Такви су раније поменути појмови: дискурса, идеја, представа, слика, митова, оквира, наратива, симбола у ужем смислу итд.

### **3.1. Шта је симболичка политика?**

Симболичка политика се одвија у јавној сфери, у виртуелном простору, где се формира јавно мњење и где се конструишу и редефинишу колективни идентитети, али и где постоји конкуренција између различитих начина интерпретације друштвене стварности (Малинова, 2013: 210). Она повезује апстрактне политичке догађаје, који су понекад предмет отуђења, са узроцима који су публици разумљиви и ствара простор за представљање одређене слике света, која је компатибилна са начином рада медија и ставовима доминантних политичких субјекта. Као активност, симболичка политика нуди различита тумачења политичке стварности, која се онда у медијској арили боре за доминацију. Оно тумачење које превлада постаје оно које се публици континуирано посредује и уз помоћ којег публика разуме остале догађаје и проблеме о којима медији извештавају (Berger & Lukman, 1992: 140). Елите градећи значења, делују у оквиру различитих система значења учествујући у њиховој производњи и репродукцији. Остали актери треба да прихвате препоруке и перцепције које произилазе из реализације симболичке политике и треба и сами да раде на њеном ширењу уз помоћ симболичких сигнала Владе и других доминантних политичких субјеката (Edelman, 1971:10).

Најшире дефинисано, симболичка презентација политике обухвата свесно и намерно коришћење симболичких ресурса како би се добила подршка и легитимитет од стране публике и конструисао концептуални оквир кроз који људи примају информације, а потом их претварају у свој поглед на свет. Симболичка политика обухвата процесе трансформације, током којих се комуникација створена од политике и политичких односа с јавношћу трансформише у медијску стварност. Она је својеврсни сурогат „праве” политике, и посебна врста политичке комуникације која није усмерена на рационално разумевање, већ на уношење стабилних значења кроз инсценирање визуелних ефеката (Поцелуев, 1999 према Атлагић, 2019:94, 95).

Под симболичком политиком ћу подразумевати активност политичких актера у циљу производње и промовисања/наметања одређених начина тумачења друштвене стварности као доминантне. Овако гледано, симболичка политика није супротна, већ је специфичан аспект „реалне” политике (Малинова, 2010: 92).

Број актера који се појављује у медијима и распон њихових аргумената, ограничен је симболичком презентацијом политике. Доминантни политички субјекти се у својим јавним наступима залажу за своје у напред формиране циљеве користећи се арсеналом тврдњи, ставова и мишљења, а чиме истовремено обезбеђују систем аргумената и ставова за друге политичке актере који их подржавају или су чланови исте политичке странке, сличне су политичке оријентације или су само подржаваоци политичке опције коју дати субјекат заступа. На тај начин, доминантни политички субјекти се и ослобађају од дужности пружања доказа о сопственој ефикасности, јер њихови аргументи и ставови постају и туђи ставови и мишљења (Sarcinelli, 1987: 59). У оквиру симболичке политике користе се бројне

стратегије које су усмерене на деградирање политичких противника и које представљају метод за смиривање страсти када дође до неадекватног извршавања грађанских дужности. Заправо, ширење симболичке политике изван владиних активности на административну област представља последицу захтева за већим легитимитетом (Исто). То значи да нису политички актери једини који стварају симболичке компоненте политике, као што ни ефекти симболичке моћи нису увек постигнути директном пропагандом. Најдубља политичка уверења нису формирана отвореним позивима да се прихвате, већ настају кроз различите облике политичке акције и важна објашњења која се не испитују у јавној расправи (Edelman, 1971: 45).

Држава заузима посебан положај у области симболичке презентације политике, јер има способност да наметне методе тумачења друштвене стварности користећи се расподелом моћи, правном категоризацијом, давањем посебног статуса симболима, могућношћу да говори у име макро-политичке заједнице на међународној сцени итд. Међутим, упркос овим ексклузивним ресурсима и могућностима, доминација државно-подржаних интерпретација друштвене стварности уопште није предодређена. Иако је систем нормативне вредности наметнут силом, појединци имају могућност прилагођавања и другачијег размишљања. Поред представника будуће елите, симболичка политика се односи и на активности актера који користе симболе за промене одоздо (Brysk, 1995: 561), јер је оспоравање постојећег друштвеног поретка важан део симболичке политике као и легитимизација истог.

### **3.2. Приступ истраживању симболичке политике**

Аутори који су били пионири у проучавању симболичке политике превазилазили су бинарне поделе у друштвеним наукама, тако што су сагледавали однос између јавности, свесности и понашања, а без успостављања јасних граница између субјекта и објекта, индивидуалног и колективног, материјалног и идеалног. Такав приступ је значао да су се истраживачи ослањали, како на „објективне“ методе засноване на стандардизованом посматрању, тако и на „субјективне“ методе које су почивале на интерпретацији и једнако су третирали добијене резултате (Малинова, 2013: 31).

Прва литература о симболичкој политици се односила на одржавање друштвеног уређења и државног легитимитета кроз пројекцију симбола одозго на доле. Тада се симболичка политика посматрала кроз призму колективне акције, а истраживачи су се фокусирали на симболе као на изворе акције, а не на ефекте симболичког деловања на свест и понашање посматрача (Brysk, 1995: 561). Док се заснивала на оваквом приступу, симболичка политика је нудила мало смерница о изворима, наративима или о томе како их читати и тумачити. Иако је овај први приступ симболичкој политици побољшао процес разумевања интереса актера и убрзао процес тумачења медијски посредованих значења, он се није бавио остваривањем других врста интереса кроз колективно деловање (Исто).

Даља истраживања симболичке политике су обухватила појам идентитета, а који је био у вези са колективном акцијом и који се посматрао као покретач појединаца и био кључни елемент у индивидуалним потрагама за посредованим значењима. Уз постмодерне претпоставке о комуникативној конструкцији идентитета, симболичка политика се јавља као облик потраге за идентитетом, кроз коју публика спознаје нове улоге и вредности. То значи да се врше промене улога и вредности идентификацијом са „главним јунаком“ – доминантним политичким субјектом, користе се животне приче за повезивање са публиком или се порукама истичу елементи постојећег идентитета. Промена улога, вредности и колективног идентитета обично доводе директно до мобилизације (Исто).

Овакав приступ разматрање симболичке политике уводи у следећу фазу и повезује је са литературом која се односи на употребу оквира. Шеме или оквири кроз које се симболичка политика манифестује, организују начин на који људи обрађују информације. Оквири имају когнитивне и мотивационе карактеристике и представљају свакодневно и специфично знање. Шеме делују тако што одређују које информације из којих извора ће се прослеђивати публици и на који начин ће она вредновати те информације. Како се стварају у

појединачним и колективним процесима учења, степен активације оквира је ограничен. У сложеним областима попут политике, у јавности ће се активирати различите шеме, јер догађаји постају сложенији, апстрактнији и тешко разумљиви. Традиционална друштвена позадина и политичка оданост се руше, а вредносни стандарди постају индивидуалнији. Зато релевантна публика тешко даје одобрење формираним политикама, што значи и теже легитимисање политичких поступака (Малинова, 2013: 215-220).

Симболичка политика олакшава препознавање друштвених околности као јавних и политичких проблема. То значи да она мења дневни ред који се односи на презентацију значајних питања јавном мњењу. Ово је важно, јер је невидљивост или маргинализација одређених питања и актера прва баријера за промену. Успешна промена дневног реда у вези је са оквирима и указује на проблеме као референтне вредности у тумачењу политичког дискурса, а који служе за мобилизацију појединаца. Утицај симболичке политике може се пратити кроз трансформацију колективног идентитета, колективну мобилизацију, нове јавне програме, промене у јавној политици, успостављање нових институција и изазове у односима са ауторитетом (Малинова, 2013: 227-231).

### **3.3. Симболичка политика и идеологија**

Идеологија се под окриљем симболичке политике може посматрати као скуп симболичких оквира које актери користе како би представили сопствене акције. Симболичка обрада рационализује друштвене односе у складу са интересима доминантних политичких актера на власти, покушавајући да легитимише и ојача те интересе и да дефинише поље колективног деловања. Све активности се повезују са политичким и идеолошким гледиштем политичких актера, а друштвени односи се састоје од мрежа тензија и опозиција које су у складу са њиховим положајем (van Dijk, 1998). У овом раду идеологија<sup>17</sup> ће се посматрати као покретач и део симболичке политике, а која доводи до формулације поједностављених стилова и симбола способних да овладају маштом и подстичу колективну акцију, а чији је циљ да обезбеди интеграцију појединаца на основу одређених образаца политичког понашања (Малинова, 2013: 36-57).

Идеје и системи идеја, тј. идеологије су значајни део симболичке политике. Они сачињавају базу ове врсте политике, коју политички актери даље развијају и обликују у складу са сопственим преференцијама, веровањима, циљевима итд. Без идеја и идеологија не може се говорити о политици било које врсте, нити њеној реализацији кроз различите врсте елемената. Главни систем унутар кога се, данас, анализира идеологија је медијализована област политике и културе, јер проучавање идеологије мора бити повезано са проучавањем начина стварања, одобравања и дистрибуције моћи у друштву. То не значи да су медији једино станиште идеологије, али је развој медија значајно проширио опсег деловања идеологије у модерним друштвима. Стога, медији нису само канали кроз које се дистрибуирају симболички облици, они омогућавају нове облике друштвене интеракције и служе за реструктурирање друштвених односа чији су и део (Thompson, 1990: 225). Зато се фокус истраживача идеологије помера са анализе филозофских текстова и политичких програма на проучавање широког спектра дискурса, са нагласком на масовну комуникацију.

#### *3.3.1. Улога идеја у реализацији симболичке политике*

Појам идеје је у вези са кохерентним облицима изражавања свести који се јављају у облику концепата, принципа, теорија итд. Идеје играју значајну улогу у јавној политици и представљају погодан објекат за анализу, јер се могу препознати и фиксирати у текстовима, а који се могу проучавати широким спектром метода. Идеје делују као „путне мапе“, јер

---

<sup>17</sup> Појам идеологије се садржајно налази између појма друштвене свести, друштвених односа и колективних акција и веза која се формирају између ова три појма. Појам идеологије је случај „концептуалне напетости“, јер је реч о концепту највишег нивоа апстракције са тежњом да обухвати све разноликости датог феномена добијајући сувише широк садржај (Brysk, 1995).

актери уз помоћ њих бирају стратегије које им помажу да реше проблеме и остваре своје интересе (Goldstein & Koehane, 1993: 8). Оне делимично елиминирају неизвесност, јер обезбеђују обрасце који воде постизању зацртаних циљева и омогућавају актерима да предвиде последице својих активности. Идеје утичу на комуникацију актера промовишући или негирајући одређена деловања и ситуације и утичу на процес одлучивања јачајући институције чији су део. Идеје посредују у преговорима за постизање циљева, иако је на крају сваки политички исход одређен материјалним интересима актера (Исто).

Најјачи аргумент присталица тезе о важности идеја као узрочног фактора у реализацији симболичке политике је да у тренуцима несигурности јавно артикулисане идеје одражавају стварност и помажу актерима да планирају и имплементирају промене, стварајући нове путање. С друге стране, постоји доста радова који истражују настанак идеја током мирних периода, када „заједничке“ идеје одређују логику понашања актера. У овом случају, предмет истраживања су широко распрострањене идеје које делују као когнитивни филтери који посредују у перцепцији медијских порука. У том случају, нагласак је на одсуству алтернативних порука које би се супротставиле доминантној идеологији и на карактеристикама политички обојених, медијских пракси (Hudson & Martin, 2010).

Најзанимљивији део истраживања у овој области се бави идентификацијом и карактером односа између идеја, актера и институција. Проучавање ових веза води проналажењу решења за актуелне проблеме. У том случају, снага или слабост идеја не зависи само од њених интелектуалних капацитета, већ и од способности да се прилагоди контексту и модерним технологијама политичке комуникације. Међутим, нису само идеје важне, њихово деловање одређено је природом политичког режима, специфичностима институција и процедурама одлучивања (Brysk, 1995: 581).

Између прве и друге групе студија постоји јаз. Ипак, закључак је да се утицај идеја на политичке феномене и процесе може одвијати у различитим облицима у зависности од контекста. У условима институционалне неизвесности, идеје су катализатори промена. Када се криза реши, идеје које су допринеле формирању новог институционалног поретка прихваћене су и усвојене од стране актера и почињу да играју улогу когнитивних филтера (Исто). Идеје тако делују као агенти иновације или теже одржавању континуитета.

### 3.3.2. *Идеологија као фактор у изградњи симболичке политике*

Идеологија као систем идеја припада симболичком пољу мишљења и веровања. Идеологије се могу користити за легитимисање или противљење одређеним начинима организовања моћи и могу укључити друштвене колективитете као што су класе, групе, институције, организације итд. (Малинова, 2013: 38). Према Томсону (Thompson, 1990: 265) идеологију треба схватити као средство кроз које значења, у симболичким облицима, служе за успостављање и јачање односа доминације. Проучавање идеологије захтева: 1) истраживање о томе како различите симболичке форме, од свакодневних разговора до сложених слика и текстова, конструишу и преносе значење; 2) проучавање друштвеног контекста у којем се ови симболички облици примењују и користе; 3) идентификовање механизма којима значења мобилисана симболичким облицима служе за успостављање и јачање односа доминације. Исти симболички облици могу бити идеолошки у једном контексту, а неидеолошки у другом (Исто).

Идеологије делују на нивоу друштвене структуре, али и на локалном нивоу у оквиру друштвених пракси у свакодневном животу. У оба случаја оне исказују материјалне и симболичке интересе одређених група. Међу тим интересима, моћ над другим групама (или отпор доминацији елита) може имати централну улогу и функционисати као главни услов и сврха развоја идеологија. Уже дефинисан појам идеологије се може посматрати као основа заједничких друштвених репрезентација. То значи да су идеологије део групног идентитета, односно темељне пропозиције које се односе на критеријуме за чланство, активности, циљеве, норме и вредности одређене групе (van Dijk, 1998:135-145). На тај начин, идеологија утиче на расподелу друштвених ресурса, утврђује положај групације у друштву



и декларише односе те групе са другим групама. Многи савремени приступи идеологији наглашавају да идеологије нису само системи веровања, већ да садрже и елементе као што су симболи, оквири и дискурси. Они су често део идеолошких система и пракси у ширем смислу. Међутим, теоретски је корисније разликовати идеологије као друштвена веровања одређеног типа, с једне стране, и њихово изражавање или уношење у симболе, ритуале, дискурс или друге друштвене и културне праксе, са друге стране (van Dijk, 1998:135-145).

#### **3.4. Симболичка политика и идентитет**

Идентитет представља конструкцију која се може мењати, усавршавати, дотеривати и изучавати са различитих аспеката (Kelner, 2004). Схваћен као производ друштвене или политичке акције, идентитет се користи да би се истакао развој колективног саморазумевања, солидарности или групности. Он се користи за (Brubaker & Cooper, 2000: 20-30): 1) истицање неинструменталних начина деловања, 2) појединачно и колективно саморазумевање, 3) истицање истости или сличности код особа које се постиже временом, 4) опис аспеката сопства, 5) разумевање појединачних карактеристика које су под утицајем дискурса и контекста. Ови аспекти указују на вишезначност овог појма, али и његов значај.

Идентитет је важан део симболичке политике. Друштвени идентитет је интерсубјективна, а лични идентитет субјективна конструкција, иако су оба конструкта резултат друштвене интеракције, преговарања и приписивања идентитета другим људима (групама). Друштвени идентитет се не своди само на репрезентације које су усвојили и које деле чланови једног друштва, већ укључује и сложен низ рутинских пракси, колективну акцију, предмете, истакнуте историјске догађаје и друге симболе (van Dijk, 1998:118-126).

Симболи када се повезују са појмом идентитета посматрају се као сигнали који изазивају „патриотски понос, сећања на некадашњу славу или понижења, обећања о светлој будућности“ и сличне појмове вођене емоцијама. Симболи призивају визије о томе какво понашање се сматра исправним и добрим у очима друштва. Они представљају широка очекивања о одговарајућем статусу унутар једне групе или ван ње (Edelman, 1971:48).

Теслер и Сирс (Tesler & Sears, 2010) су претпоставили да људи имају тенденцију да се односе према политици кроз једноставне, афективно набијене друштвене симболе који се активирају одговарајућом поруком. Различите групе могу бити повезане са истим друштвеним активностима, објектима, симболима, али им и приписују другачија значења и тако конструишу различиту врсту друштвеног идентитета. Овакав приступ анализи друштвеног идентитета омогућава стварање везе са дискурсом приликом саме конструкције овог идентитета (Исто). Као мотивациони аспект, идентитет је значајан за идентификацију и декларисање чланова публике и често је покретач њене активности. Појединци спознају сопствени идентитет, приступају одбрани истог или упознају аспекте једног новог, измењеног и унапређеног идентитета. У складу са тим, идентитет је окосница око које политички актери граде своје разлоге за одржавање статуса „*quo*“ или је тежиште промене, јер да би се извршила већа политичка и друштвена промена, неопходно је да дође и до промене или ревидирања неких аспеката групног идентитета (van Dijk, 1998:118-126).

Изградња идентитета је важна компонента политике модерних држава. Потврда демократске моћи одвија се истовремено са промоцијом идеје о томе ко су припадници одређене државе и како се они идентификују (Calhoun, 2007: 103-115). Све модерне државе, воде „политику идентитета“ која има за циљ да интегрише заједнице које стоје иза њих. Оне то чине подстичући солидарност и формирајући идеје о томе ко смо „ми“, а које су засноване на одређеним тумачењима историје и културе (Kymlicka, 2001: 19).

Слика о „нама“ се формира у јавном дискурсу кроз однос са „значајним другима“ и кроз конструкцију „наше“ прошлости и будућности. Дискурс о идентитету претпоставља разумевање разлика између „нас“ и „других“, али и истицање сличности између ове две „групације“ што је основа за изградњу заједништва (Малинова, 2010: 100). У оба случаја се формира дистинкција и нуде се алтернативна схватања о „нама“ и „њима“.

Каспе (Каспэ, 2009: 22) је тврдио да „политичка нација може настати само као резултат одвајања централног система вредности из читавог скупа претходно успостављених друштвених вредности“. Одабир централног вредносног система почива на колективној самоидентификацији, при чему модели које промовише држава имају значајну, али не и безусловну предност (Исто). Изјаве актера које се пласирају у име државе имају посебно симболичко значење и на основу њих своје дискурсе и наративе усклађују и други субјекти. Истовремено, симболичка политика која се спроводи у име државе није нужно конзистентна и мора узети у обзир сукобе који постоје у друштву. Упркос ексклузивном ресурсима које држава поседује, доминација интерпретација друштвене стварности коју она подржава никако није унапред усвојена, већ је појединцима препуштена могућност одабира, двоумљења и прилагођавања са успостављеним перцепцијама и сликама света (Малинова, 2010: 94, 95).

Политика која има за циљ формирање идентитета треба да обезбеди интеграцију и солидарност грађана преко друштвених, етничких, верских, језичких, политичко-идеолошких и других граница. Поред тога, њен задатак је и да повеже постојеће проблеме у друштву који почивају на међусобној различитости чланова заједнице и за њих предложена решења (Исто). У ширем смислу, политика идентитета је значајна компонента симболичке политике јер формира обрасце друштвене идентификације. Тада се симболичком политиком указује на разлике између „реалних“ политичких акција и симболичких политичких акција. Симболичке политичке акције као и реалне политичке акције могу имати материјалне последице, али могу бити и само инструмент борбе за остваривање виших политичких циљева (Cohen, 1999: 2; Birkland, 2006: 150-151; Schneider & Ingram, 2008: 207).

### **3.5. Реализација симболичке политике**

Још од Платона симболи се посматрају као ефикасни ресурси уз помоћ којих режими одржавају своју доминацију и којима се грађанство уверава да је све добро (Kowalewski, 1980). Доступност система симбола није једнака за све слојеве друштва, упркос деловању масовних медија. Појединац разуме проблем који постоји у друштву уз помоћ: 1) информација које има о сличним проблемима који су се већ догодили, тј. медијским наративима који о њима постоје и 2) последица које тренутни проблема може да изазове у будућности (Edelman, 1964: 45). Зато су за симболичку политику важне концептуалне структуре у умовима публике, а у које се примају информације и потом претварају у поглед на свет (Brysk, 1995: 581). Симболичка политике може се посматрати као делатност у чијој основи је продукција одговарајућих начина интерпретације друштвене реалности и борба да се те интерпретације учине доминантним. Политичким системима формирани поглед на свет служи за успостављање легитимне владавине, обезбеђивање, објашњавање и усмеравање публике ка акцији, стварање тачке ослонаца за публику, увећање односа доминације итд. (Lou, 2013: 165).

За симболички елемент политике узима се оно што политичке елите намерно креирају да би утицали на свест људи, а што се медијски пласира кроз дискурс. Дискурзивна активност учесника у комуникацији зависи од њихове дискурзивне моћи. Та моћ се испољава као способност да се групни, колективни, класни смисао и поимање стварности преведу у општеприхваћено знање о свету. Спремност да се властита позиција протумачи и прихвати у терминима који су представљени као општи, јесте доказ дискурзивне (не)моћи. Доминантни дискурс легитимизује и опсег унутар кога супарничке дефиниције реалности могу да се појаве као легитимне (Milivojević, 2015: 72). Тај дискурс мора почивати на наративу који има своју базу у националној култури и наслеђу и који је конзервативан и по форми и по садржају. Он има задатак да артикулише главне митове, преноси наслеђе заједничких прича, симбола и конвенција и то језиком који разуме већина чланова друштва. Процес артикулације доминантног друштвеног дискурса је хармонизација разлика и тежња да они функционишу у оквиру једног дискурса (Исто).

Поред идеолошке репродукције у дискурсу, политичари користе и стратешке наративе. Кроз њихову употребу, политичари пројектују своје вредности и интересе како би проширили свој утицај и променили дискурзивно окружење у коме делују. Ово су наративи о самом систему, али и о томе „ко смо“ и „какав систем желимо“. Они обухватају преглед садшњег разумевања ситуације у којој се „ми“ или систем налазимо, уочавају проблем који постоји и дају предлоге за његово решавање које може да обезбеди делимичан или потпуни повратак на почетно стање (Antoniades, Miskimmon & O’Loughlin, 2010). Публика разуме догађаје у складу са постављеном наративима и што одговоре публице чини предвидивим. То је значајно политичким субјектима који ову предвидљивост користе за формулисање стратегија, планирање решења за одређене кризне ситуације, утврђивање последица криза итд. (Freedman, 2006: 22).

### **3.6. Симболичка политика у Србији**

У Лоуовој (Lou, 2013: 164) интерпретацији идеје Вилхелма Дилтаја (Wilhelm Dilthey) о „погледу на свет“ сажето се показује како људи усвајајући знања, језик, значења, симболе доживљавају свет око себе на одређени начин. Поглед на свет као саставни део симболичке политике обезбеђује појединцима базу око које они конструишу „мапе“ којима се руководе у свакодневном животу. Усвајање погледа на свет је истовремено и усвајање идеологије, јер прихватајући то како су представљени други око нас, појединци се уграђују у слике света које су им на располагању. Поред тога, појединци активно конструишу „погледе на свет“ користећи дискурсе и праксе као средства репрезентације, што значи да „погледи на свет“ нису предодређени и статични, већ се мењају (Исто: 166).

Неки „погледи на свет“ постају хегемонистички, док други воде борбу на граници маргинализације. Хегемонистичку позицију погледа на свет обезбеђују: „интелектуалци“ који кодификују и развијају системе означавања (научници, истраживачи, креатори политика...), политичари и политичке партије које формирају владе и промовишу дати поглед на свет и медији који врше омасовљавање и популаризацију. Политички апарат када подржи одређени „поглед на свет“ он добија хегемонистички карактер. Успех „погледа на свет“ доводи се у везу са успехом групе која долази на власт, а не зато што је одређени „поглед на свет“ супериорнији (Исто: 167, 168). Политичким елитама су потребни материјали са значењима који су им корисни за вршење власти. „Погледи на свет“ који промовишу интересе моћи су успешни и то тако што континуирано раде на стварању, репродуковању, институционализацији те моћи. Популаризацију датих погледа обезбеђују медији који их чине доступним масовној, хетерогеној публици (Исто: 171).

„Слику света“ и заједничко идеолошко језгро симболичке презентације политике у домаћим медијима чине четири елемента: народ, политичка елита, политички субјекат и „опасни други“, а који су увек у истом односу и који не могу једни без других. Политички субјекти ће се у овом раду дефинисати као колективитети и појединци који саопштавају поруке у име других колективних и појединачних субјеката (Slavujević, 2009: 30, 31).<sup>18</sup> Доминантни политички субјекти најчешће су владајућа партија и њен лидер због своје улоге у политичком животу, односно у конструисању и функционисању државе, а тиме и друштва у целини (Исто: 34).

У медијском извештавању приказује се да публика има јасну вољу у којој је уједињена и у њој нема подела нити плурализма интереса, жеља и потреба. Народну вољу представља наведени политички субјекат, док се осталим политичким странкама и субјектима негира политички легитимитет. Иако се народ поставља као врхунски суверен, од њега се не очекује никакав активизам, јер он није субјект иницијативе за акцију, већ је предмет мобилизације. Идеја хомогеног народа се комбинује са идејом вође који их спаја и повезује.

<sup>18</sup> У колективне политичке субјекте спадају: држава и државни органи, политичке странке, медији, синдикати, организације цивилног друштва, док у индивидуалне субјекте спадају: функционери, новинари и грађани (Slavujević, 2009: 31).

Тај вођа има један циљ, а то је да остварује вољу народа и за тај циљ се жртвује (Matić, 2018: 55).

Ова четири елемента део су свих значајних тема када је у питању симболичка политика у Србији, што говори о доминантном положају државе када је у питању статус пласираних симбола, дискурса и наратива и презентовање одређених тумачења друштвене стварности. Идеологија политичке странке на власти сачињава базу симболичке политике у Србији, али главна заслуга за манифестацију те политике припада доминантним политичким субјектима на власти. Они је даље развијају и обликују у складу са сопственим преференцијама, веровањима, циљевима. Поред тога, симболичка политика делује на промишљање националног идентитета тако што обезбеђује обрасце друштвене идентификације и доприноси интегрисању заједнице у целини.

У домаћој медијској пракси могу се уочити одређени аспекти симболичке политике који се баве промишљањем односа према одређеним проблемима и ситуацијама у друштву. Они укључују одобравање одређених идеја, слика, наратива, симбола, а који чине слику о „нама“. У складу са тим, пажњу треба скренути на одређене окоснице домаће симболичке политике, а које су присутне у домаћем медијском дискурсу.

Прву окосницу чине промишљања, предлози, ставови о односу који постоји између Србије и Европске уније (ЕУ) са посебним нагласком на питање чланства Србије у ЕУ. Споразум о стабилизацији и придруживању (ССП) је међународни уговор<sup>19</sup> којим је Србија добила статус кандидата за приступ ЕУ. Две најважније обавезе које је наша земља преузела потписивањем овог Споразума је успостављање зоне слободне трговине и усклађивање законодавства са правом ЕУ (Министарство за европске интеграције Републике Србије, 2021). Поред промена на које се Србија овим обавезала, било је неопходно да се изврши и трансформација низа навика, вредности, али животног стила који се декларишу као традиционално српски, ради прихватања европских погледа на свет и представа о стварности који почивају на толеранцији, демократичности и поштовању различитости. Како је од добијања статуса земље кандидата прошло скоро десет година, а процес приступања Србије ЕУ још није завршен, дилема о губицима и добицима, прилагођавањима и напредовању остаје и даље отворена и без одговора. Зато је у домаћој симболичкој политици „европски пут Србије“ синтагма која се већ годинама користи као изговор, инспирација и аргумент бројних политичких субјеката.

Друга окосница симболичке политике у Србији, а која је уско повезана и са њеним односом према ЕУ јесте презентација Србије као економског лидера у региону. Представе о Србији као значајном економском партнеру и доброј земљи за инвестиције део су бројних медијских наратива. Различити облици сарадње и пројеката користе се као потврда напретка и служе за демонстрацију успеха политичких субјеката на власти. Како се та сарадња не врши више искључиво са западним силама, већ у све већој мери укључује и земље попут Кине и Русије пласира се представа о Србији која је пожељан партнер свима, захваљујући својој неутралности и толеранцији. Тиме се отвара могућност за ширење наратива о Србији која може да прати захтеве како Запада, тако и Истока.

Трећа окосница симболичке политике у Србији је у вези са статусом Косова као специфичног аспекта домаћег идентитета. Косово као покрајна генерише моћне и дуготрајне митове, симболе и сећања унутар домаће заједнице, а који су заступљени и рекреирани у политичком дискурсу (Smith, 1999: 24). Српски политичари на два начина креирају и рекреирају дискурс о Косов. Први обухвата представу о њему као светој, српској земљи и прадеговини која треба да допринесе опоравку угроженог националног идентитета (Kuzmanovic-Jovanovic, 2011: 38). Други дискурс о статусу Косова обухвата његово представљање као кључа српског националног идентитета који доприноси одржавању нације као јединствене културне заједнице грађана (Исто: 38, 39).

---

<sup>19</sup> Ступио на снагу 1. септембра 2013. године.

Однос према новијој историји Србије, нарочито према периоду који обухвата деведесете године прошлог века, је значајан аспект симболичке политике у Србији. Период који прати распад бивше Југославије носи са собом и представу о Србији као земљи ратне прошлости. Таква Србија обележена је суровошћу, нестабилношћу и криминалом, а њена интернационална слика почива на погледу на њу као извору нетолеранције и недемократичности у којој су политичке и криминалне структуре биле испреплетане и повезане. Промена такве представе о Србији захтевала је дугогодишње решавање бројних националних и идентитетских питања, а и велики део активности Србије усмерен је на поправку те слике. Данас се нова представа о Србији гради тако што политички субјекти користе историјске догађаје, установљене вредности, митове и приче у којима проналазе нове детаље и дају им нова значења. На темељу деведесетих гради се представа о Србији која је уважена, успешна политичка заједница под посвећеним руководством, а уместо ратне прошлости представља се нова будућност у региону (Матић & Миливојевић, 2021: 388, 389).

Након 2012. године, симболичка политика у Србије је у вези и са трансформацијом догађаја из прошлости, а који обухватају период после петог октобра 2000. године и појам „бивши режим“. То доба се од стране политичких субјеката на власти дефинише као период у коме су дошле до изражаја активности тајкуна и страних плаћеника. Приписивањем оваквих карактеристика моменту смене недемократског режима унижава се симболички значај петог октобра. Прављењем јаза између „нове“ и „старе“ власти континуирано се истиче победа воље народа над владавином тајкуна и преноси се негативан набој на све политичке противнике (Исто).

Алтернативна тумачења стварности, такође су део симболичке политике у Србији након 2012. године. Она су углавном пласирана од стране представника опозиције, али и од стране цивилних организација и покрета и НВ сектора. Ови субјекти се повремено удружују зарад борбе за остваривање сопствених циљева у форми протеста и окупљања када и сваки учесник држи једну количину моћи у својим рукама. Поред тога, сарадња свих ових субјеката може да има за циљ да се успоставе односи доминације алтернативних представа о стварности над официјелним и доминантним представама реалности у медијској арили. Најчешће, представљање и описи активности ових организација и алтернативна тумачења стварности изостају у медијским садржајима или се публици представљају са закашњењем уз тумачење и интерпретацију од стране политичких субјеката на власти. Иако власт, често, користи аргумент народне воље да би оправдала и објаснила своје активности и деловања, та народна воља у свом слободном облику није видљива телевизијској публици.

У изградњи политике идентитета, али и у ширењу идеолошких ставова и идеја, симболичка политика има посебну улогу. Задатак конструисања тог вредносно-семантичког садржаја макро-политичког идентитета има сложен карактер и испуњен је бројним активностима свих учесника политичке утакмице (Малинова, 2010: 100). Без обзира на бројне наведене компоненте симболичке политике у Србији данас, у овом раду, највећи фокус је посвећен односу коју Србија успоставља према ЕУ и новим, либералним, демократским, европским вредностима. Те вредности се стално постављају у релацију са тумачењима и значењима које са собом носи српска историја, језик, култура, традиција итд. Један од проблема са којима се српско друштво суочава још од 2000. године је врста идентитетске кризе, али која није настала само због потребе да се преиспитају идеје о томе ко смо „ми“, узимајући у обзир све нове елементе система, већ и због оштрих идеолошких сукоба који су у друштву постојали и постоје и даље.

#### **4. УОКВИРАВАЊЕ**

Уоквиравање се односи на кодирање, тј. структурисање медијских садржаја на основу значења, али и на декодирање, односно тумачење тих садржаја од стране реципијента. Оно се не тиче само начина на који новинари врше селекцију догађаја о којима ће извештавати или селекцију аспеката тих догађаја, већ и на који начин ће тако структурисан медијски

садржај утицати на тумачења публике и да ли ће имати ефекта код реципијената који стално мењају интерпретацијске оквире (Branković, 2018).

Уз помоћ уоквиравања, новинари дефинишу проблеме, дијагностикују узроке и доносе моралне процене, што у пракси значи да се у наратив вести стављају кључне речи, метафоре, концепти, симболи итд. Новинари користе оквире да би одредили приоритете и поједноставили и структурисали наративни ток догађаја. Уоквиравањем се наглашава избор одређених информација и догађаја наспрам неких других, чиме се приоритет даје одређеној верзији ситуације.

Пошто је уоквиравање један од централних појмова рада, ауторка ће покушати да у наставку поглавља пружи свеобухватни поглед на процес уоквиравања.

#### **4.1. Уоквиравање као теорија медијских ефеката**

Утицај медија је могуће посматрати на два начина – као утицај појединачног канала комуницирања и као утицај масовног комуницирања у смислу организованог процеса размене порука који за последице има то да људи заузимају одређене ставове и да се понашају на одређени начин. У вези са првим, издвајају се економска и новинарска компонента ефикасности појединачног медија као предузећа, а параметри ефикасности се одређују на основу тога у којој мери менаџмент омогућава новинарску ефикасност у раду редакције у зависности од параметара економске ефикасности предузећа. У вези са другим, реч је о психолошкој компоненти масовне комуникације израженој кроз карактеристике њеног утицаја на примаоце порука. Када се говори о медијским ефектима, најчешће је реч о другом схватању (Атлагић, 2020: 81).

Специфични начини изградње и интерпретације стварности у вези су са медијским ефектима и последицама извештавања медија. Медијски ефекти са собом носе промену понашања или промену става публике и могу бити: позитивни и негативни, краткорочни и дугорочни, непосредни и трајни, директни и индиректни. Неке ефекте је лако приметити, док се други манифестују и изазивају последице тек након неког времена, па се тешко и уочавају (Littlejohn & Foss, 2009: 701).

Област анализе медијских ефеката обележава (Bennett, 2000; Blumler, McLeod & Rosengren, 1992): 1) повезивање публике са осталим деловима комуникационог процеса: изворима вести, медијским организацијама и садржајем; 2) истраживање на нивоу појединаца, које се допуњава са анализама које упоређују заједнице, нације и историјска раздобља; 3) језик као значајан елемент медијских ефеката и то не само као део медијског садржаја, већ његова употреба за производњу и интерпретацију информација; 4) раст броја студија које комбинују методологије и користе више извора података да би пружиле потпуније одговоре на истраживачка питања; 5) поновни пораст интересовања за питања грађанске социјализације и заједнице, 6) препознавање разлике између нивоа употребе (дозе) и снаге ефекта (потенције), 7) стварање сложенијих модела политичке комуникације. Сваки од наведених аспеката подстакнут је све већом сложености политичког окружења и омогућава раст знања у датом пољу (McLeod, Kosicki, McLeod: 2009: 232). На основу тога, можемо видети да је област развоја и реализације медијских ефеката изузетно широка и богата и због тога ју је изузетно тешко и изучавати.

##### *4.1.1. Преглед развоја теорија о медијским ефектима*

Прва фаза у развоју теорија о медијским ефектима почиње са истраживачима који су анализирали директне медијске ефекте (крај ове фазе је око 1930. године). У оквиру ове фазе, сматрало се да медији имају огромну моћ и којој ће изоловани, анонимни чланови публике одмах подлећи. Снажни стимуланси изазивају непосредан, механички и једноличан одговор на медијске садржаје, а који је компатибилан са намерама пошљоца.<sup>20</sup> То значи да порука врши снажан утицај на све чланове публике подједнако. Појава масовних

---

<sup>20</sup> Теорија хиподермичке игле или теорија магичног метка изражава овакве ставове о медијским ефектима.

радиодифузних медија, попут радија, филмова и касније телевизије, ојачала је уверење о медијима који су надјачали публику (Littlejohn & Foss, 2009: 701-704).

Овај период обележен је доминацијом новог бихевиоризма као теоријске оријентације и Ласвеловим (*Harold Laswell*) петостепеним моделом комуникационог ланца (Ко саопштава шта, коме, посредством ког канала и са каквим учинком?). Посебно је значајно Ласвелово истраживање пропагандне делатности у Првом светском рату, о чему сведочи и чињеница да је област истраживања масовних комуникација првобитно називана „јавним мњењем и пропагандом“ (Rogers, 2004: 4). Овоме је допринео и Липманово дело „Јавно мњење“ (Lippman, 1922) које се неретко узима као база комуникологије и који је тада још писао о нечему што ће касније постати познато као „процес утврђивања дневног реда“ (*agenda-setting process*). Он је указивао на супротности између онога што су истраживачи назвали „показатељима стварног света“ (*real-world indicators*), показатељима озбиљности неког друштвеног проблема, са перцепцијом људи о том проблему (Атлагић, 2020: 82).

Након теорије о директним медијским ефектима, око 1940. године, појавила се парадигма о ограниченим медијским ефектима, чији је главни представник био теоретичар Клапер (Klapper, 1960 према Атлагић, 2020: 82) који се бавио истраживањем публике. У оквиру ове теорије, публика има контролу над процесима селекције информација. Људи се партикуларно излажу медијским порукама, селективно обрађају пажњу на елементе порука и бирају како ће поруку да протумаче и да ли ће је запамтити или потиснути. У складу са тим су и ефекти медија ограничени. Масовна комуникација пре појачава постојеће ставове људи него што доприноси њиховој промени. У складу са тим, на ставове, веровања и понашање људи више ће утицати породица, школа, заједница и верске институције, а да медији могу да делују на људе само када уводе неку нову идеју (Атлагић, 2020: 83).

Захваљујући студији о утицају радио порука на понашање бирача коју су спровели Лазерсфелд, Берелсон и Гаудет (*The People's Choice: Paul F. Lazarsfeld, Bernar Berelson, Hazel Gaudet*) установљено је да медији имају минималан утицај на публику. Лазарсфилд и његове колеге развили су идеју о двостепеном протоку медијских порука, као процесу у којем лидери јавног мњења имају важну улогу. Личне и друштвене карактеристике појединаца и група доводе до избора начина и средства комуникације, што истовремено одражава и уверења публике. Ова теорија је и даље актуелна када се прича о ограниченим медијским ефектима (Lazarsfeld, Berelson, & Gaudet, 1948).

Са појавом телевизије и растом њене популарности, научници су почели да сумњају да ли је селективно излагање медијским порукама и даље могуће. Парадигма заснована на софистициранијим научним техникама (нпр. лабораторијски експерименти, мултиметодни приступ) појавила се са обновљеном перспективом о снажним ефектима медија. У овој теорији нагласак је на сталној изложености публике понављајућим темама и медијским порукама. Разлика између овог и модела директних медијских ефеката лежи у објашњењу ефеката као резултата кумулативне изложености сличном садржају, а не деловањем једног садржаја. Другим речима, с временом публика почиње да усваја медијско уоквиравање стварности као сопствену представу о њој (Littlejohn & Foss, 2009: 701-704).

Истраживачи овог периода су ставили акценат на когнитивне карактеристике публике (ниво свести о садржају порука пласираних посредством масовних медија) и на моделе обраде и интерпретације информација (когнитивна активност публике). За критеријум медијске ефикасности узима се знање публике о друштвеним догађајима и појавама „покривеним“ у медијима (Атлагић, 2020: 83, 84). У овој фази развоја медијских ефеката развија се и теорија о спирали тишине (*Elisabeth Noelle-Neumann*). Ова теорија заснива се на идеји да појединци из страха од изолације и одбацивања неће изразити сопствени став или мишљење уколико је оно у супротности од колективног, друштвено прихваћеног и најчешће медијски конструисаног става јавности. Резултат је консензус који не успева да препозна велика тиха већина (Noelle-Neumann, 1974).

Почетком осамдесетих година прошлога века појавила су се два модела персуазивне комуникације према којима је ефективност комуницирања одређена дубином когнитивне

анализе информације. Први је модел вероватноће (*Elaboration Likelihood Model - ELM*) који су разрадили амерички психолози Пети и Качопо (*Richard Petty & John Cacioppo*). Они су установили „две основне руте“ у процесу убеђивања. Прва је заснована на промишљеном (понекад пристрасном) разматрању аргумената који су значајни за неко питање/проблем, док се друга заснива на афективним асоцијацијама или једноставним закључцима који су у вези са периферним знацима (*cues*) у процесу убеђивања (*Petty & Cacioppo, 1986: 191* према *Атлагић, 2020: 84-86*). У сваком чину убеђивања један од ових процеса доминира. Перцепција поруке у оквирима првог процеса је у вези са актуелним потребама и могућностима примаоца поруке, док се у другом процесу перцепција базира на емоцијама изазваним садржајем поруке или њеним извором. На тај начин, са повећаном вероватноћом пажљивог разматрања персуазивних порука повећава се вероватноћа директног убеђивања. Ако до овакве врсте персуазије не дође, у први план избија други процес или убеђивање које је периферно и слабије. Промене ставова до којих долази преко директног убеђивања су трајније и резистентније него промене изазиване периферним убеђивањем (*Атлагић, 2020: 84-86*).

Други модел, хеуристичко-систематски (*Heuristic-Systematic of Information Processing – HSM*), у чијој је разради највећу улогу имала Ш. Чајкен (*Shelly Chaiken*), такође обухвата два процеса обраде информација – систематски и хеуристички. У оквирима првог процеса прималац пажљиво анализира информацију, док се у другом служи „хеуристикама“ – поједностављеним, шаблонским методама резоновања (*Chaiken, 1980; Chaiken, Liberman & Eagly, 1989* према *Атлагић, 2020: 84-86*). Ова ауторка је закључила да су појединци склонији да смање употребу когнитивних ресурса, тј. да се више ослањају на хеуристику приликом пријема и обраде порука. Према овом моделу, начин обраде информација утиче на то у којој мери ће појединац подлећи персуазији, односно показивати трајну промену става (Исто).

У оквирима постмодернизма, социјални конструктивизам ставља акценат на питања креирања друштвене реалности у процесу комуницирања. Кључни инструмент у овом процесу је дискурс. У дискурзивном моделу масовног комуницирања Фиске (*John Fiske*) наглашава улогу дискурса у процесу одржавања значења у вези са процесима или субјектима. Текст са одређеним смислом налази се на „раскрсници“ дискурса публике и медијског дискурса, па телевизијски гледалац сам конструише смисао поруке, а на основу личног искуства (*Евгенјева & Селезнева, 2013: 202* према *Атлагић, 2020: 84-86*). Гамсон (*William Gamson*) је развио идеју о међудејству дискурса публике, (који конструишу људи на основу медијских порука) и јавних дискурса који су у оквирима које медији и новинари користе ради креирања, јачања и мењања значења и смисла (Исто).

Последњи ниво развоја теорија медијских ефеката у којем се наглашавају снажни, али и ограничени ефекти медија, а који имају кључну улогу у конструкцији реалности, ослања се на теорију социјалног конструкционизма, која је и окосница овог рада. Конструкција реалности се постиже стварањем оквира, чији су ефекти ограничени интеракцијом између медија и публике (*Scheufele, 1999: 110*). Нагласак је на медијским ефектима који се концептуализују кроз обликовање категорија и оквира. Њих публика доживљава кроз друштвено-политичку стварност, а одлике медијских организација и професионалних пракси утичу на производњу и комуницирање оквира. На тај начин, медији се стављају у идеолошку улогу и форму (*Milivojević, 2015: 72*). У ову фазу развоја теорије медијских ефеката спадају теорије постављања дневног реда („*agenda setting*“), „прајминга“ („*priming*“) и уоквиравања („*framing*“). Све три теорије без обзира на своје сличности и разлике, почивају на идеји конструкције реалности и најчешће се користе у проучавању политичке комуникације (*Scheufele, 2000: 300*).

#### 4.1.2. Успостављање медијске агенде (*Agenda Setting*)

Изградња теорије дневног реда полази од претпоставке да масовни медији путем различитих поступака конструкције медијских садржаја одређују релевантност тема у



јавности, чиме утврђују „дневни ред” који је прихватљив примаоцима. Тако медији не одражавају реалност, већ је филтрирају и обликују, а наглашавање појединих тема доводи јавност у позицију да сагледава те теме као важније од других (Littlejohn & Foss, 2009: 31).

Постављање дневног реда се дефинише као способност медија да наглашавањем тема у својим извештајима, али и њиховом учесталости, местом и начином објављивања, утичу на то које од њих ће се перципирати као значајне (Kalvas et al., 2011). Друштво даје приоритет одређеним проблемима уз помоћ постизања консензуса о томе којим питањима се треба првенствено бавити. Прво се издвајају ресурси за решавање питања која су приоритетна. Дневни ред се временом мења, јер је проблем решен или је прошла његова најгора фаза или се друштво навикло на дато стање (тј. више се питање не доживљава као хитно) и појавила су се друга питања која су важнија за тренутну расправу и решавање.

Медији, у складу са овом теоријом, не могу говорити људима шта треба да мисле, али могу публици успешно сугерисати о чему треба да мисле (McCombs & Shaw, 1972 према Milivojević, 2009). Овим се не негира аутономија прималаца порука приликом њиховог тумачења, али се наглашава значај конструкције медијских садржаја у разумевању последица деловања медија, тј. медијских ефеката. Постављање агенде уз помоћ селекције, изостављања, занемаривања, истицања и пренаглашавања одређених тема је у манипулативном смислу игра медија са пажњом и поверењем публике.

Теоретичари, Мек Комбс и Шо (McCombs & Shaw) тестирали су тврдњу да путем свакодневне селекције вести масовни медији утичу на јавну агенду. Они су утврдили високу корелацију између важности питања на дневном реду медија и њиховог значаја у јавном дневном реду. Заправо, стварање медијске агенде односи се на процес избора тема и садржаја који ће бити узети у обзир за јавно разматрање и интервенцију. Резултати истраживања су показали да постоји снажна веза између акцената који медији стављају на одређена питања (тј. дневног реда медија) и властитих процена публике о важности тих питања и садржаја. Истраживачи су сугерисали да је ово непосредна, једносмерна узрочно-последична веза, што значи да из медија учимо не само о некој проблематици, већ и о томе колико је важно тој проблематици придати пажњу (McCombs & Shaw, 1972 према Milivojević, 2009). Шире гледано, пратећи теме у информативним медијима, публика даје легитимитет том питању и теми и поставља је на сопствени дневни ред (Borah, 2015).<sup>21</sup>

Експериментална истраживања у последњој деценији су показала да чак и кратко излагање одређеног проблема у медијима повећава јавну процену важности тог проблема. Проблем се дефинише у складу са потребама и конвенцијама новинарства, иначе неће бити продат јавности и остаће без места у медијској агенди. Утицај медија на то како размишљамо о проблемима траје далеко више од нашег сећања на одређену вест или тему вести (Baran & Davis, 2012).

У погледу теорије утврђивања дневног реда, три подсистема су кључна за анализу: медији, јавност и политика. Научници тврде да политичари и стручњаци за односе са јавношћу доприносе постављању медијске агенде, јер руководиоци медијских организација не граде медијски план у вакууму. Перципирана видљивост проблема повезана је са проценама о томе колико су чланови публике и политички актери повезани са проблемом. Тако се теорија утврђивања дневног реда проширила и обухватила је како когнитивне аспекте и функције постављања дневног реда (медијско постављање или структурирање дневног реда), тако и њене афективне или емоционалне аспекте (како се публика осећа у вези са тачкама дневног реда) (Littlejohn & Foss, 2009: 31-33).

Ова теорија је инспирисала на стотине каснијих истраживања о томе како медији и друге институције преиспитују и уоквирују питања и догађаје за своју публику, што резултира обликовањем јавног мњења. Као резултат тога, теорија утврђивања дневног реда имала је дубок утицај не само на масовну комуникацију и истраживање политичких комуникација,

---

<sup>21</sup> Дневни ред се не разликује само на нивоу друштвеног система, већ и његови подсистеми, имају своје агенде. Појединци, такође, имају дневне редове који се називају личне или интраперсоналне агенде.

већ и на развој различитих теорија комуникације и убеђивања (Littlejohn & Foss, 2009: 31-33).

#### 4.1.3. „Прајминг“ и наглашавање медијских садржаја

Медијски примат или „прајминг“ се дефинише као продужетак теорије о успостављању дневног реда, а односи се на краткорочни утицај медија на перцепцију или на понашање публике. „Прајминг“ је као термин први пут коришћен у когнитивној психологији да би се указало на структуру и репрезентацију информација у меморији појединца (афективни агресивни модел) (Anderson, 1983).

Касније се процес „прајминга“ појављује у оквиру мрежног модела који је поставио основу за разматрање деловања медија на понашање појединаца. Мрежни модел се заснива на идеји да се информације чувају у меморији појединца у облику чворова, а да је сваки чвор одређени концепт. Чворови су повезани асоцијативним путевима и сви имају одређени праг активације. Када се чвор једном активира, потребно је мање додатне активације да би се поново покренуо и да појединац искористи информације које је већ једном процесуирао да би протумачио нове садржаје који му се дневно сервирају путем медија (Roskos-Ewoldsen, Roskos-Ewoldsen, & Carpentier, 2009).

„Прајминг“ делује на стварање менталних модела који представљају динамичке менталне приказе ситуација, догађаја или објекта (van Dijk & Kintsch, 1983). Они имају улогу у обради, организацији и разумевању долазних информација (Zwann & Radvanski, 1998) и служе за друштвену процену ситуације (Wyer & Radvanski, 1999), омогућавају формулисање закључака и предвиђања (Magliano, Dijkstra & Zwann, 1996) и описују како систем функционише (Rickheit & Sichelshmidt, 1999). Ментални модели који се стварју у овом процесу су флексибилни и заменљиви, што значи да ефекти „прајминга“ бледе временом, па су промене у ставовима и понашању ретко трајне. Поред заменљивости и краткотрајности, ментални модели су и динамични, што значи да су подложни контроли корисника и да се њима може лако манипулисати, што се најчешће користи за генерисање закључака и тестирање различитих сценарија (Wyer & Radvanski, 1999). У медијском извештавању о политичкој сфери и у оквиру политичке комуникације, „прајминг“ се односи на промене стандарда које људи користе за политичко оцењивање. Када садржај вести сугерише публици да су одређена питања права мерила за процену учинка и деловања лидера и влада, заправо говоримо о ефикасном „прајмингу“ (Iyengar & Kinder, 1987:63).

Залер (Zaller, 1987) сугерише да у процесу „прајминга“ медијске поруке директно утичу на ставове публике на индивидуалном нивоу, али и да ефекти деловања порука зависе од природе информационог окружења и изложености појединца медијским садржајима. Чак и ако медијске поруке не мењају директно ставове публике, медији утичу на то који су ставови најрелевантнији када грађани дају оцене о појавама и актерима (Iyengar & Kinder 1987; Krosnick & Brannon 1993). Заговорници теорије „прајминга“ тврде да медији имају потенцијално моћне индиректне ефекте на политичке одлуке кроз своју способност да поставе дневни ред и да измене стандарде које грађани користе за процену политичких актера (Iyengar & Kinder, 1987; Krosnick & Brannon 1993).

Уместо да спроведе потпуну и свеобухватну претрагу и испитивање информација, теорија „прајминга“ претпоставља да се појединци ослањају на информације које су им лако доступне у медијима или су доступне у њиховој меморији у тренутку доношења одлуке (Krosnick & Kinder, 1990). То су обично оне информације које прослеђују медији, а које се односе на контекст ситуације, актере, слике, па и целокупне поруке. Према Кроснику и Бранону (Krosnick & Brannon, 1993) пре ефеката „прајминга“ гледаоци морају бити у стању да протумаче и похране у меморију нове информације које добијају из медијских порука. Последично, они гледаоци који су боље опремљени да протумаче и преузму медијске поруке подложнији су ефектима „прајминга“ (Исто).

У политичком окружењу, „прајминг“ се односи на способност медија да активирају већ постојећа уверења (нпр. процене економије), која онда служе као стандарди за процену и

оцењивање деловања политичких актера. Стога, како медији наглашавају одређена питања за оцењивање политичара, публика придаје већу тежину таквим питањима у доношењу политичких пресуда (Ansolabehere, Behr & Iyengar, 1993).

#### 4.1.4. Уоквиравање, кадрирање или „фрејминг“ - теорија медијских ефеката

Теоријски темељи који су омогућили развој теорије уоквиравања налазе се у интерпретативној социологији која сматра да тумачење стварности и свакодневног живота људи зависи од интеракције и дефинисања ситуација. Теорија кадрирања појавила се око 1970. године у САД, у доба масовних медија и у време када су се медијска истраживања удаљила од једнодимензионалног модела медијских ефеката и почела да се баве специфичним формама утицаја медија на публику. Између осталих питања, медијска истраживања почела су да се баве снажном улогом националних масовних медија у обликовању политичких питања у националној јавности. Како је публика била изложена сталним токовима информисања, постало је очигледно да медији не само да утичу на публику, већ и стварају политичке перцепције и дискурс (Littlejohn & Foss, 2009).

У овом раду теорија кадрирања о којој ће бити речи почива на Гофмановом раду из 1974. године који се бави референтним оквирима и по коме се појединци ослањају на шире интерпретативне шеме - примарне оквири (Goffman, 1974: 24). Ови оквири се описују као релативно стабилни, друштвени системи категорија које људи користе да би класификовали нове информације. Значај примарних оквира за истраживање комуникација је двострук. Прво, примарни оквири су друштвено-конструисани системи категорија који служе као важно средство за обраду информација међу публиком. Друго, друштвени и медијски дискурс често је прилагођен специфичним примарним оквирима како би утицао на интерпретације публике (Tewksbury & Scheufele, 2009: 23).

Референтним оквирима се бавио и Шериф (Sherif, 1967: 382) који је показао да се све појединачне процене и перцепције дешавају у одређеним референтним оквирима. Стога, је могуће створити ситуацију у којој ће оцена или процена друштвене ситуације утицати на перцепције и просуђивање појединца. Рад Канемана и Тверског (Kahneman & Tverski, 1979; 1984) који је добио и Нобелову награду проширио је ту идеју и тврдио да је сва перцепција зависна од референце (Kahneman, 2003: 459). Идеја референтне зависности претпоставља да ће се одређени податак интерпретирати различито у зависности од интерпретативне шеме појединца (Tewksbury & Scheufele, 2009: 23).

Ови приступи уоквиривању заснивају се на две претпоставке (Scheufele & Iyengar, 2014): 1) кадрирање се односи на различите начине приказивања потпуно истог податка, што резултира тиме да су презентоване информације информативно еквивалентне у различитим оквирима (еквивалентно кадрирање); 2) публика тумачи поруку у складу са контекстом у који је постављен и нема разлога да сумња у то да би другачије уоквирена, а иста порука, могла имати другачије значење. Ова претпоставка је, наравно, помало вештачка и не узима у обзир сложеност свакодневних комуникационих окружења, где је формирање става вођено међусобном интеракцијом комплементарних или конкурентских оквира (Исто). Основна идеја иза ефеката уоквиравања јесте да се одабиром неких информација и њиховим истицањем, као и искључењем других, могу обликовати интерпретације публике о различитим питањима, догађајима и личностима (Entman, Matthes, & Pellicano, 2009).

Ефекти уоквиравања јављају се приликом активирања информација које су већ на располагању примаоцима и које они чувају у својој меморији (Price & Tewksbury, 1997:198-225). Појединци се ретко сусрећу са медијским порукама празнога ума. Публика у себи носи шеме које се употребљавају као такве у свету који их окружује. Те шеме су често модификоване у индивидуалне експозиције који зависе од укључивања у само питање, пажње публике или идеолошких веровања (Gamson, 1988: 168). Знање је организовано као

скуп асоцијација, а оквири код људи покрећу претходно сазнање о датом догађају или ситуацијама и које им омогућава да разумеју, схвате и интерпретирају тренутну ситуацију.<sup>22</sup>

Кадрирање је тако друштвено-когнитивни процес који се развија у три корака (Rhee, 1997: 34): 1) пријем информативне поруке; 2) интеграција знања, што значи разумевање и памћење једног дела перципираних информација; 3) конструкција дискурзивног модела или представљање актера, радњи, сценарија и последица ситуација, а које се касније могу применити у интерпретацији сличних догађаја. Кроз израз, метафору, пример, опис, аргумент, слику или образложење, оквир примаоцу сервира низ имплицитних садржаја, јер се оквир храни културом и манифестује у свим врстама друштвених дискурса (Исто).

Први чланак о истраживању комуникације који је користио израз уоквиравање објављен је 1980. године у часопису: „*Joranlism Quarterly*“. У периоду од 2001. до 2005. године број чланака индексираних у „*Communication Abstracts*“ достигао је 165 (Weaver, 2007) и наставља да расте. У складу са тим, Лопез и Марино (López & Mariño, 2009) предложили су да се теорије кадрирања поделе у три фазе. Иницијална фаза би обухватала период од 1974. до 1990. године, а карактерише је почетак инструменталне примене оквира заснованих на социолошкој дефиницији тог појма. Управо у овој фази теорија почиње да улази у поље комуникације. Друга фаза, која би обухватила деведесете године, односила би се на дефинисање оквира у области медијских студија са применом анализе медијског дискурса, и различитом методологијом (Исто). У том периоду се водила интензивна теоријска расправа између оних који тврде да кадрирање није ништа друго до проширење теорије постављања дневног реда и оних који тврде да је то комплементарна, али другачија теорија. Коначно, фаза реорганизације и емпиријског развоја уоквиравања започела је на прелазу у 21. век и наставља се и данас. Током ове фазе покушава се извести концептуално и методолошко обједињавање које омогућава чвршћи и бржи развој теорије кроз синергију различитих истраживачких приступа (Abreu, 2015: 430).

#### 4.1.5. Разлике између „*agende setting*“, „*priming-a*“ и „*framing-a*“

Теорије постављања медијске агенде, „прајминга“ и уоквиравања обележавају прелазак на следећу фазу развоја теорија о медијским ефектима и не предвиђају уопште мање снажне ефекте, већ се много јасније усредсређују на когнитивне процесе који повезују медијске подстицаје са реакцијама публике (Scheufele, 2000: 297). Иако се у бројним истраживањима ове теорије не одвајају и сматра се да нема медијског извештавања без сва три процеса, између њих постоје значајне разлике.

Интерактивна конструкција стварности од стране масовних медија и публике (McQuail, 2000) има важне импликације на концептуализацију постављања дневног реда и на „прајминг“, јер истраживање улоге публике и масовних медија почива на различитим нивоима анализе. На макро нивоу, а кроз колективну призму, утврђивање дневног реда се испитује на основу медијског дневног реда (Winter & Eial, 1981: 376), док је „прајминг“ у вези са личним агендама појединачних чланова публике. Стога, на микро нивоу, постављање дневног реда мора бити испитивано на основу дневног реда публике, тј. присутности одређених питања, тема и садржаја у памћењу публике и примени критеријума које грађани користе да би оценили лидере у друштву (Behr & Iyengar, 1985: 38).

Теорије постављања дневног реда и „прајминг“ ослањају се на приступачност одређених медијских садржаја, док се уоквиравање, насупрот томе, заснива се на концепту стварања интерпретативних шема које утичу на тумачење медијских садржаја. Иако поступак избора или постављање дневног реда, од стране масовних медија нужно мора бити свестан процес, уоквиравање се заснива на суптилним нијансама у формулацији и синтакси које имају највероватније намерне ефекте, али који се ненамерно усвајају и које је тешко предвидети и

<sup>22</sup> Капела и Џејмисон (Cappella & Jamieson, 1997) разликују: семантичку активацију (активирање информација похрањених у меморији појединца путем спољних знакова који су семантички повезани са тим информацијама) и шематску активацију (активирање целих структура информација које се називају шеме уз помоћ спољашње стимулације, путем медијских садржаја).

контролисати (Scheufele, 2000: 299-300). Упркос томе, постављање дневног реда и уоквиравање обухватају заједничку бригу о: атрибутима агенде (оквири), динамици процеса утврђивања дневног реда (процес уоквиравања) и утицају на утврђивање дневног реда (ефекти кадриања). Мек Комбс (McCombs & Ghanem, 2001: 79) верује да би интеграција теорије утврђивања дневног реда са теоријом уоквиравања помогла да се разјасне неки од концепата у оквиру теорије кадриања посебно они који се односе на опис оквира и атрибута који су важни за процес комуникације.

Шефел ипак остаје при тврдњи да су постављање дневног реда и „прајминг“ компатибилне теорије, али да је кадриање сасвим другачије, јер укључује активирање читавих интерпретативних схема - а не само давање приоритета појединачним објектима или атрибутима (Scheufele, 2000: 306). Успостављање дневног реда и „прајминг“ претпостављају да се ефекат медија огледа у повећаној доступности коју проблем добија захваљујући својој присутности у медијима (Price & Tewksbury, 1997:191). Дакле, није у питању ефекат који оставља информација, већ чињеница да је садржај добио одређену количину времена и пажње што резултира појавом одређеног ефекта. Супротно томе, основни приступ кадриања претпоставља да је поента ефекта у опису одређеног садржаја и теме. Примарна разлика на психолошком нивоу између постављања дневног реда и „прајминга“, са једне стране, и уоквиравања, са друге стране, је да прве две теорије треба да пруже одговор на питање да ли публика размишља о неком проблему, док уоквиравање даје одговор на питање како публика треба да размишља о том претходно утврђеном проблему (Scheufele & Iyengar, 2014).

Неки теоретичари попут, Ланг и Ланг (Lang & Lang, 1981: 456) су чак дали предност кадриању у односу на успостављање агенде и предложили модел израде медија плана у четири корака. У првом кораку масовни медији истичу догађаје, активности, групе или личности. У другом кораку, ови елементи повезују се у заједнички оквир или у опис неког проблема. У трећем кораку, створени садржај се повезује са секундарним симболима, тако да постаје део препознатог политичког пејзажа. У последњем кораку, мајстори спинова играју важну улогу у промоцији проблема и симбола и успостављању повратне спреге за праћење медија како би повећали покривеност. Оваква формулација процеса израде дневног реда, приписује кључну улогу масовним медијима за почетно преиспитивање садржаја, његово одржавање или чак повећавање његове важности (Scheufele, 2000: 304-305). По њима поставка дневног реда се може посматрати као друга фаза након успешног обављања уоквиравања. Други ниво, тј. постављање дневног реда (McCombs & Ghanem, 2001) укључује три врсте захтева: истицање узрока проблема, ојачавање моралних процена и промовисање фаворизоване приче (политике).

Када је у питању разлика између процеса „прајминга“ и уоквиравања реч је о разлици између менталних модела и интерпретативних шема. Ментални модел има временска и просторна ограничења и представља сазнање о неком догађају. Шема или оквир је апстрактнија репрезентација која садржи сазнање о нечему, тешко је променљива и слабо контекстуализована (Markman, 1999; Shore, 1996). Поред временске или просторне информације, шема садржи и информације о важним елементима садржаја или догађаја.

## **4.2. Дефинисање појма оквира**

Људи резонују стварност на основу оквира заснованих на серији представа или различитих сазнања која су повезана са друштвеним и културним идентитетом. Наше виђење стварности и начин размишљања везују се за базичне појмове утиснуте у делове нашег ума. Инстинктивно људи теже да задрже оне податке који се слажу са оним што је већ ускладиштено у њиховом уму. Формулисње оквира, са једне стране, значи стварање таквог начина обраћања који задовољава наше сублимиране представе, али и наметање сопствене идеје стварности, где се садржај дефинише у складу са већ постављеном интерпретацијом (Foa, 2017). Тако су оквири вести низ кључних концепата, фраза и стереотипних слика који могу обезбедити стандардни начин интерпретације догађаја (Norris, 1995: 358). Оквири

сугеришу шта је спорно, а шта важно код друштвено релевантних догађаја. Захваљујући наглашавању неких елемената теме изнад других, оквир пружа начин перцепције догађаја. Они активирају знање, подстичу „залихе културног морала“ и вредности и стварају контекст (Cappella & Jamieson, 1997: 47).

Оквир вести је стално присутан дискурзивни уређај који конструише значење одређених комуникативних чинова. Медијске организације користе различите речи, изразе и слике за дефинисање и конструкцију различитих питања или догађаја, а ти прикази могу обликовати расуђивање и ставове људи о тим питањима или догађајима (Rodriguez & Dimitrova, 2011). „Трговци“ симболима рутински организују дискурс уз помоћ оквира који су обрасци спознаје, интерпретације и представљања, одабира, нагласка и искључења (Gitlin, 1980: 7). Употребом оквира се сугерише одређени смисао и значење одређеног догађаја или појаве, и стварају се односи и везе са другим ситуацијама и проблемима (Kahneman & Twerski, 1984: 345). Они скрећу пажњу на одређене аспекте описане стварности, што логично значи да ти кадрови истовремено усмеравају пажњу даље од других аспеката. Уоквирити значи одабрати неке аспекте перципиране стварности и учинити их видљивијим у тексту који се комуницира, на начин који промовише одређену проблематику, каузалну интерпретацију, моралну оцену или препоруку (Gamson, 1992). Оквири, дефинишу проблеме, дијагностикују узроке, (идентификују силе које стварају проблем), доносе моралне процене и испитују узроке и њихове ефекте, предвиђају последице проблема и ефекте и предлажу решења. Оквир не мора обављати све четири функције (Entman, 1993: 52).

Оквири имају неколико локација и налазе се код комуникатора, у тексту, код прималаца порука и у култури, а исходи процеса израде оквира су оквири који се манифестују у тексту (Исто: 53). Уоквиравање има неколико фаза: изградња оквира, постављање оквира и последице кадрирања на индивидуалном и друштвеном нивоу (Scheufele, 2000: 306-308). Изградња оквира односи се на факторе који утичу на структурне квалитете оквира вести и одвија се у континуираној интеракцији између новинара, елита (Tuchman, 1978: 88) и друштвених покрета (Snow & Benford, 1992). Постављање оквира односи се на интеракцију између медијских оквира и претходних сазнања и предиспозиција појединаца. Оквири у вестима могу утицати на учење, тумачење и процену проблема и догађаја. Овај део процеса уоквиравања се најчешће испитује са циљем утврђивања опсега и околности у којима публика рефлектује оквири који им се стављају на располагање. Последице уоквиравања могу да се манифестују на индивидуалном и друштвеном нивоу. Оне се на нивоу појединца остварују тако што мењају његове ставове и мишљења о неком питању, док на друштвеном нивоу оквири доприносе процесима политичке социјализације, доношења одлука и колективне акције (de Vreese, 2005: 52).

На Слици 1. графички је представљен процес уоквиравања и наглашене су фазе грађења и постављања оквира. На почетку процеса уоквиравања (Први квадрат – Слика 1) налазе се медијске редакције које су под утицајем интерних редакцијских рутина и спољашњих актера попут економских и политичких субјеката, што аутоматски делује на начин формулисања оквира. Ситуација о којој се извештава (Други квадрат – Слика 1) је, такође, саставни део процеса грађења оквира који и имплицира употребу специфичног оквира и манифестује се и у процесу постављања оквира који као резултат изазива различите врсте ефеката на публику, а који се могу приметити кроз анализу промене њихових ставова, активности, и мишљења (Исто).

Постављање оквира се може разматрати кроз анализу ефикасности оквира (Трећи квадрат – Слика 1). Утицај оквира на мишљење појединаца зависи од контекста у којем се сусрећу оквири. Оквир који је ефикасан у једном контексту, не мора то бити и у другом. Ефикасност оквира зависи и од временских фактора, па су ефекти кадрирања слабији код претходно већ утврђених питања и међу људима који су упућени у тематику питања. Ако је разматрање датог питања подстакнуто личном мотивацијом или такмичењем, повећава се вероватноћу да ће неко следити централни или систематски пут процене информација, тј. да ће прихватити интерпретације наметнуте оквирима (Исто).



Слика 1. Процес формирања и поставке оквира  
Извор: (de Vreese, 2005:52)

Претходно установљене поделе које се фокусирају на процес грађења и постављања оквира и његове ефекте, надограђује Шеуфеле (Scheufele, 1999: 114-116) који говори о три фазе уоквиравања. За њега, прву етапу чини процес изградње оквира који се бави динамиком начина на који говорници бирају одређене оквири у комуникацији. У другој етапи - подешавања, реч је о утицају кадрова на комуникацију, али и ум публике, док се у последњој фази разматрају ефекти оквира на понашање појединца или на промену ставова публике. У својој подели Шеуфеле је нагласио улогу новинара посматрача који прате како акције грађана утичу на почетни процес изградње оквира (Исто).

Кадрирање одређеног актера, ситуације или догађаја током одређеног временског периода може бити различито и обухватати потпуну доминацију једног кадра или само оквир који је уједначен са другим оквирима (паритет доминације). У складу са тим, он прави разлику између симетричних оквира, које публика спознаје у једнакој количини, и асиметричних (двостраних) оквира који се неједнако перципирају (Entman, 2003: 418). Појава доминантних оквира је повезана са искључивањем алтернативних читања стварности из вести. Неки истраживачи тврде да ће у уму публике преовлађавати најчешће понављани оквир, јер ће се појединци на њега ослањати како би изградили своје мишљење о одређеном питању (Carpella & Jameison, 1997: 53). Међутим, ефикасност оквира не мери се само количном (или величином) конкурентских оквира понуђених јавности, већ и њиховом перципираном снагом. Снага оквира се мери истакнутошћу и понављањем уоквирених речи и слика, и представља важну димензију утицаја кадрирања на процес формирања мишљења, али не исцрпљује динамику оквира комуникације. Најгласнији кадар - то јест, оквир који има највећу покривеност - није нужно и најјачи. Ниво убедљивости оквира ће одредити његову перципирану снагу. Поред тога, оквир мора бити у складу са погледима и друштвеним вредностима заједнице да би био реалан и когнитивно утицајан.

Моћ привлачења и мобилизације оквира зависи од његове усклађености са: а) догађајима у реалном свету (емпиријска веродостојност), б) свакодневним искуством и здравим разумом чланова групе (искуствена упоредивост), и в) њиховим културолошким моделима (наративност) (Snow & Benford, 1988: 202). Најмоћнији оквири су они који су у потпуности у складу са шемама које има већина чланова друштва (елемент културне конгруенције) (Entman, 2003: 420). Када се оквири доживљавају као неусклађени са шемама које доминирају над политичком културом, њихово ширење је блокирано заједничком културом (Chong & Druckman, 2007).

#### 4.2.1. Начини уоквиравања и врсте оквира

Новинари организују огромне количине информација и ефикасно их пакују за своју публику (Gitlin, 1980), што систематски утиче на то како примаоци вести схватају догађаје (Rodriguez & Dimitrova, 2011). У својим истраживањима, Кирк Халахан (*Kirk Hallahan*)

разликује неколико различитих врста уоквиравања које делују на то како ће одређене информације бити схваћене (Hallahan, 1999: 208):

#### **а) Уоквиравање ситуација и оквири ситуација**

Уоквиравање ситуација укључује организационо понашање и преговарање и у коме економски субјекти покушавају у јавном простору да наметну своје верзије стварности (Culbert & McDonough, 1990). Оно се најчешће користи када се економске организације суочавају са различитим врстама проблема и криза, које даље, најчешће, решавају путем преговарања (Putnam & Holmer, 1992).

#### **б) Уоквиравање и оквири атрибута**

Посебан облик уоквиравања укључује кадрирање атрибута што значи одређивање карактера предмета, догађаја и људи. Оваква врста оквира користи се најчешће у рекламирању и оглашавању. Поред тога, оквири атрибуције користе субјекти када треба да дефинишу своје задатке и направе процене приликом утврђивања различитих врста проблема или криза (Hallahan, 1999: 212, 213).

#### **в) Уоквиравање и оквири ризика**

Када постоји одређени ниво несигурности врши се уоквиравање ризика и тада појединци не треба само да процењују атрибуте, већ треба да бирају између две или више опција. Људско одлучивање је у несигурним околностима неразумно, јер губитак има далеко већи утицај на доношење одлука појединца, него добитак (Kahneman & Twersky, 1979: 275). Истраживачи су закључили да људи имају тенденцију да избегавају ризике када је нагласак на добитку (јер онда имају шта да изгубе), али ће преузети веће ризике када је нагласак на губитку (у овом случају немају шта да изгубе) (Hallahan, 1999: 214, 215).

#### **г) Уоквиравање радње и оквири акција**

За комуникаторе је важно како да уоквири своје акције тако да оне одведу до жељеног циља (Hallahan, 1999: 216). Позитивно уоквиравање (циљање) укључује фокусирање пажње на добијање позитивне последице (добитака), док негативни оквир усмерава пажњу на избегавање негативних последица (губитака) што значи непредузимање одређене акције. Остали фактори који утичу на уоквиравање акција укључују ниво потрошачке експертизе (Smith, 1996) и присуство или одсуство социјалне интеракције (Woodside & Singer, 1994).

#### **д) Уоквиравање проблема и оквири сукоба**

Највећа пажња истраживача је усмерена на уоквиравање проблема, сукоба или конфликта. Конфликт се односи на неусаглашеност између две или више страна, обично око расподеле ресурса или поступања и приказивања група у друштву. То су питања која резултирају јавном расправом и захтевају решавање у оквиру форума јавне политике (Grunig & Hunt, 1984). У средишту већине проблема налази се питање интерпретације, тј. како одређени проблем или питање треба схватити или објаснити публици. Заговорници уоквиравања проблема баве се процесом израде дневног реда који укључује мобилизацију подршке, изградњу коалиција, манипулацију симболима и активно тражење могућности дебате у медијима (Cobb & Elder, 1972). Изградња дневног реда подразумева потискивање питања из арена јавне расправе на дневни ред медија и на крају на дневни ред јавне политике у оквиру којих проблеми добијају службено признање, потврду и разматрање (Manheim, 1987). Међутим, не достижу сва питања јавну видљивост. Уоквиравање је део процеса креирања дневног реда кроз медијску комуникацију чланова различитих група било директно или индиректно. Ако је комуникација индиректна, то значи да је циљ сигнализирати члановима групе о томе како треба да размишљају или делују у вези са неким проблемом (Price, 1989: 200).

#### **ђ) Уоквиравање одговорности**

Људи имају тенденцију да свој успех приписују стабилним расположењима, а своје неуспехе ситуационим факторима. Људи пребацују кривицу за катастрофалне појаве сразмерно уоченој озбиљности последица (Walster, 1966). Све ове идеје указују на то да начини приказивања догађаја могу довести до различитих закључака о одговорности. Иако су неки догађаји изазвани неидентификованим узроцима („божја дела“) већина појединаца



не жели или није у стању да прихвати тако једноставно објашњење. Већина људи жели да утврди узрок и додели одговорност.

Оквири у политичком дискурсу су елементи који су измишљени и примењени од стране политичких елита са циљем да се унапреде њихови интереси или идеологије (Kinder & Sanders, 1990: 74). Поред дефиниције, већина проблема захтева и одређивање узрока и носиоца одговорности и повезивање догађаја са личним или околинским факторима, а што одређује и у којој мери је појединац одговоран за одређени кризни догађај (Sillars, 1982). Тако се уоквирује одговорност, која онда не мора нужно да објективно одражава неку ситуацију и може се искривити на основу начина на који су догађаји описани (Hallahan, 1999: 217, 218). Жеља за приписивањем одговорности довела је до наглашавања виктимизације у савременом друштву (Dershowitz, 1994). Иако се приче о жртвама могу наћи у литератури различитих култура, у свима њима је идентична чињеница да жртве приписују одговорност за своју несрећу злочинима других, а не да преузимају било какву одговорност за своје тешко стање (Hallahan, 1999: 220).

#### **е) Уоквиравање вести**

Бројни начини уоквиравања о којима је било речи у претходним одељцима могу да буду део и уоквиравања вести. У протеклој деценији, уоквиравање је привукло значајну пажњу као приступ разумевању процеса и ефеката вести. Ослањајући се на Гофмана (Goffman, 1974), Такманова (Tuchman, 1978) је први истраживач који је препознала интегралну улогу коју уоквиравање игра у прикупљању вести од стране медијских радника и обради вести од стране публике. Она је истакла да новинари користе оквире да би приписали одређена значења догађајима и проблемима о којима извештавају, а што им даље омогућава да на одређени начин стварају представе о стварности.

Вести су увек искривљене обимом, обликом и позицијом оквира. Пристрасност вести произилази из њиховог оквира који формирају новинари служећи се сопственом представом о томе шта је вредно да постане вест (Hallahan, 1999: 222). Тако и идеолошки оквири, постају основа за представљање конкретних ситуација публици. Када новинар развије одређену представу о вредности вести, модел се натурализује и постаје такав да спроводи цензуру сам по себи. Зато новинари не морају да размишљају када стварају прозор у свет (Tuchman, 1978). Оквир се развија током селекције вести, њиховим истицањем и потискивањем у други план и то рутински (Lou, 2013: 79).

По Халахану (Hallahan, 1999: 222) сви ови модели кадрирања који су наведени у овом поглављу настоје да објасне сложене или апстрактне идеје уз помоћ већ познатих термина и олакшава анализу процеса уоквиравања.

### **4.3. Како делују оквири?**

Људи се не приближавају свету као „наивне, празне посуде“ које преузимају надражаје, већ као искусни и софистицирани ветерани перцепције који су сортирали своја прва искуства (Tannen, 1990). Претходно искуство тада подразумева очекивања о свету, а у већини случајева, свет будући да је систематско место, потврђује та очекивања, спашавајући појединца од проблема у проналажењу образложења изнова (Baran & Davis, 2012). То значи да оквири омогућавају брзу обраду информација и решавање проблема, ослањајући се на интерна очекивања публике.

Оквири су неуронске мреже асоцијација којима је могуће приступити уз помоћ језика. У језику су речи удружене у специфична семантичка поља, која се односе на оквире одређених појмова. Језик није само вербални говор, он се испољава и као невербална комуникација и као технолошки посредована конструкција слика и звукова. Језик и ум комуницирају у оквирима који конструишу наративе тако што активирају мреже у мозгу.

Наративи дефинишу друштвене улоге<sup>23</sup> у друштвеном контексту и почивају на оквирима који постоје у уму и друштвеној пракси (Baran & Davis, 2012).

Структуре оквира нису произвољне, већ се заснивају на искуству и настају из друштвене организације, улога, културе и повезују се са претходним искуством у уму појединца (Kastels, 2014: 176-191). Капацитет одређеног скупа надражаја који треба да активира одређени оквир јесте оно што дефинише његов утицај. Повезивање оквира са одређеним сликама зависи од значења слика у одређеном окружењу. Информације и емоције се мешају у изградњи порука, а публика доноси одлуке тако што решава несвесне конфликте између свог емоционалног (како се осећају) и когнитивног (онога што знају) стања (Исто).

Уоквиравање као акција коју бира пошиљалац поруке је некада намеран, некада случајан, а некада интуитиван процес, али увек пружа директну везу између ума публике, поруке и активности која следи. Само они оквири који су у стању да поруку повежу са кадровима који постоје у уму појединаца од раније могу да активирају одређено понашање. Само оквири који садрже најзвучније термине имају потенцијал да буду утицајни (Entman, 2010: 391, 392). Што су оквири звучнији и чешће се понављају, то је већа вероватноћа да ће уоквиравање изазвати сличне мисли и осећања код публике.

Уоквиравање делује тако што оставља празнине у информацијама које публика испуњава својим унапред осмишљеним шемама (оквири публике). У питању су процеси интерпретације у умовима људи који се базирају на повезаним идејама и осећањима ускладиштеним у меморији. Људи користе менталне пречице да би нове информације имале смисла. Менталне пречице се ослањају на мале скупове интернализираних концепата и вредности који омогућавају додељивање значења догађајима, а који се одвијају у одсуству супротних оквира. У информацијама које пружају медији, публика ће тежити оквирима који јој се сугеришу (Kastels, 2014:194). На способност ефикасног уоквиравања утиче квалитет или сложеност менталних шема појединаца. Сложенији одговори укључују обуку и масовну праксу. Мозак ће реорганизовати ставове уз помоћ садржаја о којима се чешће полемише и чија се сложеност временом повећава, али и путем фантазија и маште појединаца. Када се грађани баве неким питањем (домаћим или међународним), они се морају суочити са супротстављеним оквирима које лидери пласирају да би утицали на јавне преференције. Будући да се ум људи обликује кроз њихово искуство, политичка комуникација тежи да публика повеже слике са посебним искуствима како би се активирале или деактивирале метафоре које ће мотивисати подршку одређеном политичком актеру (Исто).

#### **4.4. Медијски оквири**

Уоквиравање није нужно свесни процес код новинара, већ је резултат њихових несвесних претпоставки о друштвеном свету. Иако оквири нису јединствени и константни, они су база за новинарски рад и служе као менталне мапе које се могу брзо активирати и умањити напоре новинара при изради медијских садржаја (Dunwoody, 1992: 95). Критички истраживачи сматрају да је медијско уоквиравање начин за реализацију медијске моћи, јер су сви облици уоквиравања идеолошки обојени (Glasgow University Media Group, 1976).

Медијски оквири омогућавају појединцу да перцепира свет, посебно делове који превазилазе зоне претходних искустава појединаца. Као принципи селекције, оквири су кодови које медијски професионалци рутински користе да би процесуирали велике количине контрадикторних информација и они воде успешној рутинизацији медијске делатности. Медијски оквири су нужност, јер настају из потребе да се протумачи реалност и нађу оријентирани кроз замршену мрежу догађаја (Milivojević, 2015: 72). Оквири који се појављују у медијима имају највише утицаја када су у вези са питањима која су публици значајна или са вредносним конструкцијама као што су религиозна уверења, политичко

---

<sup>23</sup> Гофманова анализа о улогама (Goffman, 1959) у основи је друштвене интеракције. По њему, уоквиравање настаје услед поклапања улога које су организоване у наративе, наратива који су структурисани у оквире, једноставних оквира који се комбинују у комплексне наративе, семантичких поља у језику која су повезана са појмовним оквирима и мапирања оквира уз помоћ неуронских мрежа конструисаних на основу искуства.

партизанство или идеологије. Они предлажу везу између два концепта, проблема или ствари, тако да након излагања уоквиреној поруци, публика прихвата или је бар свесна постојања везе (Entman, 2010: 393-395).

Медијски оквир се може дефинисати као принцип организације који управља догађајима и који помаже људима да лоцирају, опажају, идентификују и означавају свакодневне догађаје (Gofman, 1974: 21). Новинар у медијске оквиру поставља информације приликом извештавања, а које се односе на писани, говорни, графички или визуелни модел поруке који он користи за контекстуализацију теме, уз помоћ предности и ограничења медијског канала (D'Angelo, 2017). Оквир почива на апстрактном принципу и није исти као текстови кроз које се манифестује, рутински се и упорно употребљава, што му омогућава да пренесе симболичке облике изражавања и препознатљиве обрасце или структуре (Reese et al., 2003: 11). Оквири које медији користе су као макро-конструкти, који су неопходни за смањење сложености питања и прилагођавање потребама и ограничењима медија и публике. Они су атрибути самих вести, док су појединачни оквири информације и когнитивне шеме. Медијски оквири се граде употребом властитих средстава медија, што обухвата писану или изговорену реч, слике, звукове, визуелне елементе свих врста, итд. (Scheufele & Tewksbury, 2007: 10). Већина медијских студија када се бави анализом медијских оквира то ради у оквиру вести, независно да ли је реч о традиционалним или савременим медијима. Вести као облик медијског садржаја су системи знакова формулисани у складу са одређеним правилима која регулишу и разликују њихова значења (Pan & Kosicki, 1993: 55-76).<sup>24</sup> Њих израђују новинари, репортери, уредници и писци у продукцијским поставкама уз вођство радних теорија које се састоје од: менталних репрезентација, новинарских организационих ограничења, правила, конвенција, ритуала и структура дискурса и очекиваних одговора публике (Tuchman, 1978).

Претходна истраживања производње и селекције вести сугеришу неколико аспеката који могу утицати на то како новинари уоквирују неко питање. Ту спадају: друштвене норме и вредности, организациони притисци и ограничења, спољни притисци интересних група и других креатора политике, професионалне рутине и идеолошке или политичке оријентације новинара (Tuchman, 1978). Различите студије су испитале подскупове ових утицаја на изградњу оквира. Неки су тврдили да је начин на који су вести уобличене у масовним медијима резултат друштвених и професионалних рутина новинара (van Dijk, 1985), вођених идеологијом и предрасудама (Edelman, 1993: 232) или обликованих у интеракцији новинарских норми и пракси и утицаја интересних група (Gamson & Modigliani, 1987).

Сваки оквир вести мора имати препознатљиве концептуалне и језичке карактеристике које су опште прихваћене у новинарској пракси. Он се мора разликовати од осталих оквира и имати репрезентациону ваљаност (мора бити опште признат) и не може бити само производ истраживачке маште (Cappella & Jamieson, 1997: 47, 89). Ентман (Entman, 1993: 52) је предложио да се медијски оквири, оквири вести, могу идентификовати присуством или одсуством одређених кључних речи, фраза, стереотипних слика, извора информација и реченица које пружају јачање чињеница у складу са одређеном темом.

На Слици 2. се може уочити на који начин се формирају оквири вести као резултати интеракције између спољњег света и унутрашњих процеса у главама како новинара, тако и публике. Процес уоквиривања увек креће од друштвене стварности и реалности (политичка, економска...) о којој се извештава и од које се формирају приче. Оне се даље уз помоћ анализа и интерпретације медијских радинка пакују у дискурсне јединице које улазе у компромис са многим другим фактима под дејством игара моћи.

---

<sup>24</sup> Гамсон (Gamson, 1988) је представио конструкционистичко објашњење обликовања вести. Према овом истраживању грађани користе оквири доступне у медијским извештајима као ресурсе, али интегришу те информације у нове оквири обојене личним искуством. Изградња оквира у медијима представља срж процеса у којем се репродукују културне вредности и норме.



Слика 2. Модел формирања оквира вести  
Извор: (D'Angelo, 2002: 880)

Новинари користе бројне уређаје за уоквиравање који су носиоци оквира вести. Средства (уређаји) за уоквиравање се различито дефинишу у литератури, па је Гитлин (Gitlin, 1980) открио да један оквир може бити ношен средствима тривијализације, поларизације, неслагања, маргинализације, потцењивања и омаловажавања итд. Ентман (Entman, 1993) дефинише оквире на основу тога како се проблеми или догађаји преносе помоћу уређаја за уоквиравање као процеса који дефинишу проблеме, дијагностикују узроке, доносе моралне пресуде и предлажу решења. Ајенгар и Киндер (Iyengar & Kinder, 1987) су испитали три уређаја за уоквиравање који су се односили на приписивање одговорности, а Пан и Косицки (Pan & Kosicki, 1993) користили су средства за уоквиравање која су заснована на синтаксичким, сценаристичким, тематским и реторичким структурама.

Поред тога, на формирање оквира делује: званичан дискурс проистекао из политичке и друштвене сфере (политика и колективна акција), затим оквири публике и процена могућности спознаје истих од стране циљне групе. Оквири публике настали су уз помоћ процеса социјализације, сазревањем кроз процес одлучивања и интеракцијом са претходним знањем публике и њиховим поимањем себе и света око њих (D'Angelo, 2002: 880, 881).

Већина студија која се бави истраживањем медијских оквира заснива се на радним или оперативним дефиницијама оквира које су дизајниране за потребе посебне студије. Постоје два приступа које истраживачи најчешће користе да би истражили употребу оквира у вестима. Један је индуктивне природе и он се уздржава од анализе вести уз помоћ претходно дефинисаних оквира вести (Gamson, 1992; Neuman et al., 1992), већ се оквири појављују у току анализе из материјала који се истражује. Ове студије су критиковане због ослањања на премали узорак и због тешкоће да се понове (Hertog & McLeod, 2001). Други приступ је дедуктиван и истражује оквире који су дефинисани и операционализовани пре истраживања. Ту је реч о примени концизних, априори дефинисаних и операционализованих оквира у анализама садржаја.

Индуктивни приступ омогућава детекцију оквира помоћу урањања у одабрани узорак. У одабраним вестима се проналазе елементи који се користе за уоквиравање и асоцијације које доводе у везу ове елементе, јер оквир настаје из асоцијације. Назив мора бити довољно апстрактан да би се могао применити у другим ситуацијама (Abreu, 2015).

Сложеност студија заснованих на индуктивном приступу довела је до тога да већина студија користи дедуктивну методу (Semetko & Valkenburg, 2000: 102). Оваква анализа је лакша за извођење, може се применити на великом узорку и лако је поновљива. Главни

недостатак овог приступа је губитак релевантних информација, јер оквири који нису дефинисани априори не могу се открити или мерити (Abreu, 2015). Зато они истраживачи које се одлуче за овај приступ обично разматрају оне оквири које су користили други истраживачи, а који су применљиви на предмет проучавања.

У истраживању у овом раду оквири ће се испитивати на основу идуктивног приступа. Оквири ће бити формулисани на основу познавања контекста кризе да би се они касније детектовали у анализираним садржајима, класификовали и да би се одредиле њихове додатне карактеристике. На тај начин, биће лакше указати на појединичне аспекте стратешких оквира који се појављују у домаћим медијима. Путем њих реализује се симболичка политика и уочавају се последице деловања новинарке рутине. Тако се може и утврдити шема/модел по коме медији извештавају независно од карактеристика саме кризне ситуације.

#### 4.5. Врсте медијских оквира

Новинари приликом извештавања о различитим догађајима и ситуацијама могу користити много различитих оквира. Неки оквири погодни су само за одређене теме или догађаје, док други превазилазе тематска ограничења и могу се препознати у односу на различите теме, периоде и културне контексте. Зато ће у овом поглављу бити представљене различите типологије оквира у зависности од њихове природе и садржаја.

У литератури о уоквиравању се често спомињу *генерички и специфични* оквири (de Vreese, 2005: 52). Специфични оквири се могу применити само на одређену тему или догађај, док се генерички оквири могу применити са већом флексибилношћу на различите догађаје у различитим физичким, временским и културним просторима. Генерички оквири омогућавају генерализацију потребну за образлагање теорије кадрирања (Abreu, 2015).

Друга студија је идентификовала пет типичних генеричких оквира које медији често користе (Semetko & Valkenburg, 2000: 93–109): 1) *оквир сукоба*: новинар се фокусира на сукоб између појединаца, група, институција, региона или нација како би привукао интересовање публике; 2) *оквир људскости*: новинар користи ефекте персонализације у причи и наглашава емоционалне аспекте догађаја или проблема; 3) *оквир економских последица*: фокус је на економским последицама догађаја или проблемима који муче појединце, групе, институције, регионе или земље; 4) *морални оквир*: фокус је на верским или моралним рецептима у праћењу догађаја или проблема; 5) *оквир одговорности*: новинар приписује одговорност за узрок или решење проблема. Све ове врсте оквира могу се користити за извештавање о различитим темама и могу се комбиновати, али и користити појединачно (Исто).

Поред њих постоје студије које повезују оквири вести са општим карактеристикама вести као што су новинарске конвенције, норме и вредности вести. Свакодневно медијско покривање догађаја тежи епизодној интерпретацији (*епизодни оквири*) у којој вести приказују социјална питања која су ограничена на сам догађај и немају ширу интерпретацију или контекст (*тематски оквир*) (Iyengar, 1991: 136). Како норме и стандарди у новинарским организацијама и продукција вести јачају епизодно кадрирање, сложена питања се поједностављују до нивоа анегдотских доказа (Исто: 137) и доводе до тематског, неорганизованог и изолованог кадрирања, пре него до општег и контекстуалног разумевања јавних и социјалних питања.

Посебна пажња у овом раду ће се посветити типологији оквира коју су дали Сноу и Бенфорд (Snow & Benford, 1988: 200-205) и који разликују три врсте оквира: *дијагностичке, прогностичке и мотивационе*. Дијагностички оквири заснивају се на идентификацији проблема и атрибута који се односе на утврђивање извора и узрока проблема, кривце и кривца за дати проблем и одговорности за проблем. Напредне студије су прошириле задатак дијагностичког оквира повезујући га са проучавањем оквира неправде (Anheier et al., 1998). Оквири неправде су дизајнирани тако да унесу нормативну, па чак и моралну димензију у процес идентификације проблема тако што проналазе жртаве (Benford & Hunt, 1992: 47).

Поред тога, долази до проширења дијагностичког уоквиравања кроз атрибуционе и граничне оквири, који настоје да идентификују и припишу узрочност и кривицу за предметну неправду са циљем да се створи консензус о извору проблема и разграничи добро и лоше (Gamson, 1995). Прогностички оквири укључују артикулацију предложеног решења проблема или плана и стратегије. Они се односе на прогнозе и циљеве који омогућавају реализацију планова различитих актера. Мотивациони оквири су организациони оквири или оквири покрета. Идентификоване су три димензије ове врсте оквира: централизација, искуствена упоредивост и наративност (Snow & Benford 1988: 200-205). Централизација је у вези са повезаношћу уверења, вредности и идеја са оквирима публике и њиховог значаја за мобилизацију те публике (Rokeach, 1973). Искуствена упоредивост односи се на могућност поређења различитих перцепција о кризној ситуацији а која произилази из претходног искуства публике из сличних ситуација. Наративност обухвата потенцијал оквира да што шире опише и објасни кризну ситуацију и тако лакше мотивише публику.

Ова типологија ће се користити у овом раду, јер се уоквиравање кризних ситуација најчешће односи на утврђивање узрока и последица кризе и приписивање одговорности из одређене перспективе (дијагностички оквири). Након тога, прогностичким оквирима даје се перцепција развоја кризе у будућности чиме долази до лакше манипулације ситуацијом и указивања на снагу и моћ појединачних субјеката који се презентују као кризни менаџери и нуде своја решења и стратегије. На крају, мотивациони оквири могу пробудити тежњу публике ка промени што је један од начина за превазилажење кризних ситуација. Такође, категоризација Сноуа и Бенфорда (Snow & Benford, 1988: 200-205) је општег карактера и могу јој се лако додати стратешке карактеристике у складу са интересима политичких субјеката и радним рутинама домаћих медија у испитаним студијама случаја.

## 5. СТРАТЕШКО УОКВИРАВАЊЕ

Амерички политички консултант, Франк Лунц (*Frank Luntz*), је први користио теорију уоквиравања како би дизајнирао стратегије које би увећале моћ политичке комуникације и утицале на понашање јавности. На основу претходног рада из области психологије, социологије, економије и комуникација, 1997. године, Лунц је припремио извештај, „*Језик 21. века*“, који је циљао на државне конгресмене и обухватао савете који су се односили на то да није увек важно шта ће се рећи, него како ће се то изговорити (Abreu, 2015). Извештај је био значајан, јер је садржао термине и фразе које би политичким говорницима омогућиле да лакше убеду публику у своје ставове. Наведене речи и изрази су изазивали израженије реакције, јер су били у вези са емоцијама публике. Поред тога, оне су биле у складу са већ формираним ставом јавности о одређеним проблемима и медијски посредованим интерпретацијама догађаја у стварности. Лунцову стратегију је пратила Демократска странка у САД, уз Лакофов (*George Lakoff*) документ под насловом „*Не мисли на слона*“ (Lakoff, 1996), а који су заједно показивали да ефекат медијских порука у предизборним кампањама више зависи од начина презентације информација, него од самих информација (Scheufele & Tewksbury, 2007).

Током последњих петнаест година, истраживачи су документовали утицај који оквири могу имати на публику вести. Најчешћи налаз је да излагање вестима доводи до учења које је у складу са најчешће презентованим и понављаним оквирима. Ако у медијским извештајима доминира један оквир, посебно ако потиче из елитног извора, публика ће се водити тим оквиром (Semetko & Valkenburg, 2000:100). Ово истраживање је, такође, показало да медијско извештавање може снажно утицати на начин на који публика тумачи вести и њихове главне актере. То значи да друштвене институције и елите могу доминирати друштвеним светом и довести до различитих промена у друштвеном уређењу тако што ће промовисати оквири који су у складу са сопственим интересима. Те когнитивне оквири, који изражавају ставове елита, новинари ефикасно презентују у садржају вести и тек тада оквири могу да се прошире на масовну публику (Gamson, 1988). То значи да је улога новинарства

да створи форум у коме се идеје о друштвеном свету рутински представљају и расправљају. Тако и данас, социјалне институције доминирају на медијском форуму, јер имају моћ да утичу на оквире који се рутински користе за структурирање вести о друштвеном свету. Оне промовишу оквире који треба да ојачају или учврсте постојећи друштвени поредак и да маргинализују оквире који постављају питања о нерегулисаним стварима.

### 5.1. Дефинисање стратешких оквира

Формирање стратешких оквира односи се на информисање публике и на њено усмеравање на одређене аспекте садржаја и теме, што доводи до процеса убеђивања и специфичног тумачења друштвене стварности (Hallahan, 2008). Циљ је да се ова тумачења преузму, усвоје, шире и користе за будућу класификацију и оцену јавних догађаја, проблема и ситуација (Hallahan, 2008 према Vubanja, 2021:36). Истичући једне, а искључујући друге аспекте, врши се притисак на публику да размишља на одређене, пожељне начине о датој теми и користи селективно своје знање и сећање везано за њу. Уз помоћ процеса повезивања, ојачавања, ширења и трансфера новинари креирају стратешке оквире који нису неутрални и садрже спортску терминологију, уз стално инсистирање на бинарним поделами и односима моћи алудирајући на победнике и губитнике у политичкој арени (Cappella & Jamieson, 1997). У том смислу Танкард (Tankard, 2001:101) скреће пажњу на специфично коришћење елемената попут наслова, поднаслова, цитата, фотографија, али и многих других који служе као средства за кривљење, тј. стратешко бојење оквира.

За потребе овог рада *стратешки оквир* ће се дефинисати као медијски оквир у коме постоји јасна назнака интенције политичких или других актера да се делује на ставове, веровања, мишљење публике и који преноси одређени наратив који је обојен позитивно или негативно. Он подстиче публику да размишља на специфичан, пожељан начин о одређеној теми, док у њеном тумачењу користи само један део свог знања о њој. Он је облик новинарског оквира који је формулисан у складу са очекивањима доминантних друштвених и/или политичких актера (Hallahan, 2008).

Оквир стратегије је фокусиран на аспекте као што су стил политичких кандидата, њихова личност, тактика и развој изборне кампање итд. У овој врсти уоквиравања језик рата и игре често се користи (напад, битка, победа, пораз итд.). Да би се публика заинтересовала, стратешки уоквирене вести углавном истичу људске аспекте кампање, недовољно представљају политички дискурс и наглашавају улогу институција (странака, нивоа власти итд.) у односу на улогу појединаца као чланова масовне публике. Са друге стране, медијско покривање политичких питања усредсређено је на доњу линију, што значи суочавање са социјалним проблемима или последицама политике које спроводе или предлажу политички кандидати (Rhee, 1997).

Стратешки оквири настају (Bennett, 2004): 1) персонализацијом - публика се емотивно везује за приче политичара, 2) драматизацијом - наглашавање новости које се поједностављују драматичним изразима, 3) фрагментацијом - вести су изоловани делови информација, нису део ширег контекста, 4) преиспитивањем ауторитета - привилегије власти су пренаглашене да би добиле легитимитет или демонизоване у циљу подизања драматичности (Danges, 2010). Селективно наглашавање елемената и скривање других, указује на важност стратешког деловања у уоквиривању и на потенцијални сукоб који може настати између различитих актера који промовишу своје оквире (Mitić, 2015: 318).

Вести које су уоквирене стратешким оквирима обично се: 1) фокусирају на победу и губитке, 2) укључују језик рата, игара и такмичења, 3) садрже извођаче, критичаре и публику, 4) фокусирају се на стил кандидата и перцепције и 5) дају тежину анкетама и оценама кандидата. Стратешке вести доминирају у америчким вестима које покривају не само изборне кампање, већ свакодневна политичка питања (Cappella & Jamieson, 1997: 47). Фокус на победу и губитак и анкете веома подсећају на расправу Патерсона (Patterson, 1993: 57–58) о употреби „*шема игре*“ у изборним вестима. У овом случају, појам игре се односи на стратегије и (предвиђања) изборног успеха, наглашавајући позицију кандидата у

изборној трци. Патерсон (Patterson, 1993: 57–58) даје доказе о историјском порасту коришћења оквира игре или оквира „коњичке трке“ у медијским извештајима о америчким изборима и покривању социјалних питања попут сиромаштва, криминала и незапослености.

#### 5.1.1. *Оквири игре као најчешћи вид стратешких оквира*

Извештавање новинара о политичким догађајима често почива на „шеми игре“ по којој се политика посматра као стратешка игра у којој се кандидати такмиче за предност (Исто). Овакво медијско извештавање се не бави суштинским питањима, будући да се новинари фокусирају на особе, а не ситуације и разматрају својства и мотивацију политичара, а не питања управљања. Како је стратешки оквир интерпретације заснован на спортском моделу, он кодира (неосновану) претпоставку да је победа једина мотивација политичара (Carpella & Jameison, 1997: 84).

Оквирима игре новинари наводе публику да се усредсреди на следећа питања: који политичар осваја масе својим понашањем (побеђује) и какве тактике и стратегије том приликом користи. Они охрабрују публику да се сконцентрише на победнике, а не на квалитет игре који се води у јавној, политичкој арени. Ово претвара политичаре у извођаче, слично спортистима или глумцима са пажљиво дизајнираним порукама. Новинари преузимају и усвајају оквири политичара и представљају политику као вид такмичења и спорта (Watson, 2011: 299).

Не само што стратешки оквир игре омогућава новинарима да лакше стварају приче у року, већ овај приступ захтева и мање ресурса за истраживање сложених расправа о јавним политикама (Fallows, 1997). Све већи број прича ослања се само на запажања новинара или референце политичких порука (Lavrakas & Traugott, 2000: 10). Фокусирање на кандидате, познате личности, њихову историју, успехе и неуспехе привлачи већу публику (Iyengar et al., 2004). Та хетерогена, масовна и незахтевна публика омогућава медијима да брзо и ефикасно прате стање „политичке трке“, јер не траже детаљне приче и извештаје, а што води претварању медијских организација у политичке поверенике (Aalberg et al., 2011).

Промене у политичком систему и у медијском пословању у последње две деценије створиле су још повољнију климу за вести уоквирене стратешким оквирима игара (Patterson, 1993; Fallows, 1997). У међувремену, успон телевизије и „celebrity“ новинарства утицао је на природу професије охрабрујући све драматичније, отвореније и интерпретативно извештавање. У исто време, парадоксално, третирање политике као спорта омогућава новинарима да одржавају привидан став објективности. Усредсређивањем на „техничке“ аспекте политичке игре - стратегије, тактике, победе и губитке - новинари ће лакше избећи појављивање политичких странака (Hallin, 1994: 25). Они такође захтевају одређену стручност која не захтева напорно истраживање суштине сложених јавних расправа. На пример, кадрирање политике као стратешке игре одражава стални фокус новинарства на драму, сукоб и негативност, а у њих укључује елитне појединце или политичке групе. Он пружа новинарима материјал за њихово свакодневно извештавање због концентрације на мање политичке детаље, што анализу визија и проблема политике чини устајалим и већ виђеним (Lawrence, 2000: 93–114).

Већина студија је документовала доминацију оквира игара у изборним вестима, али је оквир игре релевантан и у периодима који нису предизборни. Медијске организације ће производити више или мање вести које су уоквирене стратешким оквирима игре у зависности од фазе политике. Мање је вероватно да ће се стратешки оквир игре применити у фази креирања политике, али ће се користити у фази развоја, решавања проблема и наглашавања негативности опозиције (Исто).

Један од кључних разлога зашто истраживачи анализирају стратешке оквирима игре јесте чињеница да такво кадрирање може имати негативне последице по демократију (Carpella & Jameison, 1997; Patterson, 1993). Када се медији не баве суштинским питањима, већ се усредсређују на стратегије и обележја актера, они поткопавају политичке информације и ангажман и активирају политички цинизам. То се дешава зато што стратешки оквири вести



чине видљивијим политичке интересе и смањују знање о политичким позицијама. Иако стратешке вести садрже и неке информације о политичким проблемима и решењима, стратешки оквири вести предлажу публици да се присећа стратешких, а не садржајних информација (Cappella & Jameison, 1997). Чак и ако се понуде неке значајније информације, мање је вероватно да ће их публика перципирати. То се дешава зато што стратешки оквири игре одвлаче публику од суштине приче. Дакле, стратешки оквири игара имају негативне импликације на демократију, јер смањују политичку информисаност грађанства. Стратешки оквири игре доказују самоиницијативност политичког процеса и његових играча, јер они који су изложени стратешки уоквиреном покривању политике значајно су склонији да психолошки усвоје стратешки оквир у својим интерпретацијама и оценама политичког понашања (Исто).

Стратешко знање је врста цинизма публике, тврде Капела и Џејмисон (Исто),<sup>25</sup> а главни разлог је то што стратешко извештавање подразумева мотиве који се заснивају на политичком интересу, а не општем добру. Цинизам је дефинисан као супротност политичкој ефикасности (Aalberg et al., 2011) и значи неповерење у различите друштвене, економске и политичке институције. Бројне студије (Cappella & Jameison, 1997; Rhee, 1997;) повезале су изложеност стратешким вестима са политичким цинизмом и манипулисањем медијским садржајима. Пошто политичари виде да сукоб и стратегија добијају више пажње у медијима, а новинари сматрају да је стратешко покривање оно што јавност жели и медији и политички лидери минимизирају приступ јавности самој суштини. Цинизам се повећава пристрасним вестима, јер се друге информације искључују. Иако неки научници тврде да тенденција кадрирања политике као стратешке игре има негативне ефекте на знање, поверење и ангажман публике (Newton, 2006; Norris, 2000), други тврде да извештавање кроз стратешки оквир чини вести узбудљивим (Irwin & van Holstein, 2008; Kedar, 2009).

У студији Беноа и других (Benoit et al., 2005) долази до раздвајања вести у којима доминирају политика и карактер политичара, „трке коња“ или такмичења између политичара, реакције публике и скандали и информације о изборима. Штавише, оквир игре подељен је у осам поткатегија: стратегија, догађаји у политичким кампањама, анкете публике, предвиђања, одобрења, избори, прикупљање средстава и потрошња средстава (Исто). Осим студија које истражују уоквиривање политике кроз доминантне оквири, постоје и неке које се залажу за више тема у једним вестима. Поједини истраживачи уоквирују по две теме по причи правећи разлику између политичких кампања и суштинских питања (Just et al., 1999: 27), док други анализирају примарну и секундарну структуру сваке приче и кодирају главну структуру на сваком нивоу (Cappella & Jameison, 1997). Укратко, у литератури се могу открити два главна образаца у погледу операционализације оквира игре. Један се односи на кодирање стратешког оквира игре као доминантног оквира, док се у другом приступу разликују бројни подоквири на основу њиховог присуства или одсуства у вестима (Aalberg et al., 2011).

Наведени трендови и карактеристике политике и савременог новинарства објашњавају снажну привлачност између новинара и стратешких оквира и њихову све већу распрострањеност. Они нам, ипак, не говоре зашто или под којим околностима медијске организације настављају да производе упоредо и непристрасне и стратешке вести. Уместо тога, медијске организације користе неутралне или стратешке оквири у зависности од контекста. Елитни или политички сукоб се заправо сматра основним и најважнији елементом вести који ће одлучити о начину на који ће вест бити уоквирена и који са собом обично носи стратешки оквир (Cook, 1996: 474). Нису сви сукоби подложни да се стратешки уоквири, поготово кроз оквир стратешке игре, нити новинари шему игре подједнако примењују на све врсте политичког сукоба. Уместо тога, оквир игре је највероватније да ће се користити у ситуацијама које су описане као „контролисани сукоби“ или „сукоби са кретањем“. Када се вести рутински објављују, новинари су у могућности да

---

<sup>25</sup> Студија о *Спирали цинизма* из 1997. године (Cappella & Jameison, 1997).

визуелно приказују догађаје као део веће, шире приче и померају заплет из једне епизоде у другу (Cook, 1996: 474). Свака дневна новост која је у вези са изборним причама, свако откривање или одобравање, добија на значају због свог имплицитног односа према већој причи и доприноса теми: „ко ће победити“. Стратешко уоквиравање политике је најзанимљивије када је извештавање обележено јасним сукобом који обећава решење, што Кук (Cook, 1996: 474–475) описује као „сукоб са кретањем“. „Сукоб без кретања“ нуди мало тога што новинари препознају као вести, јер вести нису сукоб сам по себи, већ бескрајни низ сукоба и тренутних решења који се крећу кроз различите политичке фазе. Заправо, мање је вероватно да ће новинари извештавати о сукобу за који се чини да „иде било где“ (Исто).

### 5.1.2. Оквир сукоба као вид стратешког оквира

У политичким вестима су конфликтни оквири, кризни оквири или оквири сукоба приказани кроз критику или напад на политичке актере и обухватају презентацију различитих политичких ставова у медијима. Конфликтни оквири подразумевају активну новинарску интервенцију и прераду оквира које су предложили политички или друштвени актери (Bartholomé et al, 2018). Новинарска интервенција или „дискрециона моћ медија“, односи се на степен до кога медији преузимају формативну улогу у обликовању дневног реда политичара. Вести уоквирене стратешким конфликтним оквирима могу се усредсредити на питања политике и „тешке“ информације<sup>26</sup> (Hänggli & Kriesi, 2010), али и на насиље између политичара, уместо грађанске политичке расправе (Mutz & Reeves, 2005).

Обично се разликују *материјални конфликтни оквири* који су усредсређени на политичке идеје, политичка и идеолошка питања и вредности и *нематеријални конфликтни оквири* који се углавном баве политичким процесом, политиком као игром или личним нападима на политичке субјекте. Значај такве разлике у конфликтном кадрирању лежи у исходима оквира на понашње публике (Bartholomé et al., 2018). Ово показује да су конфликтни оквири вишеслојни и сложени конструкти у вестима, а не једна целина.

Поред тога, две димензије посебно важне за стратешко конфликтно уоквиравање су: ниво суштинске важности вести и ниво новинарске интервенције. Тако се конфликтни оквири разликују и на основу тога у којој мери новинари интервенишу током процеса производње вести, што обухвата спекулације о последицама политичких сукоба и супротстављеним политичким актерима и новинарска тумачења и анализе политичких неслагања. Новинари могу бити и део политичког сукоба додавањем коментара у оквиру вести која представља ставове о темама (Исто).

Новинарска интервенција је значајна за конфликтно кадрирање (Strömbäck & Dimitrova, 2011: 32, 33). Када новинари не интервенишу, претходно достављени материјали и информације преносе се описним стилем који нуди детаљан и фактичан опис догађаја. Супротно томе, новинарска интервенција и интерпретација достављених порука и информација (интерпретативни стил) значи да ће извештавање о одређеном догађају превазићи претходно достављене чињенице и изјаве извора (Falasca, 2014) и обухватити новинарска објашњења и анализе. Када новинари извештавају својим речима, сценаријима и проценама о одређеном догађају или личности значи да је на делу новинарска интерпретација која се обично прилагођава ситуацији о којој се извештава (Esser, 2008: 403). Новинари могу обављати своју улогу „чуvara“ и сами процењивати или нападати политичаре. Овде се интервенција тумачи као степен у којем новинари спроводе одређене мисије и вредности уместо да делују као одвојени, објективни посматрачи. Супротно томе, критички интерпретативни стил подразумева објашњење неке чињенице, без обавезног укључивања процене вредности од стране медијског радника (Benson & Hallin, 2007). Ова димензија подсећа на „улогу чуvara“. Политички сукоби у вестима могу се окарактерисати

<sup>26</sup> Информације које носе nelaгoду, тужне вести, оне које су узнемирујуће и потресне.

неутралнијим и описним или интервенционистичким стилем, с више новинарске интерпретације и процене политичара укључених у сукоб (Bartholomé et al., 2018).

### 5.1.3. Улога стратешког уоквиравања

Стратешко уоквиравање помаже у повезивању нових и постојећих идеја и норми и доприноси изградњи убедљивих порука. Ове поруке су тако уоквирене да су у складу са циљевима, тежњама и идејама доминантних политичких елита и уско су повезане са уверавањем. Стратешко уоквиравање требало би да буде најефикасније у обликовању преференција доносиоца политика када повезује нове и утврђене идеје за конструкцију убедљивих порука које имају велике домете (Labonte, 2013: 59, 60).

Стратешки оквири могу допринети стварању или проширивању политичког простора потребног за преиспитивање преференција политике, као и за стварање динамике и подршке новој, алтернативној политици или статусу „*quo*“. Проучавање динамике и начина на који се обликују одлуке о политици помаже у отклањању недостатака у знању публике о томе како норме делују и помажу (или не) у стварању политичке воље. Кад се стратешки уоквире, норме се могу комбиновати са материјалним факторима на неочекивани начин и у неким случајевима могу тако снажно одјекнути да резултирају променама у политичким преференцијама, што је и крајњи циљ стратешког уоквиравања. У другим случајевима, норме и стратешко кадрирање засновано на њима јачају материјалне факторе доношења одлука (Исто: 60-64).

Оквири лоцирају питања унутар ширег друштвеног и историјског конструкта и тамо где су ефикасни, помажу у постизању когнитивне доследности међу циљном публиком. То раде пружајући контекст за тумачење одређене ситуације, а затим указују на одговарајуће понашање за тај контекст. Заправо, оквири су основни градивни блокови за шире резонантне норме, а самим тим и за легитимни нормативни поредак. На пример, ефикасно стратешко кадрирање може да помогне новинарима да идентификују узроке политичких дилема или кризе, спекулишу о њеним последицама, идентификују актере који су одговорни за дилему или кризу и развију политичке опције за решавање дилеме или кризе. Такође, уоквиравање може помоћи у стварању алтернативних тумачења догађаја у ситуацијама када суверена власт непримерено користи силу (Исто).

Ефикасност стратешког кадрирања је уско повезана са интензитетом интересовања публике за одређену тему и стварањем политичке воље. Да би идеја одјекнула међу масовном публиком, она мора да буде уоквирена на начин који изазива неки праг интересовања код публике и мора да садржи убеђујуће факторе који помажу у модификацији преференција, интереса или ставова појединаца. Убеђујући фактори се разликују по томе колико су добро „упаковани“ са другим факторима и уграђени у политику, али и колико су усклађени са основним идејама и нормама које креатори политике већ поседују (Исто).

## 5.2. Разлика између медијских и стратешких оквира

У савременој медијској пракси, новинар има кључну улогу у формирању перцепције стварности и у начинима њене интерпретације од стране публике. То је истовремено и основа која омогућава уочавање разлика између медијског и стратешког уоквиравања. Када новинар о догађају или сукобу извештава тако што пружа увид у све стране укључене у догађај и међусобно их упоређује, али ипак даје предност одређеним аспектима проблема у односу на друге, говоримо о медијском уоквиравању. Са друге стране, новинар може о истим тим догађајима и сукобима извештавати тако што ће вршити интерпретацију датих догађаја као персонализованих примера и сукоба у примени две врсте политике – политике које заступају странке на власти и политике коју заступају опозиционе партије. Када новинар током извештавања даје предност оним аспектима догађаја који су у складу са политичким интересима тада говоримо о стратешком уоквиравању (de Vreese, 2014: 140-152).

Медијски оквири вести играју трансформативну улогу у односу на спонзорисане оквири политичких елита. Њихову основу чини новинарска дискреција и аутономија. Они произилазе из новинарске праксе која је у вези са извештавањем о одређеној теми и садрже у себи кадрове елита из неутралне перспективе, што значи да медијски радници модификују кадрове да би они били мање пристрасни. Стратешки оквири су вид медијских оквира уз помоћ којих медијски радници догађаје из стварности представљају из одређеног угла који је у складу са интересима и циљевима политичких субјеката на власти или генерално субјеката који држе велику количину моћи у својим рукама и у складу је са унапред успостављеним дневним редом (de Vreese, 2014: 140-152). Медијски оквир обликован је правилима и условима рада новинара у њиховим новинарским редакцијама, док је стратешки оквир поред правила и услова рада новинара условљен и новинарском рутином у изради садржаја који ће се пласирати. То не значи само временски и просторни притисак, као код медијских оквира, већ значи и праћење одређене политике медијске куће која у савременом друштву обично није неутрална. Стратешки оквир настаје као последица пристрасних медијских организација које одавно више нису чувари капија и огледала стварности (Исто).<sup>27</sup>

У литератури која се бави обликовањем вести често се разматра да ли су теме и догађаји уоквирени одлукама новинара и уредника исто онолико колико су уоквирени и намерама политичких актера. Медијске организације тврде да се према свим садржајима и оквирима односе једнако, што осигурава да њихови извештаји не буду обојени. Ипак, актери се стално жале како медији фаворизују њихове противнике и дају предност једној страни у конфликтима (Entman, 2010: 331). Поред тога, стратешки обојене вести нису изузетак, иако то новинари обично тврде. Многа питања и догађаји уоквирени су кроз призме политичких актера, посебно владиних званичника, али понекад и челника интересних група, академских стручњака, представника покрета итд. Такви оквири имају политичку сврху, утичу на перцепцију јавности и усмеравају јавни дискурс (D'Angelo & Kuypers, 2010).

Стратешки оквири саставни су део медијске дневне агенде и они укључују три врсте делатности: истичу узроке проблема, подстичу моралне судове (и придружене афективне одговоре) и промовишу фаворизоване политике. Међутим, уколико се обрасци стратешког уоквиравања непрекидно понављају у различитим димензијама порука и медијима, то значи да медији могу систематски помагати ентитетима као што су политичке партије и политички субјекти и помоћи у дистрибуцији политичке моћи. То даље води пристрасном медијском садржају који се састоји од понављајућих образаца у оквиру успостављања посредоване комуникације, а која промовише доминацију једне стране у конфликтима и коришћење власти (Lawrence, 2000: 93–114).

Медијски и стратешки оквири имају исте изворе: политичке и економске субјекте, стручњаке за односе с јавношћу, „спин докторе“, менаџере, а да ли ће медијски радник формирати медијски или стратешки оквир зависи од идеолошког/политичког опредељења новинара, односно редакције. Кроз медијски оквир новинар ће добијену информацију разматрати из више перспектива, проверити је код више различитих извора и приказати различите аспекте истог догађаја или поступка. Кроз стратешки оквир, са друге стране, новинар ће информацију пренети у оном тону и онолико пута колико је довољно да убеди прво себе у одређену интерпретацију стварности, а потом и публику (Bubanja, 2021: 37). Стратешки оквир са собом носи персуазивни чин чији је финални циљ промена ставова публике и покретање акције или одржавање статуса „quo“ у зависности од контекста и ситуације (Hallahan, 2008). Циљ је да се ова тумачења преузму, усвоје, шире и користе за будућу класификацију и оцену јавних догађаја, проблема и ситуација. Истичући једне, а искључујући друге аспекте, врши се притисак на публику да размишља на одређене,

---

<sup>27</sup> Стратешке оквири могу користити и медији који су „режимски“ и који извештавају у складу са циљевима и интересима политичких субјеката на власти, али и алтернативни медији који критичари власти.

пожељне начине о датој теми и користи селективно своје знање и сећање везано за њу (Hallahan, 2008 према Bubanja, 2021:36).

Разлику између медијских и стратешких оквира можемо направити и на основу следећих елемената уоквиравања (Frameworks Institute, 2020):

- *Контекст* утврђује природу проблема, која се може видети као спор који се тиче свих или као невоља која погађа само одређене људе. Медијски оквири посматрају контекст из различитих перспектива, правећи поређење и објашњавајући ситуацију из угла свих субјеката укључених у догађај. Стратешки оквири шире контекст вести, бирајући увек панорамски поглед на проблем и баве се кривцима. Они не пружају саосећање са жртвама и емпатију, већ се наглашава лични допринос политичких субјеката у решавању проблема (Frameworks Institute, 2020);

- *Ланац објашњења* прави јасну, концизну и експлицитну везу између проблема и видљивих резултата и решења. Он показују повезаност између корена проблема и видљивих исхода. Ланци објашњења указују на значајне разлике које би се постигле променом политике или интервенцијом. Стратешки оквири подржавају разматрање проблема и специфична решења тако што дозвољавају просечном грађанину да брзо дође до основних увида у проблем позивајући се на експерте који не улазе у дубље разматрање и анализу проблема. Медијски оквир користи изјаве експерата, али и анализира дату ситуацију и превазилази погледе самих извора информација (Исто).

- *Примери објашњења* се лако преносе и појединачно мењају кроз процес преноса, што даје посебан тон и специфичност самим објашњењима ситуација. Медијски оквири уклањају непродуктивне претпоставке и показују јавности да решења постоје. Њима се разматра више погледа на ситуацију и интерпретирају се различита решења, али и одговорности за дату ситуацију. Пример који је структурисан кроз стратешки оквир даје једнострано објашњење које указује на кривца у ситуацији и неспособност или неагилност друге стране у решавању проблема, затим лоша претходна искуства опозиције и тек онда предлог решења (Исто).

- *Метафоре* објашњавају процес који је апстрактан, непознат, неразумљив, правећи компарацију са познатим и конкретним појавама, догађајима и стварима. Код класичних медијских оквира, кроз метафоре се врши разматрање проблема и нуде се специфична решења тако што се дозвољава публици да брзо дође до основних увида у проблем. Код стратешки обојених вести користе се метафоре спорта које указују на победнике и губитнике, имплицира се на такмичење и мерење снага и указује на хероје и жртве итд. Метафоре спорта омогућавају лакшу презентацију моћи и реализацију жеље политичких субјеката за поседовањем власти (Исто). Моћ и политика се повезују са спортом и физичком снагом, агресивношћу, чврстином, такмичењем. Крајњим симплификавањем комплексних идеолошких и етичких питања политика се представља „као релативно једноставан домен са јасно профилисаним учесницима (партијским екипама), унапред утврђеним исходима (победа или пораз) и једноставним циљевима (победити) (Semino & Masci, 1996: 246);

- *Садржај поруке* је другачији када је он уоквирен медијским или стратешким оквиром. Уз помоћ медијског оквира новинар добијене информације представља тако да се догађај интерпретира из неутралне перспективе. Код стратешки обојених порука садржај поруке је једностран и њени извори су појединци који држе одређену количину моћи у својим рукама. То значи да медији преносе ставове и перцепције које су у складу са претходно установљеним намерама и циљевима ових субјеката (Frameworks Institute, 2020).

- *Наратив* се односи на организацију идеја у кохерентан и целовит приказ проблема. Медијски уоквирене приче укључују идеје о томе ко је одговоран, како ствари (треба) радити, зашто постоје проблеми и шта се може учинити у вези са одређеном ситуацијом. Стратешки наратив је организација идеја обојена политичким циљевима и активностима, са парцијалним приказом проблема, одрицањем од одговорности и нереалним решењима ситуације (Исто).

- *Бројеви* подржавају језички конструисане оквири тако што ојачавају и унапређују стратегију уоквиравања. У стратешки уоквиреним медијским прилозима бројевима и статистиком се манипулише у циљу пружања подршке одређеним политичким ставовима. Бројеви (квантитативни подаци) у медијски уоквиреним причама пружају обим проблема, решења, али и веродостојност представљених анализа (Frameworks Institute, 2020).

- *Ред и распоред* значе да се догађаји представљају медијским оквирима оним редоследом како су се ствари и дешавале. Стратешки оквири препуштају ред и распоред процесу „прајминга“ уз помоћ кога се бирају делови догађаја који ће се представити пре и они који ће се представити публици касније, а што не мора бити у складу са редоследом самог догађаја (Исто);

- *Решења* се односе на примере успешно спроведених интервенција, обећавајућих приступа или ефикасних пракси које су уоквирене медијским оквирима. Укључивањем решења у оквир, комуникатори граде осећај ефикасности. Стратешки кадрови се фокусирају на колективна решења и јавне одговоре на друштвене проблеме (Исто).

- *Тон* подржава разматрање поруке и показује да је она разумна и да се може растумачити. Јасан тон у медијским оквирима наглашава да је порука намењена свима, а не само онима који се већ слажу са становиштем које је изражено. Стратешки оквир са собом носи реторички, морализујући или потчињавајући тон уз гомилу квази аргумената (Исто);

- *Вредности* утврђују зашто је неки проблем важан и шта је све доведено у ризик. Медијски оквири ослањају се на опште, људске вредности којима претходни право јавности да зна и слобода информисања. Стратешки оквири су окренути испробаним, колективним вредностима које оријентишу комуникацију према јавном разматрању проблема. Вредности на које ће се актери ослањати у размени порука код стратешких оквира су оне вредности које су утврђене претходним истраживањима и установљеним праксама или су у вези са одређеним ситуацијама у друштву (Исто).

- *Визуали* подржавају језички формулисане оквири избором слика које могу да ојачају или дају предност стратегији уоквиравања. Медијски визуали су склади са садржајима уз које се приказују, док су стратешки визуали пристрасни као и сам текст медијске поруке. Стратешке оквири прате фотографије или видео материјал који почива на стеротипном представљању одређеног догађаја или особе. Стеротипизација почива на фиктивном карактеру и постајаности, колективним карактеристикама и понављањем (Slavujević, 2009: 94).

На основу свих ових елемената, може се закључити да је разумевање текста вести које су оквирене медијским или стратешким оквирима сложен процес који укључује различита читања медијског садржаја, присутност одређених елемената, али и различита својства дискурса (Frameworks Institute, 2020).

Бројни теоретичари су разлике између медијских и стратешких оквира разматрали на основу текстуалне карактеристике вести. На пример, наслови вести могу указати на фаворизовање одређене интерпретације позивањем на (Rhee, 1997): релевантне идеје и концепте, аудио-визуелне компоненте, метафоре и приказе, симболе и иконичне фразе и текстуални формализам (Entman, 1994). Наслови могу да нагласе линију интерпретације као добру и релевантну и одбаце конкурентске идеје као неважне.

Гамсон и Модиглиани (Gamson & Modigliani, 1989: 1–37) идентификовали су „уређаје“ за уоквиравање који сажимају информације и нуде „медијски пакет“ о неком питању, а који обухвата: 1) метафоре, 2) примере, 3) фразе, 4) приказе и 5) визуелне слике, као елементе који служе за уоквиравање и који се могу стратешки бојити. Ову поделу, Танкард (Tankard, 2001:101) проширује и предлаже најцеловитију листу од 11 елемената за идентификацију и упоређивање медијских и стратешких оквира вести у које спадају: 1) наслови, 2) поднаслови, 3) фотографије, 4) наслови фотографија, 5) тагови, 6) одабир извора, 7) избор цитата, 8) цитат издвојен из ширег контекста, 9) употреба логоа, 10) приказ статистике и графикана и 11) закључне изјаве и параграфи, а на основу којих се могу утврдити разлике између медијских и стратешких оквира. Уз помоћ свих ових елемената може се утврдити и

стратешка обојеност прилога кроз уочавање кривљења, пристрасности, ширег контекста, кроз позив на игру, такмичење и супарништво и то тако што се дати елементи провлаче кроз све наведене процесе.

Дакле, стратешки оквири вести од обичних медијских оквира разликују се по томе што су усмерени на победу или губитак, садрже језик спорта, обухватају извођаче, критичаре и публику, истичу стил и перцепције политичких субјеката, дају на значају анкетама и стављају фокус на „тренутно испитан став јавног мњења“ (Cappella & Jamieson, 1997).

Приликом формирања стратешких оквира вести, новинари се користе следећим принципима усклађивања оквира што најчешће значи претварање медијског оквира у стратешки или такозвано бојење оквира (Benford & Snow, 2000: 205-211):

1) *премошћавање* - повезивање два или више сличних, али структурно неповезаних оквира који се односе на одређено питање или проблем (Исто);

2) *појачавање* - идеализација, улепшавање, појашњење или оснаживање постојећих вредности или уверења (Verbriger, 1998);

3) *ширење* - подвођење бројних појмова или ситуација под исти проблем. Поред тога, подразумева и ширење контекста догађаја или подвођење више различитих ситуација и проблема под исто окриље или исти проблем. Ова димензија одређује и у којој мери се стратешки оквир уклапа у постојеће културне вредности, веровања, наративе, народну мудрост и слично (Reese, 1996);

4) *трансформација* - промена старих схватања и значења и генерисање нових, посебно се истиче трансформација и редефинисање догађаја из прошлости којима се даје ново значење (Benford & Snow, 2000: 205-211).

Поред ових медијски радници могу користити и следеће технике да би оквири стратешки обојили:

а) *употреба емотивног језика* – или афективна логика где се циља на деловање емоција публике тако што се ситуације и догађаји описују позивањем на мајчинска осећања, љубав, и подразумева деловање на подсвест публике (Slavujević, 2009: 83),

б) *демонизација* – поступак којим се поједини субјекти и актери и њихови поступци чине лошијим и страшнијим него што јесу (Papaioannakopoulos & Zuckerman, 2021:470,471),

в) *виктимизација* – поступак којим се појединци портретишу искључиво кроз призму жртви којима се одузима свака друга врста људских карактеристика и захтева сажаљење и саосећање публике (Slater et al., 2004),

г) *селективност* – одабир информација који потврђује претходно изнете изјаве доминантних субјеката и твораца друштвено-важећих дефиниција (Slavujević, 2009: 80, 81);

д) *фрагментација* – одабир само једне стране приче и вађење прича из постојећег контекста да би се потврдила претходно установљена слика о ситуацији или догађају (Исто),

ђ) *драматизација* – наглашавање одређених карактеристика догађаја или проблема у циљу изазивања одређеног става јавности. Најчешће се корити за увећање осећаја страха и несигурности да би предложена решења истакла значај и способност лидера. Ова техника подразумева и поигравање са стереотипа и предрасудама које постоје у оквиру једног друштва (Willmore, 2021),

е) *персонализација* – врши се идентификација политике, програма и идеја са појединачним политичким личностима као њиховим носиоцима (Slavujević, 2009: 95),

ж) *наметање ауторитета* – доминантни субјекти се самостално постављају на значајне друштвене позиције у којима дају предност себи у односу на друге и истичу сопствени став насупрот ставова стручњака за дати проблем или ситуацију (Plumb, 2004: 433).

Како стратешки оквири имају задатак да публику убеду у одређену интерпретацију стварности, таква персуазија се, као што се може закључити, врши на више различитих начина. Најчешће се у стратешким вестима убеђивање обезбеђује позивањем на ауторитет, тј. субјекат који мора да буде компетентан, а његов суд омогућава тумачење уз презентацију

доказа. Поред тога, врше се хиперпоједностављења што значи банализовање проблема, тако што се он своди на једноставне и дефинитивне појмове (Фоа, 2017: 85).

Позитивне или негативне особине личности, нације или историјског раздобља пројектују се на неки други садржај (трансфер) уз обавезно етикетирање. У стратешким оквирима врши се позивање на заједничке вредности и користе се изрази јаког емотивног набоја који асоцирају на општеприхваћене вредности. Они служе постизању консензуса када је њихово понављање учестало. Свака оваква порука је став политичког субјекта и у складу је са размишљањем обичних људи, што значи да је реторика политичког субјекта разумљива, са пуно сусрета са припадницима цивилног друштва (Фоа, 2017: 85).

У медијским прилозима који су стратешки уоквирени, политички субјекат када се обраћа грађанима сугерише (Исто): да заслужује поштовање (истиче ауторитет и лични шарм, користи симболе власти, има нове сценографије), да је вредан дивљења (респектабилан је, има брзе реакције и солидаран је), саосећајан је и представља прави ослонац за целокупну публику (очевито нације). Навођење извора у овим прилозима, такође, не гарантује објективност, јер чињенице не говоре саме за себе. Постојање извора значи да је новинар вест добио консултујући се са неким изван редакције. Извори могу водити оперативном новинарству, али могу обухватити и већ постојеће и устаљене изворе, али и политички подесне изворе попут: ПР тимова, професионалних звезда, конференција за новинаре, говора и саопштења, али и рутинских места за информације обојених тренутном политичком номенклатуром попут полиције, болнице, суда (Лоу, 2013: 85).

Стварна пристрасност медија може се чак и утврдити по формули коју је конципирао Ентман (Entman, 2010: 339). Стратешка обојеност вести, тј. фаворизовање одређене идеологије, интересовања, групе или кандидата у медијским садржајима (**NS**) мери се уз помоћ следећих фактора: 1) чињеница које се опажају (**F**), 2) вештина посредовања вести од стране званичних извора (**S<sub>WH</sub>**), 3) способности опозиционих менаџера да публикују опозиционе садржаје (**S<sub>O</sub>**) и 4) контекста догађаја (**E**) (Entman, 2010: 339).

При томе, фактори 2) и 3) су комплексни, јер се њихово дејство увећава деловањем следећих детерминанти: а) пристрасност одлука које проистичу из процене политичке игре (**BE**), б) пристрасност одлука које произилазе из тржишне конкуренције (**BM**), в) пристрасност одлуке која произилази из личне идеологије (**BI**) (Исто).

Као што се може видети из дате формуле, и политички субјекти као доминанти извори информација (**S<sub>WH</sub>**) и чланови опозиције (**S<sub>O</sub>**) да би обезбедили веће дејство на медијске раднике морају користити додатна средства. У та средства спадају моћ, популарност, такмичење, политичка игра (**BE**) које се боје харизмом самих актера, ласкањем, њиховом реторичком вештином и тд. И на једне и на друге делују услови конкуренције (**BM**), али и пристрасност самих медијских радника приликом формирања медијских садржаја, а која настаје под утицајем владајуће идеологије и радних рутина (**BI**). Лична идеологија новинара комбинована је са свим осталим силама у моделу, укључујући менаџере, унутрашње притиске, власнике и руководиоце, тржишне подстицаје (Entman, 1989). Завршни израз у једначини означава контекст догађаја и друге непредвидиве варијабле (**E**) које могу значајно утицати на уоквиравање (Entman, 2010: 340).

Формула је (Исто: 339):

$$NS = F + [S_{WH} \times (BE + BM + BI)] - [S_O \times (BE + BM + BI)] + E$$

- **NS** = пристрасност/ стратешка обојеност вести;
- **F** = чињенице које се перципирају/опажају/преносе;
- **S<sub>WH</sub>** = вештина званичних извора (политичара на власти) да преносе своје интерпретације догађаја/проблема/ информација (вести);
- **S<sub>O</sub>** = вештина менаџера вести опозиције [под вештином се подразумева - харизма, реторика и по потреби застрашивање, ласкање и друге стратегије за оптимизацију уоквиравања с обзиром на: **BE, BM, BI**];



- $V_E$  = пристраност одлука које проистичу из процене политичке игре (моћ, популарност, јединство, цинизам);
- $V_M$  = пристраност одлука које произилазе из тржишне конкуренције (поједностављење, фрагментација, персонализација);
- $V_I$  = пристраност одлуке које произилази из личне идеологије;
- $E$  = контекст догађаја и други елементи који могу утицати на перцепцију.

Формула показује и да су стратешки обојене вести повезане са читавим сплетом околности, па тако контекст треба да обухвати одређену врсту проблема, недоумице или кризе у којима се могу исказати поларитети. Идеологија политичких субјеката боји оквир вести и укршта се са идеологијама и радом медијских кућа и организација, али и личним афинитетима новинара који су обликовани професионалном рутином. Затим, чињенице у зависности од њихове снаге и важности имају могућност да буду представљене у целости или парцијално што је у складу са снагом опозиционих субјеката да наметну своје поруке јавности. Уз то, у медијском пољу стално се обрачунавају односи моћи између различитих актера, чији се интереси преплићу са интересима медија, па и они делују на обликовање приче. Техникама персонализације, фрагментације, давања одређене слике света даје се само завршни слој, већ формираним и обојеним вестима (Entman, 2010: 340).

### 5.3. Формулисање стратешких оквира

У процесу формирања стратешких оквира нагласак се ставља на медијске раднике и политичке субјекте. Политички субјекти на власти дају званичне дефиниције догађаја, проблема које су у складу са њиховим претходно постављеним циљевима. Чланови опозиције, са друге стране, покушавају да дају алтернативно виђење стварности. Новинари и други медијски радници под дејством радних рутина и притисака стварају стратешки обојене садржаје.

#### 5.3.1. Стратешко уоквиравање: улога медијских радника

Новинари разматрају процес изградње оквира као активност конструисања стварности у којој политичка елита обично преузима водећу улогу. Функција информативног медија је да посредује, што се односи на било који чин интервенције, преношења или помирења између различитих актера, колектива, институција (Hänggli & Kriesi, 2010). У складу са партијском пристрасношћу и степеном професионализма у новинарству, формалне или неформалне везе медија са странкама, удружењима и другим политичким институцијама подстичу преферирање оквира који су блиски наведеним идеолошким позицијама (Entman, 2007). Чак и кад нема јасне партијске пристрасности, већина нестраначких и независних медија себе сматра чуварима специфичних политичких вредности. Стога се генерално очекује да новинари поштују вођство политичких актера и да су партијске пристрасности медија мање важне (Hänggli & Kriesi, 2010).

Када се новинари посматрају као „чуvari капија“ (White, 1950), дозвољавајући да неке информације прођу кроз капију, а друге не, они постављају дневни ред. Ова улога је, такође, институционализована, јер је процес селекције и не-наглашавања сведен на низ систематизованих рутина. Сама рутинизација је обично непрозирна за саме новинаре и они је нису свесни. Многи новинари верују да су вести „тамо негде“ и да их они само „нађу“. Такође, збирка извора које користи било која медијска редакција представља врло мали број укупне популације (Paltez & Entman, 1982: 19). На крају, избор извора рефлектује како редакције виде заједницу о којој извештавају - избор контаката је фундаменталан у дефинисању облика и положаја „прозора у свет“ који новинари граде. Кључни механизам за стварање овог прозора је социјализација новинара, што подразумева кадрове који преносе одговарајуће изворе новим новинарима који су примљени у редакцију (Pan, 2008: 1869). Учење новинара да се обраћају „прикладним“ изворима представља важан део процеса клонирања особља у било којој редакцији. Зато је кадрирање вести заједничка операција новинара и разних других друштвених актера који делују као извори, а који новинарима

пружају не само информације, већ и примарне дефиниције и обележја у вези са питањем или догађајем који ће бити представљен у вестима. Као резултат тога, новинари играју подређенију улогу у дефинисању стварности и њихови извештаји често индексирају мишљења политичких елита (Pan, 2008: 1870).

Међутим, постоје и други фактори који делују на све већу употребу стратешких оквира. Диверсификација медијске индустрије довела је до високо конкурентног окружења у којем медијске организације настоје да увећају своју публику уз задржавање ниских трошкова (Patterson, 1993). Утицај комерцијализма се најбоље може објаснити на примеру јавног сервиса и комерцијалне телевизије. Комерцијални сервиси садрже мање емисија које се баве политичком игром (Strömbäck & Dimitrova, 2011: 37, 38), јер су под снажним утицајем притиска на тржишту. Извештавање у њима је обично уоквирено стратешким оквирима, јер они по свом карактеру одговарају захтевима комерцијалне игре, што значи да су лако разумљиви, забавни, јефтини и замењују скупа новинарска истраживања. Са друге стране, јавни РТВ сервиси се у великој мери ослањају на јавна средства и по закону су дужни да пруже едукативне и детаљне увиде о политичким питањима, па садрже и већи број медијских садржаја сконцентрисаних на политичка питања. Међутим, начин извештавања је у складу са јавним средствима које се добијају за њихово финансирање, па су садржаји обојени у складу са владајућим политичким ставовима (Lawrence, 2000: 93–114).

Разлике у коришћењу стратешких оквира у извештавању у политичким вестима могу се видети и између новинара који раде у таблоидним и информативним медијима. Таблоиди, имају тенденцију да прилагођавају свој садржај тако да повећају своју публику и стога имају јаче подстицаје да се фокусирају на приче и користе оквире који би требало да буду ефикасни у борби за пажњу људи (McMenamin et al., 2012). Заправо таблоиди ће приказивати политику као стратешку игру због већег фокуса на забаву (Schmuck & Heiss et al., 2016).

Новинарска професија је временом доживела преокрет и новинари су од посматрача политике, постали аутономни тумачи политике (Esser & Umbrecht, 2014). Настала промена је последица нове тржишне динамике, вишег нивоа образовања новинара и њиховог професионалног статуса (Исто). Новинари, дакле, не могу да изаберу да не уоквирују своје приче, иако се степен свести и намере разликује (Strömbäck & Dimitrova, 2011: 34). Они могу само да формирају различите врсте прича у складу са различитом врстом оквира. Уверљиве врсте прича обухватају коментаре, уводнике, интервјуе, репортаже и портрете, док се неуверљиве приче односе на садржаје попут вести које нуде концизан опис догађаја или додатне позадинске информације и шире околности које је лакше изманипулисати и обојити (Esser & Umbrecht, 2014). Временом су стратешке вести постале генерички оквир вести, што значи да је у бројним контекстима утврђено да стратешки оквири представљају новинарску норму у представљању дневних догађаја (de Vreese, 2005).

### 5.3.2. *Стратешко уоквировање: улога политичара*

Политички субјекти не могу контролисати догађаје, али могу контролисати контекст у којем се догађаји виде и могу препознати прилику за утицај на медијско кадрирање. На најосновнијем нивоу, кадрирање стварности значи дефинисање ситуације овде и сада у складу са потребама медија. У том смислу кадрирање укључује способност актера да утиче на обликовање теме. Кроз поруке које шаље као извор, политички субјекат уоквирује тему вршећи персуазију и контролише своје спонтане реакције (Fairhurst, 2011).

Поред тога, култура друштва утиче на лидере кроз дискурс, који је историјски укореван систем мишљења праћен језичким алатима, који укључују одређену терминологију, метафоре, теме и аргументе за вође који треба да привуку публику, али и да опишу, објасне или оправдају своје место у свету. Свесна, креативна комбинација два или више културних дискурса ствара већу могућност за језичко маневрисање и манипулацију (Исто). У свом настојању да повећају подршку јавности према својим позицијама или политикама, политичке елите користе комуникацијске стратегије и стилове који одговарају њиховим

преферираним резултатима. Будући да су трошкови који настају за израду оквира емисије минимални у поређењу са потенцијалним добицима, разлози који стоје иза учестале употребе кадрирања у савременој политици изгледају јасни. Оквири омогућавају лидеру да преузме улогу тумача политичких проблема и представи решење које најбоље одговара његовим циљевима. (Entman, 2010: 334-336).

Једноставне поруке које производи политичка елита допиру до јавности путем поларизованог извештавања у медијима. Употреба оквира омогућава политичарима да утичу на јавно мњење померањем приоритета и тежине коју грађани приписују доступним питањима. Поред тога, политичке елите, медији и јавност редовно утичу (свесно или несвесно) једни на друге, што делује на облик и садржај политике. Ипак, у процесу изградње оквира игре моћи су кључне. Новинари не бирају само истакнуте моћнике за изворе, већ у великој мери прихватају и како они кадрирају саме догађаје (Исто). Квалификовани политички или други комуникатори бирају елементе стварности које ће нагласити, а које ће одговорати шемама медијских комуникатора. Тиме се омогућава да се жељена интерпретација лако креће кроз процес производње вести и уноси кохерентно у текст, где ће се стопити са мрежама шема у главама циљне публике. Политички и други субјекти ретко имају 100% успех у преношењу оквира које прижељкују уз сузбијање свих противника и опозиционара са којима се такмиче (Entman, 2007). Они не могу замрзнути сва алтернативна решења, моралне процене и емоционалне реакције које медији, такође, могу да преносу. Циљ је умањити њихову видљивост ометањем циљне публике путем заслепљујуће кореспонденције између комуникацијских порука које преферирају, кадрирања порука и пристрасних одлука медија, али и пристрасних одлука саме публике (Исто).

#### **5.4.       Симболичка политика и стратешко уоквиравање**

Политички процес је идеолошки процес, а организација субјеката у области политике, у великој мери почива на идеолошким разликама и сличностима и успостављању савеза. Организација друштвених уверења као борбе између левице и деснице резултат је темељне поларизације политичких идеологија које су прожеле друштво (van Dijk, 2006: 728).

Ако је политичко поље у потпуности идеолошко, онда су и његове политичке праксе и дискурси идеолошки. Политичке идеологије не само да су укључене у производњу или разумевање политичких дискурса и политичких пракси, већ су и (ре)произведене од њих. У извесном смислу, дискурси чине идеологију видљивом, јер се она у њима може јасно изразити и формулисати (Исто).

Медији омогућавају нове облике друштвене интеракције и служе за реструктурирање друштвених односа чији су и сами део. Како неки симболички облици могу бити идеолошки у једном контексту, а у другом не, фокус истраживача помера се са анализе филозофских текстова и политичких програма на проучавање масовне комуникације (Kress & Hodge, 1979). Несимболички облици су, такође, идеолошки, јер функционишу у контекстима који укључују идеолошки обојене односе доминације (моћ, статус...). Легитимизација постојећег политичког поретка настаје кроз увођење идеја у свест публике, али и путем суптилнијих механизма који обухватају производњу дискурса који се потом контролују, организују и редистрибуирају (Fuko, 2007: 51).

Медији обезбеђују пренос и перцепцију симболичких облика до широке публике. Публици познати медијски садржаји који су идеолошки обојени укључују се у јавну реторику. Политичке субјекти који су дате садржаје и формирали и учинили их видљивим публици путем медија очекују њихово одобравање од стране јавног мњења. Тако се истовремено врши и идеолошка самоидентификација политичара, али и странки које заступају (Исто).

У медијским порукама често се могу наћи појмови који пружају информације о идеолошки обојеним идејама политичке елите. Те идеје припадају, како политичарима на власти, тако и представницима опозиције. Такмичење између власти и опозиције огледа се у

борби за доминацију њихових идеја у медијској сфери, а успех идеологије се мери степеном у коме су политички представници успели да реализују своје програме или су успели да своје садржаје претворе у слику о стварности која је масовно прихваћена од стране публике (Малинова, 2013: 54).

Политичке ситуације не изазивају провокативне наступе политичких субјеката самостално, већ они зависе и од контекста у коме се те ситуације дешавају, а који је неопходан за њихову интерпретацију. Под контекстом се подразумевају субјективне дефиниције комуникативних ситуација, а које контролишу све аспекте дискурса - продукцију и разумевање. Поред контекста, медијско представљање догађаја зависи од улоге које ће политички актери одиграти, места одржавања догађаја и одговорности према заједници (Исто: 58).

Рад медија се мења у складу са политичким/идеолошким праксама и ставовима и прилагођава им се чешће него да им пркоси. Идеолошки се боје радне рутине, а медијски радници се самоцензуришу у складу са идеолошким ставовима уредништва и редакција. То значи да медији у великој мери шире и идеолошки утицај. Он је посебно доминантан када публика нема алтернативне идеолошке изворе или су им лична искуства у нескладу са идеологијама које преносе масовни медији (Исто). Идеологија доминантних елита је у медијима увек највидљивија. Када умерени облици опозиционих идеологија имају приступ главним медијским каналима, то значи да су оне у складу са идеологијом владајуће елите (van Dijk, 1998: 179-186). Једном када се дозволи да се алтернативна идеологија прошири, она ће све више контролисати репрезентационе моделе, дискурсе и акције становништва. У том случају, може се изгубити не само идеолошка, већ и социјална и политичка борба. Са друге стране, опозиција се увек труди да пронађе медије кроз које ће ширити своје представе о стварности, али ако не обезбеди доказе, контра експертизе или алтернативне податке, елитни дискурс се самолегитимише и додатно ојачава (Исто).

О фундаменталним питањима између политичких и медијских актера нужно постоји широк консензус, иако за старије уреднике, водеће репортере и колумнисте, публиковање перцепције која је у складу са доминантном идеологијом не значи истовремено и слагање са њом. Тако, политика, медији и наука, врше идеолошку контролу, јер садржаји које комуницирају и дискурси у оквиру њих, одређују шта се перципира као истинито (Исто).

Ово показује да масовни медији пружају могућност за формулисање различитих говора о стварности кроз које се реализује симболичка политика. Различити говори о стварности се потом сукобљавају у циљу постизања доминације и опште прихваћености. То се обезбеђује њиховим формулисањем у дискурсе и потом у стратешке наративе. Наративи се даље преносе широј јавности кроз медије, а путем политичких говора, конференција за штампу, фабрикованих новинарских питања, лажних вести, али и званичних докумената (Miskimmon, O'Loughlin, Roselle, 2017). Информације које су тако саопштене новинари преузимају и прилагођавају техничким, рутинским, организационим и тржишним захтевима и потом пласирају кроз стратешки обојени оквир. У стратешком оквиру се врши (van Dijk, 1998: 268-301): 1) наглашавање позитивних информација које су у вези са доминантним елитама, 2) наглашавање негативних информација о другима, 3) децентрализација позитивних информација у вези са другима и 4) децентрализација негативних информација о доминантним елитама. Ова четири аспекта део су „идеолошког квадрата“ и играју важну улогу у позитивној самопрезентацији политичких субјеката кроз стратешки уоквирене медијске приче (Исто). Поред комбиноване стратегије позитивне самопрезентације и негативне презентација других, идеолошке дискурсне структуре могу се појавити као изрази других идеолошких структура у основи, а не само као израз поларизованог односа између (супротстављених) идеолошких група. То значи да ће идеолошки обојене категорије попут идентитета, норми, вредности, групних односа увек бити истакнуте у дискурсима чланова идеолошких група (Исто).

Када дође до великих промена које се уочавају на политичком плану након изборних победа и промене власти, то не значи да ће нужно доћи и до идеолошке промене. Долазак

нове партије на власт може значити политичко прилагођавање и преузимање идеолошких тековина претходника, а не радикалан прекид са установљеним вредностима. Такође, промена политичке идеологије не носи увек са собом и идеолошку промену на друштвеном нивоу (Entman, 2010: 339). Велики посао пребацује се на медијске раднике који да би формирали медијски садржај користе идеолошки обојене политичке изјаве и поруке, усклађене се политичким циљевима доминантних политичких субјеката. Тако се и преноси једноструко виђење стварности, јер да би алтернативно гледиште било видљиво оно у савременој медијској машинерији мора да задовољи већ претходно изнете Ентманове критеријуме (Исто). У свом истраживању Ентман истиче да алтернативну поруку преноси харизматичан лидер који барата техникама манипулације, води политичку игру и има јасно изражен идеолошки став (Исто).

Независно да ли су медији као идеолошке институције окренути доминантним или алтернативним гледиштима, поруке се усклађују - обликују стратешким оквирима. Ти оквири су испуњени једноструким извештавањем, доминантним дефиницијама, унифицираним изворима информација уз политички и идеолошки обликоване дискурсе и наративне структуре, али и претходно установљене контексте тумачења. Може се закључити да се симболичка политика манифестује кроз стратешке оквири који се производе у контролисаној интеракцији политике и медија (van Dijk, 1998: 268-301). С обзиром да медији представљају идеалне канале кроз које се врши политичка комуникација, они омогућавају да се политичке поруке пренесу све бројнијој, хетерогеној публици. Кроз вешто обликован садржај врши се контрола над значењима, а које примаоци нису или су једва свесни и чије се последице не могу лако контролисати. Зато се може рећи да стратешки оквири функционишу као организатори политичких информација и помажу у дефинисању и организацији дискурса. Тако стратешки оквири добијају когнитивне, друштвене и идеолошке функције (Исто).

Заправо, због оваквих дискурзивних својстава оквира, знање публике о догађајима биће непотпуно или пристрасно у корист говорника или њихове групе, а што ће утицати на опште знање о свету око њих. Оквири ће утицати на изградњу заједничких друштвених репрезентација које људи имају о свету, што делује и на развој или промену идеологија. Како идеологија има фундаменталну улогу у управљању друштвеним спознајама и моделима дискурса - контрола, подршка и сагласност су обично и крајњи циљ примене и ширења стратешких оквира (Исто).

## **6. КРИЗНЕ СИТУАЦИЈЕ**

Кризе су периоди сукоба, потенцијалних промена или преокрета у којима долази до раста зависности публике од информација масовних медија. Због устаљених извора, ресурса и приступа, медији имају јединствену способност да прикупе информације и у време неизвесности и учине их доступним публици. Тиме медији преузимају на себе одговорност да објасне значај различитих информација на основу којих људи планирају своје активности и одлуке. Како у кризи има мало или нема алтернативних извора информација, медијска интерпретација је врло ограничена (Perse, 2014).

У политичком смислу, кризе изазивају политичке актере да пласирају убедљиве наративе о томе шта се догађа и шта је проблем, зашто се нешто дешава, како је криза вођена и како се поступило у току ње, као и на који начин треба решити кризу. Наратив који је убедљив добија престиж и подршку, док остали могу бити перципирани као неутрални учесници, кривци и носиоци одговорности. Поред тога, кризе помажу да се деинституционализују до тада прихваћена политичка уверења и праксе. Што је криза озбиљнија, а публика има перцепцију да се она могла предвидети, већа је могућност за критичко преиспитивање политике и предлагање реформи (Birkland, 2006; Klein, 2007).

## 6.1. Криза – елементи одређења

Криза је догађај посебне врсте који може да угрози очекивања која различите стране, које су захваћене кризом, имају и који, онда, на тај начин, генерише негативне исходе (Coombs, 1999). Оне погађају велики број људи и обележавају их изненадни напад, несигурност и недостатак контроле, емоционалне реакције и претње по живот и имовину. Без обзира на узрок, кризна времена су периоди који су обележени нестабилношћу, неизвесношћу, стресом и емоцијом због страха од непожељних исхода (Исто).

У литератури се криза дефинише на различите начине, па је тако она перципирана као појава са потенцијално негативним исходом која утиче на политику, организацију, индустрију, али и на јавност, производе, услуге (Fearn-Banks, 2007). Она је прекретница и инцидент који је неочекиван, негативан и претеран (Register, 1989: 38).

Криза се може објаснити и из перспективе догађаја који је посебан, неочекиван и нерутински или низа догађаја који стварају висок ниво неизвесности и претње (Seeger et al., 1998: 233). Са друге стране, криза не мора бити перципирана као нужно лоша ствар, јер промена може бити и добра и лоша (Friedman, 2002: 5). Када овакве ситуације бацају сенке на политике у којима се догађају, то резултира њиховом променом на крају (Birkland, 2006). Криза као значајан поремећај подстиче широко извештавање у медијима. Она појачава потребу друштва за информацијама, тумачењем и утехом. У кризна времена нормалне активности престају или постају другачије, а појачава се важност улоге масовних медија у пружању информација и објашњења. Због својих ресурса и јединственог приступа владиним агенцијама и званичницима, медији имају већу могућност да дођу до информација и створе одређену слику кризе за јавност. Зато, у време кризе функционални значај масовних медија драматично расте (Perse, 2008).

Без обзира на истраживачку традицију и њен фокус, кризе могу имати различите облике. Кризне ситуације се јављају као (Coombs & Holladay, 1996: 180–189): 1) неправде (организационе злоупотребе и кршење људских права), 2) несреће (технички кварови и насиље), 3) кризе које су произашле из зле намере других или су намерно произведене, 4) природне катастрофе, 5) кризе створене из гласина. Независно од појавне форме, свака од ових криза има три фазе (Coombs, 2010: 24): преткризну, кризну и посткризну фазу. Преткризна фаза је нулта фаза кризе у којој околности и контекст наговештавају да би могло доћи до одређене неизвесне ситуације. Кризна фаза је фаза врха кризе у којој се ситуација мења из часа у час и која се приликом анализе извештавања о кризи и најчешће прати и истражује. Трећа фаза или посткризна фаза, је фаза у којој се прати опоравак друштва, институција, па и политике од саме кризе (Исто).

Кризе могу бити изазване техничком грешком и људском грешком (Coombs, 2007). Криза техничке грешке укључује неуспех технологије, док криза људске грешке укључује људе који не извршавају или неправилно извршавају задатак који им је поверен. Одговорност за кризу се увек перципира као мања ако је проблематична ситуација у вези са техничком грешком, него када је изазвана људском грешком (Coombs & Holladay, 2002). Људи приписују већу одговорност код исхода догађаја чија је могућност промене велика, јер имају могућност да велики број детаља надограде. То значи да и политички актери приписују већу кризну одговорност опозицији када могу да створе алтернативе које кризу увећавају или поништавају. Ако се криза може лако поништити или умањити, то значи да се она могла и лакше спречити. Кризе изазване људском грешком имају већу могућност мењања од кризе изазване техничком грешком (Исто).

Све врсте кризних ситуација имају и одређену сложеност и динамику које се манифестују кроз: неизвесности које доноси ризично друштво (Weick, 1992), технолошке иновације које треба савладати, промене на пољима економије и информисања (Goldhaber, 1997) и све већи број учесника у кризној комуникацији (медији, организације, политичари, грађани) (Weick, 1993). Када се догоди неочекивани и негативни догађај, људи размишљају о њему и често фабрикују алтернативе стварном догађају замишљајући другачији завршетак приче (Morris & Moore 2000). Пошто се догађаји разликују у степену у ком се могу

изменити, људима је ментално лакше да пониште исходе за одређене догађаје у односу на неке друге (Wells & Gavanski, 1989).

## **6.2. Извештавање медија у време кризних ситуација**

Масовни медији су важан извор најновијих вести које упозоравају људе на догађаје и претње. Због појачане неизвесности и страха, људи се ослањају на масовне медије за информације, објашњења и солидарност. У доба кризе, медији реагују на потребе друштва за надзором и информацијама, посвећујући огромно време и енергију да би „покрили“ кризу. Ипак, због ограничења у прикупљању вести, информативна функција масовних медија је прилично умањена током акутне фазе кризе. Тада медији заузимају мање критички став према владиним политикама и ретко оспоравају председничку акцију, јер је изградња солидарности јако важна (Perse, 2008: 72).

Чврста контрола информација ограничава селективну изложеност и перцепцију, тако да су ефекти усмерени према природи медијског садржаја. У овим периодима могу се уочити уједначени и универзални медијски ефекти попут: смањења двосмислености, формирања ставова, постављања дневног реда, стицања поверења, појашњења вредности, емоционалне реакције, осећаја отуђености или солидарности и активације или деактивације одређеног понашања. Многи од ових ефеката, иако су драматични, често су краткорочни (Исто).

У складу са различитим фазама кризе, разликује се и извештавање медија. Преткризна комуникација обухвата процес истраживања о томе шта се може рећи и учинити како би се смањила вероватноћа кризе и ублажила њена штета ако се она догоди. Зато би и медији пре кризе требало да говоре о забринутости због потенцијално недовољне превенције и припрема (Coombs & Holladay, 2010: 182). Фаза кризе се односи на извештавање о садржају и одговору на кризу и медији дају опис процеса кризе, прате њену снагу итд. У овој фази медији морају да буду посебно активни и организовани. Главна улога медија је да тачно и правовремено опишу оно што се догодило. Информације које медији пружају не само да помажу јавности у смањењу несигурности, већ помажу и јавним службеницима да координирају рад у пружању помоћи. Приоритет медија треба да буде да схвате ситуацију и утврде узроке, формулишу планове и предузму јавне радње за ублажавање штете од кризе (Graberg, 1980). Медији у пику кризе обично дају контекстуалне информације и кризу постављају у ширу, дугорочнију перспективу. Уколико се криза развија на непредвидиве и потенцијално претеће начине, медији преусмеравају уоквирујуће стратегије са приказивања застрашујућих информација на умирујући приступ (Ungar, 1998: 36). Последња фаза кризе је период после кризе који даје прилику за даљу комуникацију нудећи научене лекције из кризе, а које могу умањити вероватноћу за понављање исте.

Кризне ситуације се могу представити кроз интерпретативно или описно новинарство, стратешко играње или уоквиравање проблема, уравнотежено извештавање и пристрасност у презентацијама актера (Olsson & Nord, 2014). Према претходним кризним истраживањима, новинари имају тенденцију да у извештавању заузму командно место, где се ослањају на званичне изворе у акутној кризној фази (Scanlon, 2007). У случајевима када се приступ командног места не примењује само на оперативне чланове кризног особља, већ и на политичке актере, можемо очекивати да ће покривеност кризе бити мање избалансирана у корист владиних актера. Са друге стране, што је већи ниво новинарске спремности, уравнотеженије ће бити извештавање (Исто).

Новинари се у кризама држе интерпретативног стила новинарства (концепт које надилази описно и на чињеницама засновано извештавање), а не дескриптивног (описног) стила. Интерпретативне вести пуне су коментара и анализа кроз које новинари сами покушавају да схвате кризни догађај (Reynolds & Barnett, 2003). Са друге стране, може се очекивати да ће дескриптивне вести имати предност у погледу континуираног ажурирања и пружања позадинских информација о догађају (Olsson, Nord, & Falkheimer, 2015). Заправо, дескриптивно новинарство иде у корист политичарима који покушавају да експлоатишу кризу. То је зато што ће се описно покривање усредсредити на догађај као такав и на радње

предузете за суочавање са ситуацијом. Штавише, описни стил ће омогућити политичким актерима одговорним за управљање кризама да утичу на извештавање, а не да се ослањају на новинарске интерпретације и оцене (Olsson, Nord, & Falkheimer, 2015).

Током извештавања о кризној ситуацији новинари умеју да примене критички тон, што им помаже да се представе као независни актери и тако испуне мисију медија као четврте гране власти. Критични тон у извештавању може се поделити на критичност засновану на оквирима и критичност која се односи на актере (Lengauer, Esser & Berganza, 2011). Критички тон који је заснован на оквирима односи се на праћење негативних догађаја у медијима као што су скандали, сукоби и фијаска. Критички тон која се односи на актере обухвата случајеве када се о одређеним политичким актерима извештава у негативном тону. Тон се често мери негативним, позитивним или неутралним оценама политичких актера (Исто).

Амерички Национални одбор за истраживање катастрофа и масовних медија идентификовао је шест улога медија током кризе (Zeng, Zhou & Li, 2015: 10): 1) упозоравање на предвиђене или предстојеће катастрофе; 2) преношење информација службеницима, агенцијама за помоћ и јавности; 3) планирање напретка, помоћи и опоравка; 4) драматизација научених лекција у сврху будуће спремности за кризе; 5) учествовање у дугорочним програмима јавног образовања; и 6) дефинисање проблема са успореним временом као кризе или катастрофе. Независно од врсте медија, сви испуњавају горе наведене функције током кризе и то кроз различите уређаје за уоквиравање (Исто).

У време кризе, медији нису само простор у коме делују кризни актери, они представљају главну арену у којој критичари, играчи статуса „quo“ и заговорници промена наступају да би постигли или сачували политички утицај. Лидери треба да убеду произвођаче вести да обрате пажњу на њихов одређени кризни оквир и ако је могуће да га подрже (Seeger et al., 2003). Кризна комуникациона литература тврди да проактивни, професионални медијски наступ повећава кредибилитет политичког субјекта у кризи, а реактивна и неорганизована кризна комуникација може учинити баш обрнуто. Лаж, неразумевање или негирање очигледних проблема и обећавање олакшања, а да оно не буде обезбеђено поткопава кредибилитет политичара (Voin et al., 2005). Из ове перспективе, степен до кога се медијско извештавање о кризи и коментари усклађују са оквирима које је одредио одређени политички актер, зависи од веродостојности информација тог актера као извора у кризи и његове кризне комуникације (Исто).

У преломним кризним временима, интервенција власти у медијску сферу је увек директнија. Први разлог за настојање власти да сачува контролу у симболичкој пракси је да не дозволи дефинисање догађаја које би подрило официјалне дефиниције. Ново и непознато је увек опасно. Други разлог је потреба медијског особља да у новонасталим околностима активира готове формуле образаца. У преломним тренуцима функција оквира се видљиво испољава. Медијски оквири се морају прилагођавати (стратешки се боје) тако да се не наруши склад доминантног разумевања стварности (Milivojević, 2015: 72-77). Сталном рециклажом митова и метафора које имају објашњавајуће вредности постепено се модификује значење догађаја и потискују се потрошени оквири. У кризним временима велика је потрага за објашњавајућим метафорама, нарочито оним које се могу лако прихватити, а не захтевају корените промене. Владајуће структуре силовито запоседају угрожени интерпретативни простор, јер не дозвољавају да други актери иницирају редеофиницију стварности. Редеофиниција значи другачију расподелу друштвених ресурса (Исто).

Добровољни пристанак је увек у извесној мери подржан репресивним мерама којима се подршка мобилише у изузетним кризним ситуацијама. Ситуације које ремете ритам свакодневног живота, актери виде као немогућност да репродукују своју свакодневицу. Зато се криза испољава као двоструко нарушавање нормалности: немогућност да се свакодневица репродукује на основу својих претпоставки и немоћ друштвених актера да реше конфликте који ту свакодневицу угрожавају (Исто: 99). Криза је својеврсни слом



владајућих стратегија укључујући и доминантан дискурс о њој. Медији блокирају потенцијал за промене и осујећују јасну артикулацију и масовну спремност да се заједница трансформише, а активирање репресивних инструмената игнорише прошли рад медија и значај симболичке моћи (Milivojević, 2015: 99). Медији истовремено симболички уобличавају кризу и легитимишу је. Зато се у кризи принудни елементи мобилишу отвореније и видљивије него нормалним околностима. Све док кризом управљају, политички актери могу и да је реше и да представе своје решење као опште прихватљиво. Неспособност да се управља кризом није само криза владања, него је показатељ и опште друштвене кризе (Исто).

### **6.3. Стратешко уоквиравање у извештавању о кризним ситуацијама**

Због неизвесности коју кризни догађаји са собом носе и немогућности предвиђања кретања кризе, медији имају све већу моћ, јер су доминантни извори информација. Кризно извештавање је обично стратешки обојено, јер је то време када се политички субјекти боре за позицију управљања информацијама са жељом да постану најважнији, ако не и једни извори у новом кризном медијском простору. Зато се криза и њени исходи могу посматрати и као вид такмичења у формирању и пласирању оквира које до публице преносе медији (Alink et al., 2001). За разлику од инцидента или поремећаја, у време кризе долази до озбиљне борбе за доминацију у свим сферама. Ниво уочене озбиљности кризе утиче на степен пажње коју публика, па онда и политичари, указују одређеном догађају (Boin, 't Hart, McConnell, 2009: 99). Када су питања стратешки уоквирена као процедурална или техничка, број учесника у јавној расправи о кризи биће ограничен. Што су приказани догађаји тежи и компликованији, више ће се актера укључити у расправу (Brändström & Kuipers, 2003: 290).

Кризне генеришу такмичења између стратешких оквира и контра-оквира који се тичу природе и озбиљности кризе, њеног узрока, одговорности или ескалације и кретања. Стратешко уоквиравање догађаја као кризног начелно денотира драматично угрожавање поретка, а конотира претњу и опасност. У било којој политици, велике сметње имају тенденцију да доведу до конфликтних интерпретација, одражавајући постојеће вредности и интересе као вид конкуренције између владе и опозиција. Учесници стварају стратегије, манипулишу и желе да њихов оквир буде прихваћен као доминантан (Исто: 294). Актери желе да искористе прекид управљања који ванредне ситуације и поремећаји подразумевају са циљем да одбране и ојачају своје положаје и ауторитет, привуку или одузму пажњу јавности и ослободе се старих политика и успоставе темељ нове (Keeler, 1993). Актери маневришу, расправљају се и преговарају како би покушали да осигурају да њихов оквир превлада, тј. да постане широко прихваћен од стране јавног мњења, и добије већинску подршку у релевантним формалним политичким аренама (Stone, 2001).

Посебно је значајно на који начин се уоквирују узроци кризе. Као узрок најчешће медији дефинишу различите егзогене (извор кризе је изван сфере одговорних актера) или ендogene факторе (одговорни актери су извор проблема). Када је криза настала из егзогеног извора, политички субјекти начешће покушавају да постану доминантни извори информација, да би обезбедили контролу протока истих и дају ауторитативне изјаве новинарима. Када је криза уоквирена тако да је њен покретач фактор који је ендеген, медији позивају на критику и поткопавају поверење у актере (Boin et al., 2005).

Када прослеђивање информација у кризним ситуацијама олакшава политичким актерима да преусмере ситуацију у своју корист и истакну себе реч је о експлоатацији кризе (Olsson & Nord, 2014: 48). Тако се отвара јавна расправа и утиче на развој дескриптивног новинарства, које доприноси портретисању политичких актера као кредибилних кризних менаџера, а не тактичких политичара. Тада су медији мање фокусирани на новинарске норме које су у вези са равномерним приказивањем политичких актера, а више на појединачне приче и људе на власти, што је и од користи владиним актерима који су већ дефинисани као кредибилни кризни менаџери. Поред стратешких оквира који се бави утврђивањем узрока кризе и њених карактеристика (дијгностички), медији нуде оквире за

тумачење кризе, али могу понудити прогнозе (прогностички) и предлог решења за кризу. Решавање проблема, за разлику од уоквиравања, подразумева фокус на једно питање или став политичког актера. Мотивациони оквири у кризи позивају на деловање како публике, тако и осталих субјеката (Olsson & Nord, 2014: 52).

Извештавање о кризним догађајима састоји се од оквира који се односе на аспекте као што су: економске последице, сукоб, људски интереси (Luther & Zhou, 2005: 858). Ипак, највећа пажња је усмерена на медијску расподелу кривике и одговорности, што је и основна разлика између оквира који се формирају у вези са неким другим догађајем, у односу на кризне (Perko, Turcanu & Carle, 2012). У случају кризе, велику улогу у прихватању оквира игра кредибилитет, репутација, знање и поузданост извора, јер само веродостојни извори могу очекивати позитиван ефекат од уоквиравања (Druckman, 2001).

У време неизвесности постоје још две врсте оквира који се користе, а који су у складу са поделом криза на оне које су последица техничке или људске грешке. У складу са тим разликују се: оквир људске грешке и оквир техничке грешке. Одговорност актера код криза које су изазване техничком грешком је мања од одговорности коју носи кризна ситуација која је изазвана људском грешком (Voin et al., 2009: 106). Обе грешке утичу на репутацију актера, али претходно искуство и добро понашање током кризе имају већи успех код криза изазваних техничком грешком (Coombs & Holliday, 2002). Лоша репутација чини кризу која произилази из техничке грешке кризом која настаје из људске грешке, јер јавност у актера нема поверење. Најважнији задатак који оквир у овим ситуацијама има јесте да утврди, који је то проблем који се налази у основи кризне ситуације. Ово је важно, јер су кризе неодређене и неизвесне, па су и отворене за тумачење и спекулације. Криза се затим дефинише у складу са интересима субјеката, а са циљем да се публика међусобно повеже, уз промоцију подршке за различите политичке акције (D'Angelo & Kuipers, 2010).

Још једну категоризацију стратешких оквира кризе, такође, на основу нивоа одговорности, направио је Кумс (Coombs, 2004) који кризне оквири дели на оне који актера представљају као жртву, оне који показују да се кризна ситуација догодила случајно и оне који сведоче да је криза произведена намерно. Сви наведени оквири са собом носе одређену кризну одговорност, која захтева различите комуникационе стратегије (Olsson, Nord, & Falkheimer, 2015).

Медији приликом извештавања о кризи могу понудити и епизодне или тематске оквири (Iyengar, 1991). Епизодни оквири фокусирају се на појединачни кризни догађај, док тематски оквири расправљају о кризи као уобичајеном проблему у индустрији. Епизодно уоквиравање у вези је са већим приписивањем одговорности организацији, док тематски оквири приписују одговорност заједничким проблемима у индустрији.

Кризе позивају на четири врсте уоквиравања од стране медија, а која се тичу: 1) природе и озбиљности кризе, 2) њених узрока, 3) одговорности за њену појаву или ескалацију и 4) импликације политике. Актери унутар и изван владе тежиће да њихова специфична тумачења кризе буду прихваћена у медијима и јавности као ауторитативни приказ (Brändström & Kuipers, 2003: 293). Све ове врсте уоквиравања се стратешки боје и употребљавају од стране новинара приликом извештавања у кризи.

Постоје одређени стратешки оквири у медијима који се односе на представљање субјеката, углавном политичара, а који посебно долазе до изражаја у кризним ситуацијама. Политички субјекат се стратешки представља као:

- *херој* – који жели да фасцинира публику или спаситељ који ће учинити све да реши кризну ситуацију (Petrogiannis & Freidenvall, 2022: 9);
- *обични човек* – који жели да личи на своје гласаче и који се у време кризе са њима саосећа и дели њихове бриге и страхове (Langhamer, 2018: 179-183);
- *шармантни лидер* – који жели да заведе публику, реши кризу и побољша ситуацију (Aaldering & Vliegthart, 2016: 1873/1874);
- *отац нације* – који жели да пружи спокој, сигурност, утеху и заштиту свима које је криза угрозила на било који начин (Petrogiannis & Freidenvall, 2022: 11);

Свака од наведених улога захтева садржај који је персонализован и модификован без новинарских коментара и анализа. Политички актер путем медија преноси своје намере и циљеве формулишући алтер его који треба да фасцинира и придобије што масовнију публику. Наведена подела коришћена је и у истраживању ради категоризације политичких субјеката/актера и начина њиховог представљања у медијским прилозима о кризним ситуацијама.

За стратешко кадрирање у кризном новинарству, Галтунг (Galtung & Ruge, 1965) је користио 11 категорија. Он је испитао да ли су медијске приче у кризи фокусиране на: 1) видљиве ефекте рата или се деловало на морал и културу публике, 2) вође и елите или обичне људе, 3) разлике које су довеле до сукоба или области договора које би довеле до решења сукоба, 4) на опис тренутне ситуације или опис узрока и последица, 5) добре људе и негативце или жртве и зликовце, 6) двострану или вишестраначку оријентацију, 7) партијску/политичку обојеност или неутралност и 8) почетничку или победничку оријентацију. У погледу језика, кодери су гледали на употребу: виктимизације, демонизације и емотивног језика, као на показатеље кризног новинарства (Brändström & Kuipers, 2003: 284). Све ове категорије указују на стратешку обојеност медијских прилога.

Посебна пажња се скреће на првом месту на категорију број један, а која обухвата апел на морал и културу (Galtung & Ruge, 1965: 71) када је нагласак не на самој кризној ситуацији, већ субјекти и медији стављају нагласак на публику као непосредне актере од којих се захтева разумевање, стрпљење, саосећање итд.

У раду се ће се за потребе истраживања користити и следећа карактеризација субјеката у кризном извештавању: под категоријом *добрих људи* подразумеваће се они субјекти који су медијски представљени као морално исправни, хумани, толерантни и чије изјаве су у складу са људским правима и слободама (Lindermüller, Sohn & Hirsch, 2021: 3-6); под појмом *негативаца* подразумеваће се они субјекти који су у својим изјавама неаргументовано осуђивали, дискриминисали друге или чије су активности угрожавале слободу других људи (Исто); као *жртве* ће бити категорисани они субјекти или актери који у претрпели било какву неправду или им је причињена било каква материјална или нематеријална штета или им је нанета физичка или душевна бол (Anker, 2005: 24-26); под категоријом *зликовца* подразумеваће се они субјекти или актери који су са јасном намером нанели штету или повредили другу особу без обзира на њене личне карактеристике и преференције и којима се у медијским садржајима приписују одлике попут зла и пакости, као и они који су својим активностима угрозили животе других људи (Исто).

#### **6.4. Криза и симболичка политика**

Ризик, неизвесност и криза су одлике које карактеришу савремено друштво. Једном када је одређени догађај уоквирен као кризни од стране медија, било која друга интерпретација догађаја је искључена. Тада су политички актери приморани да заузму став и пруже одређену аргументацију у вези са инцидентом, јер питања о одговорности и кривици постају најважнија у јавној расправи. Планирање одговора у кризним политичким ситуацијама, без обзира да ли се ради о природним катастрофама, несрећама или сукобима у вези је са правовременом комуникацијом (Brändström & Kuipers, 2003: 281). Због тога што кризе из исте области имају различите атрибуте и дешавају се у различитом политичком, друштвеном и културном контексту, тешко је предвидети која стратегија може бити најефикаснија у решавању кризне ситуације, као и које ће поруке бити најделотворније.

У кризним ситуацијама, симболичка презентација политике део је стратегије за решавање кризе, а која се састоји од: персонализације политике, деградирања политичких противника и повезивања кризног догађаја са узроцима који су публици разумљиви. Тако се гради пожељна слика о кризној ситуацији која је компатибилна са начином рада медија и која треба да покаже да су политички актери способни, веродостојни и одговорни (Малинова, 2013:16).

У раним фазама кризе извршна власт ужива информациону предност у односу на медије и друге политичке елите, делујући као примарни извор информација за јавност (Baum & Potter, 2008). Из тог разлога, људи ће се обратити владиним доносиоцима одлука за формирање почетног мишљења о кризном питању. Међутим, ако сукоб потраје, расте и потражња за додатним информацијама. То ће додатно подстицати Владу да правовремено јавности пружа одговоре на питања, а који ће бити обликовани владајућом идеологијом и политичким циљевима. Истовремено, опозиција ће из сопственог угла пружити интерпретације кризног догађаја. У оба случаја доћиће до јасне манифестације симболичке политике у кризи, јер ће се сви актери позивати на устаљене вредности, метафоре, догађаје и историју да би задобили подршку и пажњу несигурне публике (Olmastroni, 2014). Појава неочекиваних догађаја током кризе може допринети да извршна власт ојача контролу над информацијама. Међутим, мало је вероватно да ће се недостатак информација одржавати све време трајања конфликта. Ипак те периоде „кризне тишине“ групе изван извршне власти треба да искористе за развијање ресурса и култивисање извора информација како би оспорили или верификовали ставове администрације (Western, 2005: 20).

Симболичка политика у кризи се фокусира на сукоб власти и опозиције (парламентарне и ванпарламентарне). То укључује сукоб између заговорника регулаторног и административног статуса „quo“ и заговорника промена. Браниоци статуса „quo“, често, али не нужно, укључују и одговорне политичке руководиоце (шефови влада, министри, Европска комисија), њихове политичке савезнике у парламенту и ван њега, службенике одељења и руководиоце оперативних агенција. У зависности од земље, система и ситуације, заговорнике промена чине опозициони политичари, ванпарламентарна опозиција, критички новинари, интересне групе и, у неким случајевима, жртве и њихови портпароли или адвокати (Boin, 't Hart, McConnell, 2009).

У политичкој игри опозиционе снаге морају да одлуче да ли ће у кризи бити подршка владајућим политичким субјектима и играти на карту заједништва и подршке у тешким временима или ће користити кризу да поткопају њихов ауторитет што може довести до оштећивања и њиховог сопственог угледа. Са друге стране, мала је вероватноћа да ће политички субјекти на власти једноставно преузети одговорност за кризу, али ће зато доћи до окршаја у медијској арени у којој опозиционе снаге углавном немају могућност да узврате једнаком снагом, као политички субјекти на власти (Seeger et al., 2003). Чешће се дешава да кризе претворе популарне лидере (појединци, странке, владе) у кризне хероје који не постају јавно обележје у негативном светлу, већ се крајње супротно величају и истичу. Искоришћавање кризе може да обухвати и вршење притиска и преокретање идеолошких и интелектуалних подлога политике попут промене владајуће парадигме и идентитетских карактеристика (Hall, 1993).

Како су кризе дискретне епизоде у текућим политичким и бирократским процесима, време њихове појаве у односу на тренутне ритмове управљања и живота може бити од велике важности за реализацију симболичке политике. Временски оквир кризе пружа различитим актерима посебне подстицаје за покретање или одређивање питања одговорности и кривице. Што је криза ближа времену предстојећих избора, политички субјекти ће покушавати више да искористе кризу за придобијање грађана и убеде их у сопствене ставове и перцепције (Boin, 't Hart, McConnell, 2009). Они ће покушати да изграде поверење и добију подршку. Кризна ситуација је политички врло опасна, јер у исто време са собом носи преврат, незадовољство публике, оштећење елите, реформу политике и институционалне промене. Такође, кризе се појављују у различитим тачкама политичке каријере кључних актера. Литература сугерише да је вероватно да ће дугогодишњи владини лидери заузети одбрамбене положаје, док ће се новији лидери, чији лични досијеи нису испуњени оваквим врстама борбе, дистанцирати од режима, политике, њихових претходника и поставити себе као доминантног извора у кризи (Исто).

Када политички лидери дефинишу критични догађај кроз ограничени број узрочних фактора, то сигнализира да су спремни да предузму кораке, делују и спроводе мере за

решавање проблема (Исто). Када је неко питање дефинисано као мање сложено, круг укључених актера и интересовања остаје мали. То олакшава приписивање одговорности и олакшава указивање на то који су актери повезани са проблемом. Такви „жртвени јарци“ привлаче пажњу других креатора политике. Они су или „постављени“ или намерно прихватају пад за своје шефове или покровитеље. Имати жртву уз јавну критику, пружа вишим званичницима још једну опцију да преживе скандал и демонстрирају одлучно управљање кризама (Voin, 't Hart, McConnell, 2009).

Савремени политички лидери дужни су да у време кризе публици објасне своје виђење кризе, укажу на методе и технике решавања, циљеве и убеде их у њихову ваљаност и оправданост, али и усмере друштво да делује у складу са постојећим политичким наративима. Због тога они треба да негују кохерентну реторику и одржавају слику о поузданости и способности управљања, која омогућава координацију политичких перцепција (Smith, 1999). Истовремено, то су и три области које чине слабе тачке на које противници скрећу пажњу када постоји криза. Ово показује да симболичка политика у кризним ситуацијама обухвата унапред одређен број политичких актера који ће дати изјаве у вези са кризом уз помоћ претходно формиране стратегије и аргументације. Понашање и изјаве политичких субјеката ће се оправдати позивањем на: потребе јавности да зна, друштвене вредности, национални идентитет и заједничку историју. На тај начин, доминантни субјекти у кризи, припадници елита, политичари на владајућим позицијама обезбеђују подршку других актера, и не морају да пружају доказе о сопственој ефикасности у решавању кризе (Sarcinelli, 1987: 59).

У кризним ситуацијама, политички субјекти покушавају да своје стратешке оквири доставе медијима, који ће их у целости пренети и на тај начин омогућити ширење и реализацију симболичке политике. Оквири који се у неизвесним временима највише пласирају су они које се односе на представљање кризе као инцидента, што треба да умањи политичке последице ('t Hart & Tindall, 2009). Друга врста оквира у кризи је оквир претње у којима политички субјекти сматрају да су кризе претња колективном добру отелотвореном у статусу „quo“ пре него што се криза уопште појавила, а самим тим су и предиспозиција за будућу одбрану агената (постојећих носиоца дужности) и алата (постојеће политике и организације праксе). Оквир могућности, као трећа врста оквира, односи се на могућност да криза представља прилику за откривање недостатака у статусу „quo“, што би значило и могућност за представљање политичких субјеката као појединаца који желе да раде на промени и теже мобилизацији подршке за суштинске измене (Исто).

Без обзира на то за коју се улогу (оквир) политичари одлуче, сваки од њих носи са собом одређену количину моћи за обезбеђивање подршке политичарима (Callaghan & Schnell, 2001). Политичари контролишу процес уоквиравања на три начина. У првом случају, истиче се само оквир једне стране, што је и индикатор политичке контроле, коју политичар има. У два друга случаја, медији играју важну улогу, јер представљају различите погледе на свет, представљају обе стране и дају им могућност да публици прикажу сопствене погледе на кризу. Медији тако делују као арбитри и креирају медијске верзије политичке дебате (Исто).

Данас је у медијима све присутнији приказ једне, доминантне стране, јер су медији више условљени капиталистичким системом и обојени продором политике у сферу извештавања, али и обележени доминацијом забавне над информативном функцијом медија. Тако су медији више окренути идеји спектакла и фокусирани су на личности, профиле и слике, односно на изглед и форму, него на поруку и начин на који ће она бити представљена јавности. Ова трансформација доводи до тога да је фокус на сликама и емоцијама које изазивају личности својом појавом, што је посебно приметно код политичких субјеката (Mitić, 2016). Могућности за пласирање оквира и прича које се праве по мери доминантних политичких субјеката су се само прошириле, а процес персуазије је постао доминантнији него раније, јер се заснива на методама завођења и фасцинације. Тако се гласачи претварају у гледаоце или публику, а политичко извештавање се не бави суштинским питањима, већ се новинари фокусирају на особе, а не ситуације (Cappella & Jameison, 1997). Новинари се баве

својствима и мотивацијама политичара, а не питањима управљања. Тако је стратешки оквир интерпретације заснован на моделу у коме је победа та која важна. Ова стратегија намеће новинарима, па преко њих и публици, да се усредсреде на однос победника и губитника, и скину фокус са метода и техника да би се дошло до победе. Ово претвара политичаре у извођаче уз пажљиво дизајниране поруке (Lou, 2013). Зато се, код политичких субјеката у кризним ситуацијама не ради само о обнови репутације или представе, јер кризни одговор треба да обнови слику која је оштећена и у претходним неуспелим кризама. Активности политичара у актуелним кризним ситуацијама треба да посведоче о свеобухватној промени и убеде грађане у трајност те промене (Lou, 2013).

## **7. Хипотетички оквир истраживања**

У оквиру ове докторске дисертације изведене су једна општа и неколико помоћних хипотеза. Да би се потврдила општа хипотеза и утврдило на који начин и са којим циљем се реализује симболичка политика у Србији кренуће се од начина извештавања о кризним ситуацијама у домаћој медијској пракси.

***Х0: Стратешким уоквиравањем вести о кризним ситуацијама, телевизије са националном фреквенцијом у Републици Србији доприносе реализацији официјелне симболичке политике.***

Кроз кризу као догађај који са собом носи високи степен ризика и претње, најлакше се могу уочити карактеристике симболичке политике, јер су политички актери доминантни актери и главни извори информација на које се медији, а потом и публика ослањају. Реализација симболичке политике врши се кроз бројне симболички обојене елементе, па тако и стратешке оквире које медији пласирају, а којима се обезбеђује политички пожељна слика или представа о реалности и врши се утицај на публику.

Да би се потврдила општа хипотеза формулисано је и неколико помоћних хипотеза, које се односе на стратешке оквире као елементе кроз које се реализује симболичка политика у кризним ситуацијама.

***Хп1: У обликовању кризног наратива, новинари се користе информацијама које су добили од официјелних извора, уз помоћ којих граде политички пожељну представу о кризи којом се одржава „status quo”.***

Када је реч о формулисању стратешких оквира, питање извора информације је постављено као једно од кључних. У домаћој медијској пракси, коришћење званичних извора, блиских власти, са собом обично носи једнострану слику о догађају, а уз помоћ које се ствара оквир који одговара одржавању статуса „quo”. Том приликом политичари се ослањају на новинарску рутину, која почива на коришћењу већ постојећих интерпретативних оквира који су у складу са потребама и циљевима власти.

***Хп2: Поједностављену слику о кризној ситуацији новинари стварају користећи се дијагностичким стратешким оквирима.***

***Хп3: Да би понудили решења кризне ситуације и формирали дистанцу према екстремним ставовима о кризи политички актери дају изјаве које новинари представљају кроз прогностичке стратешке оквире.***

Ове хипотезе (Хп2 и Хп3) заснивају се на подели медијских оквира коју су направили Бенфорд и Сноу (Benford & Snow, 2000) на: дијагностичке, прогностичке и мотивационе оквире. Дијагностичким оквирима врши се објашњење проблема, његових узрока и указује на изворе информација. Да би дијагностички оквири кризу представили упрошћено и изазвали одговарајући степен панике, они се најчешће креирају под утицајем новинарских рутина и доминантних политичких актера, што им даје стратешку димензију.

Прогностичким оквирима нуди се потенцијално решење кризне ситуације. Предложено решење не тежи екстремима, јер такав став не одговара представницима власти као кредибилним кризним менаџерима. Политички актери у кризној ситуацији покушавају да

направе одступање од екстремних ставова о кризи, јер понуђена решења треба да имају хуману димензију, а која ће бити у складу са идентитетом публике.

***Хп4: Новинарска рутина у извештавању о кризним ситуацијама огледа се у истоветној примени речи, фраза, стереотипних слика и извора информација приликом формулисања медијских порука о кризи, а независно од врсте кризне ситуације.***

Један од разлога због кога се све чешће пласирају стратешки оквири у медијском извештавању јесте новинарска рутина. Она доводи до коришћења већ формулисаних оквира који се подржавају идентичним скупом вербалних и визуелних симбола независно до врсте кризне ситуације.

***Хп5: Стратешки оквири у медијском извештавању у кризи фокусирају се на победу или губитак и користе језик рата, игара и конкуренције.***

Употреба оквира игре у медијском извештавању је утврђена одавно, а спортске метафоре су често коришћене од стране домаћих политичара да би указале на политичке проблеме, понашања и догађаје (Radić-Bojanić & Silaški, 2008; Станојевић & Животић, 2013).

***Хп6: Стратешким оквирима врши се атрибуција кривице и расподела одговорности у домаћој медијској пракси у извештавању о кризним ситуацијама.***

Питање кризне одговорности је оно што оквири који се користе у извештавању у (о) кризи, на првом месту, разликује од оквира који се формирају за интерпретацију других врста догађаја. Подела кризне одговорности може се истаћи и употребом специфичних врста оквира којима ће се нагласити уникатност дате ситуације.

Помоћне хипотезе треба да укажу на који начин се изграђују стратешки оквири и који су елементи стратешких оквира у кризним ситуацијама. Такве информације допринеће јаснијем увиду у домаћу симболичку политику.

## **8. Методолошки оквир истраживања**

Да би се истражило кризно извештавање неопходно је применити више комбинованих истраживачких метода. Информације за потребе овог истраживања добиће се из примарних и секундарних извора. Примарни извори (емпиријски) односе се на податке прикупљене кроз квантитативно-квалитативну анализу садржаја и путем анкета и интервјуа, а који ће дати податке потребне за проверу дефинисаних хипотеза. Секундарне изворе чиниће публиковани резултати раније спроведених истраживања из наведене области.

Полазећи од теорије социјалног конструкционизма, представиће се одлике: симболичке политике, уоквиравања, медијских и стратешких оквира, а који су у исто време централни појмови у раду. Након тога, дефинисаће се контекст и формулисаће се претпоставке које су неопходне за спровођење будућег истраживања. Оваква тема тражи мултидисциплинаран приступ, јер сазнања потребна за анализу ове проблематике долазе из различитих области као што су: психологија, комуникологија, политикологија, односи с јавношћу, маркетинг итд. Будући да је реч о истраживаном феномену, обрада теме рада подразумеваће поређење различитих приступа његовом истраживању, то јест примену компаративне методе. Компаративна метода биће коришћена и у разматрању карактеристика уоквиравања и симболичке политике у домаћој и иностраној новинарској пракси. Да би се стечена сазнања повезала и груписала, користиће се: анализа, синтеза, индукција и дедукција.

Ауторка ће за потребе будућег рада покушати да анализира примере из праксе, а ради свеобухватнијег приступа користиће се три различите студије случаја. Коришћење студије случаја и дубинска анализа тих студија, су уобичајени методи истраживања за анализу медијског извештавања у време кризе. Већина ових истраживања фокусира се на велике националне или глобалне кризне случајеве као што су терористички напади, несреће изазване природним непогодама итд., а који су узор за даље истраживање (Fishman, 1977). Основна истраживачка метода ће бити квантитативно-квалитативна анализа садржаја која

ће се користити како у истраживању студија случаја, тако и у анализи закључака изведених на основу ранијих истраживања уоквиравања и симболичке политике.

У случају овог истраживања, одабране студије случаја ће обухватити медијско извештавање у време три кризне ситуације. То су случајеви: Параде поноса у Београду, 2010. године, избегличке кризе у Србији, 2015. године и случај рушења објеката у Савамали у Херцеговачкој улици, 2016. године. Ове три студије случаја су одабране, јер су кризе у њима различите. Парада поноса као студија случаја односи се на кризу из области људских права и слобода. То је унутрашња, домаћа криза, која може да се посматра кроз дужи временски период, будући да се манифестовала епизодично. Случај рушења стамбених и пословних објеката у београдском насељу Савамала је врста домаће, политичке кризе, али која је појединачна кризна ситуација. Избегличка криза је једини пример интернационалне кризе који ће се истраживати, а која је захватила и Србију, 2015. године. Поред тога, у све три кризе постоје бар две стране са супротстављеним ставовима (најчешће представници владајуће странке и опозиција), које је могуће поредити и чије је оквире потребно анализирати. У свакој кризи постоје доминантни актери и различити контексти, од којих ће се поћи у анализи примене стратешког уоквиравања у домаћој медијској пракси као виду реализације симболичке политике.

У оквиру сваке студије случаја биће дефинисан контекст анализе, односно историјат проблема, актери, теме и време дешавања. Медијски садржаји који ће се анализирати ће се тражити у информативним емисијама телевизија са националним покривањем (Пинк, Прва, Б92 и РТС). Телевизија је одабрана као медиј, јер у Србији, она и даље има највећу публику и најшири утицај (Matić, 2014; Атлагић & Сурчулија Милојевић, 2018). Основна јединица анализе је стратешки оквир („фрејм“) који се користи у медијским извештајима у кризним ситуацијама и који може да утиче на интерпретацију и перцепцију публике.

У првом делу анализе, ауторка ће покушати да у различитим медијским извештајима (ТВ прилог) утврди постојање стратешких оквира, потом ће они бити јасно идентификовани и класификовани на основу претходних теоријских знања. Користиће се индуктивни приступ анализе медијских оквира, што значи да ће се оквири издвојити у складу са одабраним студијама случаја, током анализе самог материјала. Индуктивни приступ омогућава детекцију оквира помоћу урањања у одабрани узорак. Ван Гроп (van Gorp, 2007) је понудио препоруке за спровођење индуктивног приступа оквирима, полазећи од идеје да у тексту не можемо пронаћи експлицитне оквире, већ трагове који до њега воде. Ти трагови, су заправо појмови, метафоре, примери, описи, аргументи, слике (експлицитне и имплицитне). Он саветује да анализу треба започети са стратешки одабраним вестима у којима се, потом, проналазе елементи који могу послужити за уоквиравање или резонување стратегија. Након тога, истраживач мора пронаћи асоцијације између тих елемената, јер је оквир настао из те асоцијације. Ван Горп (Исто) упозорава на сложеност да се та асоцијација елемената именује, јер то подразумева одлуку о уоквиравању. Назив мора бити довољно апстрактан да би се могао применити у другим ситуацијама.

У другом делу анализе, биће идентификовани елементи стратешких оквира у извештавању о кризним ситуацијама, њихова учесталост и специфичности. Поред тога, ауторка ће покушати да утврди како се стратешки оквири користе у обликовању кризног наратива у домаћој медијској пракси, али и који стратешки оквири карактеришу кризно извештавање информативних електронских медија у Србији. Циљ је идентификација и кодификација различитих карактеристика стратешких оквира.

Трећи део анализе обухватиће критичку анализу медијског дискурса у време наведених кризних ситуација. Садржај политичког дискурса чине различите идеје које политичке елите генеришу у виду идеологија, а које су важне за изучавање симболичке политике. Циљ је да се укаже на изјаве доминантних политичких актера и њихов садржај и значење, а да би се указало на поруке које се тим путем наговештавају и преносе.



У складу са оваквом поставком истраживања, може се закључити да ће реализација такве анализе оквира укључити анализу кадрирања у медијским текстовима и квалитативну анализу оквира и критичку анализа дискурса.

Анализа кадрирања у текстовима вести разликује се од других приступа на следеће начине (Pan & Kosicki, 1993: 58): а) уместо да се медијски садржаји замишљају као психолошки надражаји са препознатљивим значењима, они се посматрају као скупови симболичких уређаја који комуницирају са меморијом публике у циљу конструкције значења; б) анализа уоквиравања није ограничена на структуралистички приступ дискурсу вести, већ прихвата претпоставку о формирању текста и мултидимензионалном концепту вести што значи да омогућава формирање когнитивних пречица у производњи и потрошњи вести, в) валидност анализе уоквиравања не зависи од сналажљивог читања текстова вести истраживача већ она задржава системске процедуре прикупљања података из текстова вести ради идентификације значајних елемената које би могли користити припадници публике; г) присуство оквира у медијским садржајима је независно од публике (Pan & Kosicki, 1993: 58).

Квалитативна анализа оквира, показује значај културних и политичких садржаја за грађење оквира вести и показује како се оне ослањају на заједничку залиху друштвених значења (Linström & Marais, 2012). Овакав приступ анализи оквира базира се на кључним речима и метафорама у тексту, идентификујући шта је укључено у оквир, као и шта је изостављено, препознајући да речи које се понављају у тексту можда нису најважније (Connolly-Ahern & Broadway, 2008: 369). Поред овога, треба истаћи и мешовити методолошки приступ анализи оквира уз употребу квантитативних техника за испитивање општих трендова у великим скуповима података и квалитативне технике за испитивање суптилних ефеката уоквиравања у мањим скуповима података (van Gorp, 2007: 72, 73).

Критичка анализа дискурса, као још један истраживачки приступ који ће се користити у истраживању, је проучавање текстова, говора и визуелних слика, а код којих треба открити заједничка значења која представљају друштвене структуре и идеологије. Критичка анализа дискурса се разликује од анализе дискурса у експлицитним политичким и друштвеним циљевима. Она претпоставља да структуре дискурса представљају друштвену неједнакост и неправду и настоји их разоткрити у продукцији и пријему писаних, говорних и визуелних порука. Критичка анализа дискурса се бави проучавањем и анализом стварања и одржавања односа моћи, неједнакости и доминације кроз дискурс унутар различитих политичких, друштвених и историјских контекста (Threadgold, 2003).

Овај приступ уводи различите теорије фокусирајући се и на микро аспекте дискурса (речи, реченице и слике) и на макро аспекте друштвених структура (продукција и пријем текстова). На микро нивоу, она претпоставља да се моћ манифестује у обрасцима употребе речи и слика и да појединци учествују у тим процесима конструкције приликом употребе језика. На макро нивоу, критичка анализа дискурса претпоставља да су идентитети (субјективности) конструисани на начин на који производимо и конзумирамо дискурсе, тј. да језик конструише наш друштвени и културни свет. У оба контекста, ова анализа претпоставља да друштвене, културне, идентитетске и структуре моћи нису фиксне и да промене у употреби језика могу да промене оно што је конструисано (Исто).

Текстови, дакле, могу бити отворени за оспоравање, јер се различити појединци и групе - произвођачи и примаоци - боре око значења и ефеката. Улога идеологије, међутим, јесте натурализација доминантних структура тако да се процеси стварања значења и друштвене конструкције затамне. Критичка анализа дискурса има за циљ да те процесе учини видљивим постављањем питања да ли текстови служе снажним интересима или структурама доминације, проценом да ли је једна репрезентација или идентитет одабран или конструисан на одређени начин, и питајући се ко производи репрезентације и какви би његови/њени мотиви могли да буду (Raluca & Kozman, 2015). Значења ових текстова често кодирају они који су на власти, иако су значења и ефекти језика такође производи преговора између произвођача, потрошача и ширег друштвеног и културног контекста.

Аналитичари у текстовима вести разматрају различите технике кадрирања, језичке карактеристике (граматичка структура и модалитет), шта је из текста искључено, ког је жанра текст, како су појединци умешани у текст и како текстови ступају у интеракцију са другим текстовима у дискурзивном пољу (Исто).

Добијени подаци, дискусије и закључци ујединиће се са закључцима донешеним на основу прегледа стручне литературе, штампаних, електронских и онлајн извора. Сви они биће допуњени личним опсервацијама и искуствима стеченим у пракси, као и кроз учешће на конференцијама и научним скуповима, али и разговорима са практичарима.

### **8.1. Телевизијски програми са националном фреквенцијом у Србији као предмет анализе**

За потребе овог рада истраживање које је спроведено обухватило је емисије на телевизијским програмима са националном фреквенцијом - Пинк, Прва, Б92 и РТС. У зависности од студије случаја у разматрање ће се узети различите емисије у оквиру датих телевизија, а које ће бити и образлагане у складу са контекстом догађаја у одељцима који се односе на анализе студија случаја. Избор емисија је широк и различит због тешке доступности материјала, али и чињенице да је пандемија вируса *COVID-19* учинила компликованим како потрагу за прилозима, тако и њихов преглед.

#### **а) РТС – Радио телевизија Србије – јавни медијски сервис**

Јавни радиодифузни сервиси сматрају се једним од најважнијих стубова не само националног, већ и европског културног идентитета и имају значајну улогу у функционисању демократских система. Електронски медији способни да произведу захтевне програме јавног сервиса, емитери потенцијално високо квалитетних и тачних информација, доприносе развоју критички оријентисаног цивилног друштва које захтева транспарентност власти у доношењу и спровођењу политичких одлука. Као темељне институције друштва у којем делују и његове јавне сфере, јавни сервиси имају задатак да омогуће бољу комуникацију између власти, грађана, приватног сектора и локалних заједница (Кнежевић, 2002: 124).

Од таквих медија очекује се да буду у служби нације, али и у служби различитих мањинских група, супкултура и других специфичних ентитета, да подстичу плурализам политичких мишљења и верских идеја. Са становишта техничко-технолошких, организационих и уређивачких захтева, од јавних радиодифузија очекује се максимум: да одржавају највише стандарде квалитета и продукције и да се унутар конкурентног окружења, са комерцијалним емитерима, надмећу за већу гледаност. Притом, њихов основни задатак јесте да подстичу и негују жанровску разноликост, оригиналност и независност програмске понуде и тиме подижу критеријуме и стандарде медијске индустрије у целини (Исто). Јавне радиодифузије треба да буду универзално доступне на постојећим платформама, истовремено се такмичећи и на новим, често технички ограниченим и скупим платформама. Медији у јавној служби не представљају само брану надирућим комерцијалним трендовима који снижавају програмске стандарде и потискују мање профитабилне програме, већ служе и као главни подстрек за подизање стандарда у свим програмским жанровима. После пада комунистичког уређења у земљама Централне и Источне Европе, оне полазе путем реформисања својих медијских система, од државних радиодифузних мрежа у јавне радиодифузне сервисе, ослобођене политичке контроле и економских притисака (Исто).

Радио телевизија Србије је републички јавни сервис који емитује свој програм на четири телевизијска канала (Први, Други, РТС Дигитал и РТС Сателит), као и на четири радијске мреже (Радио Београд 1, 2, 3 и Радио Београд 202). РТС има и своју интернет страницу ([www.rts.rs](http://www.rts.rs)) са бројним мултимедијалним садржајима. Претеча РТС-а је Радио Београд који је редовно почео да емитује програм 24. марта 1929. године. Телевизија Београд почела је експериментално да емитује програм 23. августа 1958. године. Према Закону о радио-телевизији из 1991. године, од три медијска центра Радио Телевизије Београд, Радио

Телевизије Нови Сад, Радио телевизије Приштина створен је један гломазни, централизован и политизован медијски систем, који је режиму служио као ударни пропагандни механизам за ратне и остале политичке циљеве (Veljanovski, 2005: 37).

Крајем 2005. године, РТС започиње трансформацију из државноцентричног медија у јавни сервис. У 2006. години из састава РТС-а излази Радио-телевизија Нови Сад, која поново почиње самостално да послује као јавни сервис Војводине и (формално) Радио-телевизија Приштина (РТВПР), која је фактички од повлачења српске војске и администрације из јужне покрајине 1999. променила назив у Радио-телевизија Косова и под контролом је албанских власти у Приштини (Исто).

Управну функцију Јавне медијске установе Радио-телевизија Србије обавља Управни одбор (УО) који именује Савет Регулаторног тела за електронске медије. Чланови УО се бирају из редова афирмисаних стручњака за медије, менаџмент, право и финансије итд. Чланове УО именује и разрешава Савет Регулаторног тела за електронске медије. Мандат члановима траје пет година и једно лице може бити именовано за члана УО највише два пута узастопно. Саветодавни орган РТС је Програмски савет (раније Програмски одбор). Програмски савет заступа интересе гледалаца и слушалаца у целини (РТС, 2020).

Све остале телевизије које су део истраживања су комерцијалног карактера, што значи да се од њих очекује већа независност у публикувању садржаја. У исто време, потребни су већи напори да ови медији преживе и остану конкурентни на презасићеном и несређеном домаћем медијском тржишту. То са собом носи последице попут веће политичке и економске обојености телевизијских садржаја.

#### **б) Б92/О2**

Основан 1989. године, Б92 је као омладинска радио станица емитовала програм у Београду. ТВ Б92 је почела емитовање 2000. године, као наставак активности и пројеката којима се Б92 до тада бавио и временом је постала снажан медијски конгломерат са четири основне активности: ТВ Б92 - комерцијални терестријални канал са јаким информативним садржајем, кабловска телевизијска станица Б92 инфо (угашена у међувремену), веб сајт Б92.нет и Плеј радио. Током 2015. године већински удео у компанији Б92, преузела је Антена група, медијски лидер у Југоисточној Европи. Након тога, Б92 постаје акционарско друштво чији је већински власник фирма Стефаноса Пападопулоса Астонко Д.О.О Београд (са 85% удела), као и Б92 Траст 11% (акционар којим управљају оснивачи и менаџери Б92) и мали акционари 4%. (Б92, 2020).

Компанија Антена као нови власник, 11. септембра 2017. године, телевизију Б92 трансформише у О2 телевизију ради ребрендирања и стварања нове медијске стратегије и имица. Крајем 2018. године, О2 је продат компанији Коперникус, након чега се у марту 2020. године враћа старо име телевизији и она се назива Б92 (Исто).

#### **в) Фокс/Прва српска телевизија (Прва)**

Прва српска телевизија јесте приватни комерцијални медиј са националном покривеношћу. Основана је под именом Фокс телевизија 2006. године, а први власници Фокс телевизије били су београдска фирма „Nova Broadcasting“ д.о.о. (51%) и компанија Руперта Мердока, „News Corporation“ (49%). Мердокова компанија је 2009. године, ипак, пренела своја оснивачка права на грчку Антена Групу, која тако постаје нови власник ове медијске куће (Pralica, 2012: 39-52).

Републичка радиодифузна агенција Телевизији Фокс након промене власника даје дозволу за коришћење акронима ПСТ (скраћеница од Прва српска телевизија) или Прва ТВ за промоцију, док је званично име медијске куће остало: *Предузеће за производњу и емитовање ТВ програма Фокс телевизија (Fox)*. Након промене власника, мења се и концепција ове телевизије која постаје модернија, унапређује информативни програм и бележи пораст гледаности (Исто).

Крајем 2018. године Прва српска телевизија је продата компанији Коперникус, заједно са О2 телевизијом (Прва, 2020).

### г) Телевизија Пинк

Пинк је приватна комерцијална медијска компанија која емитује телевизијски програм са националном покривеношћу и радио-програм на подручју Београда, као и на сајту [www.rtvPink.com](http://www.rtvPink.com). Поред тога, она има још четири телевизијска канала са националном покривеношћу у Црној Гори, Босни и Херцеговини, Македонији и Словенији, десетак специјализованих сателитских и кабловских програма, а поседује и филмску и музичку продукцију, као и авио-компанију (Пинк, 2020). Сви ови сегменти представљају компанију Пинк Медиа Груп (*Pink Media Group*) у власништву Жељка Митровића. Музички радио Пинк основан је 1993. године, а телевизија 1994. године. Све до петооктобарских промена 2000. године када покреће информативни програм, телевизија Пинк је емитовала искључиво забавни програм (Pralica, 2012: 39-52).

Све ове телевизије са националном покривеношћу, биле оне комерцијалног карактера или имале углогу јавног медијског сервиса, су доминанти извори информација за највећи део публике у Србији и простор на коме се одвија борба за премоћ између домаће владајуће политичке елите и опозиције.

## III ДЕО – ПРЕЗЕНТАЦИЈА СТУДИЈА СЛУЧАЈА И РЕЗУЛТАТА ИСТРАЖИВАЊА

У наставку рада биће презентоване три студије случаја у оквиру којих се пратило извештавње на телевизијама са националном фреквенцијом приликом кризних ситуација, а ради утврђивања карактеристика стратешких оквира које медији користе, као и презентације симболичке политике кроз њихов пласман у медијским порукама.

### 9. АНАЛИЗА ПРВЕ СТУДИЈЕ СЛУЧАЈА: ПАРАДА ПОНОСА У БЕОГРАДУ 2010. ГОДИНЕ

Криза које је повезана са одржавањем Параде поноса у Београду 2010. године, дешавала се у специфичним политичко-економским и друштвеним околностима. Друштво је било подељено интензивним расцепима идентитета који су у политику уносили много емоција и жестине. Србија је у овакву ситуацију дошла, због транзиције, светске економске кризе, али и чињенице да се друштво суочавало са проблемима о којима су политички актери и грађани имали дијаметрално супротне ставове (Spasojević, 2011: 132-134).

#### 9.1. Друштвени контекст у коме се одржава Парада поноса 2010. године

Након петооктобарских промена, елите у земљи повезане са политичким партијама имале су задатак да изграде демократску државу и институције и изврше консолидацију јаке средње класе. Домаће институције су биле неразвијене, а грађани су били погођени високом стопом незапослености и ниским животним стандардом (Pavićević, 2010: 147, 148).

После ванредних председничких и скупштинских избора 2008. године, моћ је прешла у руке Демократске странке (ДС). Борис Тадић је изабран за председника, а коалиција на челу са ДС-ом освојила је и највише посланичких места у Народној скупштини. Та места јој нису омогућила да самостално формира Владу која је након три месеца преговора, ипак, састављена захваљујући коалицији са Социјалистичком партијом Србије (СПС). Цензус на изборима прешла је и Либерално демократска партија (ЛДП), а у парламент су ушле и три мањинске листе. На изборима велику подршку је добила и Српска радикална странка (СРС), али која захваљујући претходно наведеној коалицији није успела да дође на власт. Након пораза, СРС је доживела унутрашње преврате и део њеног руководства формира нову партију - Српску напредну странку (СНС). СНС ће у годинама које следе постепено преузимати како чланове СРС-а, тако и подршку њихових гласача (Spasojević, 2011: 132).

Демократска странка Србије (ДСС) прелази у опозицију као евроскептична, а касније и антиевропска струја. Састав ове Владе дат је у Табели 1. Табела указује и на промене у датој Влади у годинама које следе. Такође, Влада премијера, Мирка Цветковића, је до тада била једина Влада са пуним мандатом од 2000. године (Kovačević, 2014: 69).

Табела 1. Састав Владе Мирка Цветковића 2008. године<sup>28</sup>

Ресор	Политичар	Детаљи
Председник Владе Србије	Мирко Цветковић (ДС)	до 2011.
<b>Први потпредседник Владе, министар унутрашњих послова</b>	<b>Ивица Дачић (СПС)</b>	
Потпредседник Владе Србије, министар науке и технолошког развоја	Божидар Ђелић (ДС)	укинута 2011.
Потпредседник Владе Србије	Млађан Динкић (Г17+)	до 2011.
	Верица Калановић (Г17+)	од 2011.
Потпредседник Владе Србије	Јован Кркобабић (ПУПС)	
Министар спољних послова	Вук Јеремић (ДС)	
<b>Министар одбране</b>	<b>Драган Шутановац (ДС)</b>	
Министар/ка финансија	Диана Драгутиновић (ДС)	до 2011.
	Мирко Цветковић (ДС)	од 2011.
<b>Министарка правде</b>	<b>Снежана Маловић (ДС)</b>	
Министар пољопривреде, шумарства и водопривреде	др Саша Драгин (ДС)	до 2011.
	Душан Петровић (ДС)	од 2011.
Министар економије и регионалног развоја	Млађан Динкић (Г17+)	до 2011.
	Небојша Ђирић (Г17+)	од 2011.
Министар рударства и енергетике	Петар Шкундрић (СПС)	укинута 2011.
Министар за инфраструктуру (и енергетику)	Милутин Мркоњић (СПС)	
Министар за државну управу и локалну самоуправу (Министар државне управе, локалне самоуправе и људских и мањинских права)	Милан Марковић (ДС)	
Министар трговине и услуга	Слободан Милосављевић (ДС)	укинута 2011.
Министар просвете (министар просвете и науке)	Жарко Обрадовић (СПС)	
<b>Министарка за омладину и спорт</b>	<b>Снежана Самарцић - Марковић (Г17+)</b>	до 8. 2. 2012.
	Верица Калановић (Г17+)	од 8. 2. 2012.
<b>Министар здравља</b>	<b>Томица Милосављевић (Г17+)</b>	до 2011.
	Зоран Станковић (Г17+)	од 2011.
Министарка за телекомуникације и информатичко друштво	Јасна Матић (Г17+)	укинута 2011.
Министар рада и социјалне политике	Расим Љајић (СДП)	
Министар заштите животне средине (рударства) и просторног планирања	Оливер Дулић (ДС)	
Министар културе	Небојша Брадић (Г17+)	до 2011.
Министар културе, информисања и информационог друштва	Предраг Марковић (Г17+)	од 2011.
Министарка за национални инвестициони план	Верица Калановић (Г17+)	до 2011.
Министар за Косово и Метохију	Горан Богдановић (ДС)	
Министар вера	Богољуб Шијаковић (ДС)	укинута 2011.
Министар дијаспоре (и вера)	Срђан Срећковић (СПО)	
<b>Министар за људска и мањинска права</b>	<b>Светозар Чиплић (ДС)</b>	<b>укинута 2011.</b>
Министар без портфеља	Сулејман Угљанин (СДА Санџака)	

Извор: (Milošević, 2008).

Ово су били девети председнички избори од увођења вишестраначја у Србији 1990. године, пети од смене бившег режима 2000. године и први након усвајања новог Устава из 2006. године (Milivojević, 2008: 35-38). Истовремено, ово је значило победу проевропске Србије што ће обележити и председнички мандат Бориса Тадића који ће континуирано „вагати“ између Европе, јер је процес европских интеграција ушао у интензивнију фазу, и националистичких притисака који су пробуђени са проглашењем независности Косова у

<sup>28</sup> У Табели 1. поједине функције и њихови носиоци су обележени јачом бојом (болдовани), јер се у првој студији случаја јављају као учесници и извори информација.

фебруару 2008. године. Ивица Дачић као председник СПС-а и необични спасилац Европског пута добија позицију првог потпредседника Владе и министра унутрашњих послова (Исто).

Сукоб између ДСС-а и ДС-а обележио је политичку сцену тог доба, јер је то значило крај петооктобарског блока и ново мешање политичких играча. ДС је искористила изборну кампању да подсети на значај бившег премијера, Зорана Ђинђића, за напредак Србије ка Европској унији (ЕУ) и елаборира нову прореформску визију. Питање Косова је требало да се реши пре уласка у ЕУ, иако је процес захтевао компромис између Срба и косовских Албанаца. Са друге стране, ДСС се самостално маргинализовао радикализовањем става против европских интеграција (Stojić, 2011: 21, 23).

Прелазак СПС-а на „противничку“ страну део је пута те странке од антисистемске позиције после петог октобра ка политичком центру и проевропској политици. Овим је СПС потпуно прихватио легитимност демократског система и отворио простор за сарадњу са различитим странкама (Stojić, 2011: 21, 23).

Уз губитак на изборима СРС је била потресена општим неслагањем, а Томислав Николић и Александар Вучић су са стварањем СНС-а преузели и део руководства, посланичких група и општинске одборе. СНС се декларисала као партија проевропске оријентације која је таквом дефиницијом желела да привуче јавну подршку и смањи отпор дела јавности и међународних чинилаца (Владисављевић, 2019: 203, 204).

Сукоб око европских интеграција и косовског питања рефлектује утицај националног идентитета на политички живот и демократски развој земље. Победа „проевропских“ странака и формирање Владе са коалицијом око СПС-а поставили су темељ за дугорочну политику европских интеграција, без обзира на политику условљавања од стране ЕУ. Приближавање ЕУ се није доводило у питање, иако је питање Косова и даље са собом носило политику заштите територијалног интегритета покрајине и непризнавање независности. Расцеп на проевропске и патриотске снаге није нестао, али су проевропске снаге постале знатно јаче и временом су надвладале, бар на неко време, другу страну. Политика власти, после петог октобра, о европским интеграцијама и државним и националним питањима, укључујући и права националних мањина, али и питање Косова почивала је на инклузивном приступу заснованом на демократским и међународним стандардима (Исто: 205, 206).

У време одржавања Параде поноса 2010. године, Борис Тадић, је на половини свог председничког мандата који је обележен унутрашњим незадовољством. Преливање глобалне финансијске кризе и кризе еврозоне у наш регион произвело је значајне последице када је реч о привредној рецесији и драматичном расту незапослености. О томе најбоље говоре чињенице да у том тренутку Србија има најнижу стопу запослености у Европи (преко 700.000 незапослених људи), најниже просечне плате у региону (око 310 евра) и највећу инфлацију у региону. Уз велики број предузећа која су у блокади и слабе инвестиције влада несигурност (Poročić, 2010).

Председник Тадић је 2009. године предао захтев за кандидатуру Србије у ЕУ, а одговор у виду Упитника Европске комисије, Србија ће добити око месец дана након Параде поноса у Београду (у даљем тексту: Парада) (Milošević & Dokumentacioni centar Vremena, 2010). Из тог разлога, период пре и након одржавања Параде, обележен је снажним притиском да се Србија понаша у складу са европским вредностима. Сва деловања Србије су под „лупом“ и могу значити негативне бодове када је у питању одлука ЕУ. Да би приступила ЕУ, Србију је чекало пуно рада у бројним областима, укључујући и сектор за људска и мањинска права. Тако је те године Парада значила јединствени тест Србије када је реч о толеранцији и прихватању различитости. У великој мери то је био и разлог подршке власти и политичара самој манифестацији, иако та подршка није била унифицирана и општа (Исто).

### *9.1.1. Медијски контекст у Србији 2010. године*

Медијско окружење је након петооктобарских промена обележено спорим медијским реформама, изостанком јасније и стратешки оријентисане медијске политике и санирањем наслеђа из деведесетих година.

Нови регулаторни оквир је тада успостављен усвајањем најважнијих медијских закона: Закона о радиодифузији (IAA, 2002), Закона о јавном информисању (REM, 2003), Закона о телекомуникацијама (Paragraf, 2003), Закона о слободном приступу информацијама од јавног значаја (Pravno-informacioni sistem, 2004) и Закона о оглашавању (Paragraf, 2004) (Клаџар, 2020: 24-27). У току 2009. године, посебна пажња медијских стручњака биле је усмерена на усвајање Закона о изменама и допунама закона о јавном информисању, јер је Закон био упућен у скупштинску процедуру, а да није пре тога био изнет на јавну расправу. То је било проблематично због његове неусаглашености са Уставом и међународним стандардима. Како је Уставни суд ову иницијативу разматрао тек у јулу 2010. године, а одлуку о неусаглашености одредби са Уставом објавио тек у новембру 2010. године, овај закон је био на снази у време Параде поноса што је посебно довело у питање независно деловање и извештавање медија (Beogradski centar za ljudska prava, 2010: 147, 148).

Поред ангажовања власти да спроведу приватизацију медија, 2003. године оформљена је Републичка радио-дифузна агенција (РРА) као регулаторно тело за електронске медије (радио и ТВ емитери). Ипак, агенција никада није испунила своју основну функцију, јер као државно тело није била аутономна и независна у свом деловању (Исто).

У 2010. години на основу податка из Агенције за привредне регистре (АПР) у Србији је постојало: 99 телевизија, 190 радио програма, 19 агенција и 500 новина, и сматрало се да ови подаци нису потпуни, јер многи медији раде без дозволе (Večernje novosti, 2010), што је показивало презасићеност домаћег медијског тржишта.

Извештај Репортера без граница (*Reporters without borders*) је те 2010. године указивао на лоше стање у домаћим медијима, јер се Србија налазила на 85. месту од 178 земаља које су учествовале у истраживању уз пад од 23 места у односу на 2009. годину (Večernje novosti, 2010a). Слична је била и оцена Фридом Хауса (Freedom House, 2010) који је у свом извештају закључио да су медији у Србији делимично слободни уз учестала кршења слободе изражавања и информисања, као и да је материјални положај медијских радника изразито лош. Чињеница је била да транзиција није успела да привуче нови капитал у медијску индустрију, а њен најдинамичнији део је постао таблоидно тржиште у које је долазио новац нејасног порекла. На тржишту су бујале таблоидне дневне новине са нетранспарентним власништвом, док су преживљавале оне са идеолошком позадином и усмерењем. Иза њих су стајали представници старог режима који су се супротстављали демократизацији и европеизацији (Матић & Миливојевић, 2021: 368).

Форсирана и нерегулисана комерцијализација медија довела је до медија који нису имали услова за тржишно функционисање. Како на тржишту нису могли да дођу до стабилних извора финансирања окренули су се јавним ресурсима у партијским рукама. Настајућа индустрија оглашавања је, такође, била концентрисана у партијским круговима, што је доводио до медијске зависности од политичких извора прихода (Исто: 374, 375). Са професионализацијом политичког маркетинга и неодговарајућом регулацијом политичког оглашавања, политичким партијама је омогућено да пласирају велики број сопственог садржаја и да компромитују информативну и критичку улогу медија. Ово се најбоље могло видети у време политичких кампања када је медијима било исплативије да емисионо време продају политичким партијама него да ангажују сопствене новинаре да раде истраживачки и креативан посао. Оваква медијска ситуација показује простор за манипулацију медијским садржајима и вршење притисака на медијске раднике и успостављање контроле над процесом извештавања (Исто).

Централни извор информација у 2010. године је телевизија, а емитована слика о Србији показивала је стабилну државу без кризних догађаја на економском, политичком и социјалном плану. Државни министри постали су део сваког напретка у различитим областима, а негативни резултати су представљани као проблеми из прошлости. Социјалне теме су биле политизоване, јер су припадници власти били део садржаја и указивали су сопствено позитивно деловање у датој ситуацији (Исто: 368).

### 9.1.2. Десничарске и навијачке скупине у Србији и њихово политичко деловање

Проблем који је Србија имала са екстремистичким, десничарским и навијачким организацијама није избио 2010. године. Њихова присутност постаје видљива још деведесетих година, када се из састава навијачких група регрутују кадрови за ратне добровољачке јединице. Вође неких навијачких група почињу да обезбеђују политичке лидере и баве се политиком, а неки од њих су имали паравојне формације које су радиле по заповести. Нереди проузроковани деловањем навијача су се наставили и после распада Југославије, што је било супротно прогнозама да ће са завршетком међунационалних сукоба и испади навијача престати. На жалост, такве појаве су опстале до данас, па чак и постале чешће са још озбиљнијим последицама.

Период распада СФРЈ од 1991. до 2000. године, представља период када су психоза рата и политички притисак деловали негативно на српске навијаче који су се под тим притиском дугорочно окренули десним политичким структурама. У складу са тим, а након промена 2000. године, било је тешко суочити се са члановима тих организација и избацити их из политичких, економских, безбедносних и спортских структура чији у били део (Миливојевић и др., 2014: 30, 31). Насиље на спортским приредбама почело је да се преноси на места која немају везе са одржавањем спортских приредби. Тако је само током 2008. године, поред 138 тешких облика насиља извршених пре, за време и после одржавања спортских манифестација, евидентирано још 68 случајева насиља на улицама, јавним скуповима, угоститељским објектима и другим местима (Исто). Најстрашнији случајеви су били паљење Бајракли џамије у Београду или каменовање амбасада и демолирање и пљачкање радњи у Кнез Михајловој улици након проглашења независности Косова, 2008. године.

Због суђења убицама француског навијача, Бриса Татона, и информисаности јавног мњења о претњама које је новинарка Бранкица Станковић свакодневно добијала након Инсајдеровог серијала о повезаности навијачких скупина и политичких структура, ове струје добијају значајан медијски простор. Поред тога, националистичке струје заједно са навијачким групама постају додатно изиритиране и изреволтиране различитом одлукама и дешавањима у току 2010. године попут Декларације о осуди злочина у Сребреници (март 2010), мишљења Међународног суда правде (МСП) да је проглашење независности Косова у складу са међународним правом (јул 2010) и Резолуције о Косову (Milošević & Dokumentacioni centar Vremena, 2010). То је значило додатно ширење мржње и насиља, а које је следило након сваке утакмице, а нарочито дербија.

Иако је вршилац дужности Републичког јавног тужиоца, Слободан Радовановић, 2009. године поднео Уставном суду предлог за забрану деловања четрнаест екстремних навијачких подгрупа клубова Партизана, Црвене звезде и Рада, до одржавања Параде поноса овај случај није добио епилог. На њега се пуно пута скретала пажња током самог извештавања о насиљу на улицама Београда, 10. октобра 2010. године (Beogradski centar za ljudska prava, 2010: 335, 336). Поред сталних указивања на пораст броја хулигана и припадника екстремне деснице који учествују у тучама и нередима, стиче се утисак да власти у Србији нису и даље биле спремне да се с њима обрачунају, иако су обећавале да ће санкционисати такво понашање.

Претње и изјаве вођа ових организација добијају медијску пажњу пре одржавања Параде, а њихове речи и деловања правдају се народним незадовољством, сиромаштвом и одбраном традиционалних, српских вредности. Тако је вођа десничарске организације „Образ“ јавно поручио да ће у случају одржавања Параде доћи до последица које неће моћи да се контролишу, док је Организација СНП „Наши 1389“ позвала медије да им продају фотографије учесника Параде за потребе израде сајта под називом: „Заштити своје дете“ (GLIC, 2010 према Beogradski centar za ljudska prava, 2010: 335, 336).<sup>29</sup> Одређени медији

<sup>29</sup> Вођа „Образа“ је због активности на Паради поноса ухапшен и осуђен на две године затвора у априлу 2011. године, а Устави суд је коначно 2012. године забранио постојање и деловање групе Образ због кршења људских и мањинских права уз подржавање насиља и дискриминацију (Beogradski centar za ljudska prava, 2010: 335, 336).



прихватају, па чак и додатно истичу десничарске изјаве овог типа у потрази за знацима „велике десничарске завере“ која је бојена сензационализмом.

### 9.1.3. Политике „Прајд“: почеци и шетња 2010. године

До 2000. године рад ЛГБТ организација у Србији је био оријентисан на оснаживање заједнице и расправе унутар савезничких феминистичких и антиратних група (Vučaj, 2011: 160). Први значајнији излазак ЛГБТ организација на јавну сцену десио се 2001. године, када је *Лабрис* организовао први *Прајд (PRIDE)* у Србији који је прекинут нападом на учеснике/це манифестације. Иако, су глобална искуства потврдила субверзивни потенцијал и политичку моћ овог догађаја, насиље над учесницима/цама само је учврстило границе већ постојеће праксе искључивања (Kajinić, 2003).

Први следећи јавни скуп ЛГБТ активиста/киња организован је осам година касније, испред Сава центра у Београду, након забране конференције за штампу *Геј-стрепт алијансе* (ГСА). Те године је усвојен Закон о забрани дискриминације којим је забрањена дискриминација на основу сексуалне оријентације. Циљ да се организује „Прајд“ или „Поворка поноса“ обновљен је 2009. године када организациони одбор највећи део својих активности усмерио ка јавности, очекујући од ње подршку и суочавање са предрасудама (Veličković, 2014: 167). Поворку је подржао велики број личности из јавног и политичког живота и академске заједнице. Дан пре заказаног датума указом Владе Србије шетња измештена на другу локацију, а коју одбор Поворке није прихватио, па је она и отказана (Knežević, 2014: 352).

Ситуација се 2010. године мења због политичке ситуације и преговора са ЕУ, јер дискусија о ЛГБТ правима постаје део високе, државне политике. У складу са тим, организовање Параде поноса схваћено је као питање безбедности, закона и политичке воље, пре него питање трансформације патријархалног родног обрасца. Најважнији циљ одбора за организацију Параде је био да се она те године и одржи и да полиција заштити учеснике/це, (Bogdanović, 2012: 50-53).

### 9.1.4. Анализа дискурса и опис кризне ситуације: Да шетамо заједно упркос насиљу

Парада поноса под називом: „Да шетамо заједно“, заказана је за недељу, 10. 10. 2010. године, а њој је широм Србије претходила „Недеља поноса“ која је значила организовање бројних, изложби, трибина, перформанса са тематиком ЛГБТ права. Очекивало се да ће на Параду доћи између 300 и 500 учесника (било их је око 1000), а планирано је да их штити око 5000 полицајаца међу којима су били и припадници противтерористичке јединице, специјалне антитерористичке јединице и жандармерије (Knežević, 2014: 353).

#### а) Најава Параде и преткризно стање

Видљивост подршке јавних личности и академске заједнице која је обележила организацију Параде 2009. смањена је годину дана касније. Ипак, подршка политичара је 2010. била већа, иако странке попут: СРС-а, ДСС-а, Нове Србије (НС) и Јединствене Србије (ЈС) нису дале пристанак за организацију манифестације. Параду су подржале мање политичке странке: ЛДП, ЛСВ (Лига социјалдемократа Војводине), СДУ (Социјалдемократска унија), као и странке ДС, Г17+ и СПС. Ипак, подршка владајућих странки је била мање видљива, јер су сматрале да би отвореније залагање за Параду могло да умањи број традиционално усмерених бирача. Одржавање скупа у припремним разговорима, без обзира на такав став партија, лично су подржали председник Србије, министар унутрашњих послова, председница Скупштине Србије итд. (Beogradski centar za ljudska prava, 2010: 309). Састављено је Координационо тело које су чинили представници Министарства за људска и мањинска права, МУП-а, Министарства правде, Републичког јавног тужилаштва, као Омбудсман и Скупштински одбор за одбрану и безбедност, а чији је задатак био да Парада поноса прође мирно и без инцидената. Поред тога, невладине организације, стране дипломате и представници међународних организација у Србији били су покретачка снага шетње и лица најављене манифестације (Knežević, 2014: 353).

Најава Параде поноса десила на Калемегдану поред споменика Победник, што је због јавне потврде да ће се она ове године и одржати био истовремени симбол победе. Свечано откивање датума одржавања Параде праћено је дугиним бојама као једним од обележја ове манифестације широм света и симболом слободе и солидарности. Шарени балони који се пуштају у небо, симболизовали су пут у једнакост за коју се ова мањина већ дуго борила. Представник организационог тима и председник ГСА је овом приликом говорио споро и са задршком, чиме се додатно наговештавала тежина и значај тренутка за сексуалне мањине у Србији. Подршку му је дао други организатор и председник Квирија центра који се са већом одлучношћу и самопоуздањем освртао на могућност свих људи да у Србији остваре своја права. На телевизији Б92, овим поводом, гостовао је и тадашњи министар за људска и мањинска права који је поносно и умирујућим гласом причао како се Србија променила и како је толеранција народа на високом нивоу. Овакве поруке ишле су у прилог перцепцији о Србији која отворено иде као ЕУ и демократским променама које захватају друштво у целини (Б92, Вести, 30.9.2010).

Насупрот оваквим порукама преткризно стање поводом Параде поноса је било обојено и дискриминаторним говором и говором мржње попут изјава оснивача ЈС: „*Јединствена Србија и ја као човек који живи у централном делу Србије никада нећемо подржати ту параду срама. Ја сам против тога и позивам учеснике и организаторе Геј параде да то раде у четири зида, где нико не може да их види*“ (Б92, Вести, 7.9.2010) или „*Србија много лепших ствари има да покаже на улицама Београда, а не да показујемо како се љубе два мушкарца у уста и да не знамо како ћемо то да објаснимо девојчицама које имају до пет година, а не знају шта је секс*“ (Б92, Вести у 23.00, 13.9.2010). Овакви ставови на програмима националних фреквенција и информативним емисијама су доказ сензационалистичке медијске стратегије извештавања и традиционалног и конзервативног друштва у коме нема поштовање различитости. Ниво самопоуздања говорника, тоналитет и продорност наговештавали су да овакве изјве добијају и јавну подршку.

Различит поглед на стање у друштву и став грађана по питању Параде, додатно су усложњавали и „неодлучни“ политички субјекти на власти, којима је било тешко да направе разлику између индивидуалног погледа и става и општег става странке. Тако су изјаве градоначелника Београда биле нескладне са политиком ДС-а чији је члан био. Градоначелник је био против одржавања Параде и истицао је како он „*није за Прајд, али да нико не може да забрани људима да шетају да би остварили та нека своја права*“ (РТС 1, Дневник 2, 9.10.2010). Овакав неформалан и непромишљен говор праћен је мирном, релаксирајућом гестикацијом и слагањем раменима уз дозу ироније на рачун манифестације. Сличне изјаве могле су се чути и од министра унутрашњих послова, али који је истицао да ће без обзира на његове или нечије друге личне погледе, полиција обезбеђивати манифестацију (Пинк, Јутарњи програм, 4.10.2010; РТС 1, Шта радите бре, 10.10.2010). Овакав став важних личности на политичкој сцени стварао је конфузију и несигурност.<sup>30</sup>

Поред порука људи на власти до публице су долазиле су и поруке опозиције, нарочито СРС и ДСС-а. Ове странке су указивале на незадовољство народа поводом манифестације (Б92, Вести у 23.00, 7.9.2010) уз безбедносне претње које су долазиле од стране десничарских и навијачких организација (GLIC, 2010).

У ово време, Геј-стрејт Алијанса и ЦЕСИД радили су истраживање о хомофобији у Србији („*Предрасуде на видело: хомофобија у Србији 2010*“) и добијају поразне резултате. Да је хомосексуалност болест, сматрало је 67% испитаника, а 53% испитаника је тврдило да држава треба да сузбије хомосексуалност, док је 20% испитаника сматрало да Параду треба спречити и насиљем ако другачије није могуће. Против тих метода је било 66% грађана (GSA & CESID, 2010). То је истовремено говорило о сукобу једне мањинске пролибералне Србије и једне већинске још традиционалне и конзервативне Србије.

<sup>30</sup> Пример такве изјаве је и: „*Полиција ће осигурати безбедност учесника Параде и позива грађане да не испољавају био какав вид насиља и да без обзира на то какво мишљење имају о Паради поноса да омогуће да дата манифестација протекне без спектакла*“ (РТС, Шта радите бре, 10.10.2010).

Када је био извесно да ће се Парада одржати, око четрдесетак организација је на друштвеној мрежи Фејсбук (*Facebook*) позвало грађане да дођу на скуп „отпора спонзорима манифестације – режиму који је Србију довео до дна“ и да је време да се пажња јавности скрене са „небитних промотера идеологије хомосексуализма“ (Beogradski centar za ljudska prava, 2010: 311). Бројне десничарске организације, укључујући и „Образ“, „Наши“, „1389“, најавиле су те недеље насиље на Паради поноса уз најаву да ће учинити све да се манифестација и не одржи. Осудама догађаја придружила се и Српска православна црква, али која је истакла да је против сваког потенцијалног насиља које ова манифестација може пробудити (Исто). Највидљивији представник Цркве, био је митрополит Амфилохије који је говорио о „насилничкој пропаганди Параде поноса која је изазивала код других да се насилничко понашају и да геј парада на улицама Београда или било код другог града представља насиље, које је као такво недопустиво“ (Б92, Утисак недеље, 2010) или је поручивао: „Какав је смрад отровао и загадио престони град Београд, отров страшнији од оног уранијама које су оставиле бомбе НАТО пакта, будите уверени да је то предсказање пропасти, хришћанских народа пропасти, бог ће знати кад ће ударити својим бичем и својом опоменом, полако се то припрема“ (Исто). Овакве изјаве су биле непримерене за било ког црквеног великодостојника без обзира на став цркве о хомосексуалности. Посебан проблем је представљала и чињеница да је створен простор за изјаве представника десничарских организација, па је поред редовне презентације снимака са графитима који преносе говор мржње, једна од чланица организације „1389“ уз осмех молила представнике ЛГБТ да остану у своја четири зида и најављивала против скуп у коме је позвала и представнике навијачких група да се придруже (Фокс, Вести, 7.9.2010).

У складу са целокупном ситуацијом у јавности и под паролом одбране традиционалних вредности, Српски сабор Двери најавио је дан пре одржавања Параде поноса, 9. октобра, „Породичну шетњу“ као манифестацију која се залаже за традиционалне породичне вредности. Овај протест „породичних људи“ имао је за циљ да јавно затражи од Владе Србије да не дозволи одржавање Параде поноса (РТС 1, Дневник 3, 2010). Снимак цвећа и опуштене масе која игра на концерту који се одржавао на платоу испред Филозофског факултета симболизује мир и спокојност (невиност) окупљене групе. Изјаве саговорника који нису потписани наглашавају противљење Паради поноса и очувању правих вредности уз ненавођење самих вредности, али континуирано истицање институције брака као односа искључиво између мушкарца и жене. Камере у овим прилозима фокусирају људе које носе шајкаче – симбол патријархата и српства, а који неретко у рукама држе иконе и заставе Србије или имају подигнута три прста као знак српства. Симболизовање свега што је „чисто“ српско и национално нужно је морало бити супротстављено „изопаченом и хомосексуалном“ проевропском. Субјекти изабрани за изјаве са Породичне шетње углавном су биле су особе са малолетном децом који симболизују традиционалне српске породице. Представник покрета Двери истицао је да хиљаде младих људи жели да се откаже Парада поноса, иако младих није било у фокусу камере (Исто).

#### **б) Кризно стање и ток Параде поноса 2010. године**

Парада поноса је одржана у недељу, 10.10.2010. године. Учесници/це скупа су се окупљали у парку Мањеж који је полиција држала под блокадом, при чему су пуштани у парк након обављеног претреса, уписивања бројева личних карата и добијања жутих трака које је требало да носе на десној руци (Gligorijević, 2010). Сви саобраћајни путеви до парка Мањеж били су блокирани, а сви су морали да прођу кроз више прстенова полиције да би могли да уђу у парк (РТС 1, Дневник 2, 10.10.2010).

На Паради нису забележени инциденти, а окупљенима су се обратили омбудсман, министар за људска и мањинска права, шеф делегације ЕУ у Србији, шеф Мисије ОЕБС-а у Србији, али и многи други. Од представника власти и политичких странака скупу су присуствовали: помоћник министра за људска и мањинска права, бивши државни секретар у Министарству за људска и мањинска права, директорка Канцеларије за европске интеграције, лидер ЛДП-а и посланици ЛДП-а и ДС-а, као и стране дипломате, јавне

личности и представници невладиних организација. Након шетње, организована је и журка за учеснике у Студентском културном центру (СКЦ). Након манифестације, учесници/це су превожени полицијским аутомобилима изван ужег центра града, јер им се није могла гарантовати безбедност (РТС 1, Б92, 2010).

Медијски садржаји који су пратили Параду, у већини случајева, обухватају поворку Немањиним улицом и скуп у парку Мањез. Континуирано се приказивала шарена колона, чиме се наговештава слободо кретање свих људи без обзира на различитости. Мали број ових прилога садржи у себи снимак полицијског кордона, који наговештава да нешто, ипак није у реду. Посебан утисак остављају жуте траке које учесници носе као знак распознавања и које буде језу како у учесницима, тако и гледаоцима (РТС 1, Б92, 2010). Кадрови који показују људе који се убацују у марице након журке у СКЦ-у су били прави показатељи стања људских права у Србији, али они нису били у јасном фокусу, иако су приказивани (Исто). О таквом стању у српском друштву сведочи и снимак видео игрице дан пре Параде у дневнику РТС-а у коме се особа хомосексуалне оријентације и навијач гађају патикама, док поред стоји полицајац који моли за ненасиље током сукоба и не врши никакву превенцију. Након тога, они се мире и одлазе у парк на пиво (РТС 1, Дневник 2, 9.10.2010). Снимак ове игрице показивао је заштиту и реакцију мањина, јер се свака нормализације односа сводила на персонални ниво појединаца, а не на реакцију државе или надлежних институција.

Изјаве организатора у прилозима о Паради праћене су победоносним тоном. Такође, истицано је како је то манифестација која се одржава у свим већим градовима света и да је симбол слободе и равноправности, као да и она са собом носи одређени економски и политички потенцијал и снагу, што је властима у Србији и било важно пиво (РТС 1, Дневник 2 и 3, 10.10.2010).<sup>31</sup> Поред њих, изјаве министра министра за људска и мањинска права о Паради која је вид „преласка Рубикона“ биле су неуверљиве,<sup>32</sup> уз превише помпезности која није праћена аргументацијом (Б92, Вести у 18.00, 30.9.2010).

Изјаве иностраних званичника, посебна су потврда за европски пут Србије и подршка за улазак Србије у процес придруживања ЕУ. Оне сведоче о Паради као европском тесту, што иде у прилог прикривеном ставу да је те године Парада „морала“ да се држи без обзира на последице. Тако, шеф делегације ЕУ у Србији у транскрибованим изјавама уз јасан и одлучан тоналитет истиче подршку организаторима и држави: „*Ми поздрављамо организаторе са једне, и подржавамо државу и власти, са друге стране да осигурају поштовање основних слобода и права. То има утицаја на приступ ЕУ, јер су основне вредности важне. Не мислим само на вредности које се односе на сексуалне слободе, већ и на неравноправност полова, боју коже, све те вредности су важне*“ (РТС 1, Дневник 1, 10.10.2010)

Поред похвала, у мањој мери истакнут је скептичан став појединих учесника Параде. Лидер ЛДП-а је истицао (РТС, Б92, 2010) да је „*било тужно што је град празан и што је манифестација мира окружена наоружаним полицијским снагама*“, док је бивши државни секретар у Министарству за људска и мањинска права очајним и узнемираним тоном говорио: „*Имате 5000 полицајаца, хеликоптере, керове, коње, а онда вам на улазу ако прођете сузавац дају ову симболичну жуту траку. Ово је тужна једна земља*“ (Б92, Вести у 18.30, 10.10.2010).

---

<sup>31</sup> Представници НВО су најављивали Параду поноса на ледећи начин: „*Град Београд и цео низ метропола има овакву манифестацију и то има низ порука од тога да је град слободан и отворен до тога да земља има економске користи од манифестације*“ (РТС 1, Дневник 2 и 3, 10.10.2010) или „*Стекли смо дубоки утисак да је Парада потребна ове године, да постоји друштвени рефлекс да она може да се деси, да треба да се деси, да ће бити успешна*“ (РТС 1, Шта радите бре, 7.9.2010).

<sup>32</sup> Министар за људска и мањинска права је давао изјаве: „*Верујем и очекујем да ће 10.10.2010. проћи све добро на начин да ћемо бити једна тачка у историји демократске Србије са којом ће се касније сви поносити и да ћемо моћи тог дана када пређемо тај Рубикон да наставимо даље у прелажењу неких других Рубикона који су Србији потребни да би била држава достојна поштовања највећег броја својих грађана*“ (Б92, Вести у 18.00, 30.9.2010).

Док је сама Парада протекла у миру, на улицама Београда на више локација истовремено су се окупили бројни противници одржавања Параде, око 6000 њих, а чије је понашање изазвало кризно стање у Београду. Немогућност кретања ужим центром града, рушење, паљење, демолирање наишло је на одговор полиције. Сукоби противника одржавања Параде с полицијом почели су око 8.30 сати ујутру на различитим локацијама и трајали су укупно седам сати. Полиција је реаговала правовремено и смирено и на крају успела да заустави насиље, али је током целе акције повређено око 150 људи, од којих су 130 били полицајци (РТС1, Дневник 2, 10.10.2010; Б92, Вести у 16.00, 10.10.2010; Пинк, Национални дневник у 16.00, 10.10.2010, Прва, Вести, 10.10.2010).

Нереди и напади на полицију почели су на Славији, када је група протестаната покушала да пробаци полицијски пункт и уђе на Параду. Потом су се сукоби наставили на Теразијама, у Крунској улици, Булевару краља Александра, Студентском тргу, Ресавској улици итд. Окупљени противници Параде поноса су полицију гађали каменицама, шипкама, фалашама, палили су контејнере и полицијска возила, рушили и ломили жардињере, уличне канте, клупе и излоге продавница. У нередима су поред личне имовине грађана (возила и излози продавница), оштећена представништва ДС, ЛДП-а, СПС-а, зграда РТС-а, покретни дигитални мамограф, бројна возила градског саобраћајног предузећа<sup>33</sup> и полицијски аутомобили. Штета која је начињена тога дана је процењена на око милион евра (Исто).

Снимци насиља које су медији презентовали, показивали су празне и прљаве градске улице и сломљене излоге, облаке сузавца, младе и бесне људе, али и људе који беже. Осуде су биле честе и долазиле су од високих званичника, политичара, до обичних грађана. Јавна расправа о томе да ли је Параду требало одржати без обзира на упозорење је „куљала“ и сваки учесник расправе је имао свој став (Исто). Посебан проблем представљала је забринутост и осуда насиља од стране ЕУ, посебно генералног секретара Савета Европе и известиоца Европског парламента за Србију. Поред свега, ЕУ је, ипак, поздравила одржавање Параде и оценила да су власти у РС на адекватан начин подржале манифестацију и предузеле све безбедносне мере (Б92, Вести у 10.00 и 16.00, 11.10.2010).

Велики број прилога насиља се понављао и на дневном и на месечном нивоу. Кадар који се највише понављао јесте снимак масе људи у црном која окружује жути тролејбус, а који се спушта Мекензијевом улицом ка Славији (РТС 1, Дневник 2, 10.10.2010). Остали снимци који прате претходно наведене локације сусрета хулигана и полиције углавном су пратиле масу људи чија су лица прекривена фантомкама или марамама који пале контејнере, бацају каменице, трче улицама и учествују у тучи, уз кадрове оклопних возила, запаљених аутомобила, поломљеног мамографа са знаком Б92.

Публика је у прилозима из Клиничког и Ургентног центра видела повређене полицајце, када су медији и наглашавали да је мржња учесника „контра митинга“ била незапамћена: *„Полиција је имала један од најтежих задатака у протеклим годинама, полицајци који су учествовали у данашњим догађајима истакли су да можда колико се они баве овим послом нису се до сада суочавали са оволиком количином мржње и сукоба који се испољавао на београдским улицама. Ја могу да кажем веома одговорно, да није било данас полиције значи било бих великих последица не само по јавни ред и мир већ и по животе људи. Полиција је успела да спречи да дође до крвопролића данас у Београду“* (Б92, Вести у 18:30, 10.10.2010.). Боравак повређених полицајаца у овим институцијама послужио је за јавно представљање бриге државе која је оличена у доласку министра унутрашњих послова и министра здравља и обиласку повређених лица.

Насиље на улицама града, било је видљивије у медијима, него сама Парада поноса и о њему је било више речи. Појам Параде постао је догађај нужно повезан са насиљем, јер је већина извештаја била усмерена на рушилачке тенденције. Изјаве о кризи давале су политички субјекти из власти и опозиције који у били доминантни кризни извори. Једна од првих реакција на насиље стигла је од тадашњег министра одбране. Медији ће га снимити

---

<sup>33</sup> Материјална штета нанета ГСП-у се процењивала на око 35.000 евра (Gligorijević, 2010).

испред седишта ДС-а, у Крунској Улици, које и даље гори и изнад кога се вијори густ дим. Камера зумира заставу ДС-а и ЕУ-а и дим као симбол борбе између две крајности, која је врло жива и тешка. Неформално обучен, министар делује разочарано, али излаже мирно и без нервозе, што није у складу са целокупном ситуацијом. Својом изјавом циља на емоције гледалаца понављајући да је у седишту била трудница пред порођај, чиме се указује на додатно несаосећање и потпуно одсуство свести код нападача и чија суровост добија додатно на изражају, јер не презају ни од чега (РТС 1, Дневник 2, 10.10.2010). Након ове конкретне изјаве министар одбране као кључна личност у кризним ситуацијама ће још пуно пута говорити за медије, али ни једно његово обраћање неће бити толико пута приказано и интерпретирано као ово. Исти случај је и са изјавом градоначелника Београда о насиљу на Паради у коме се он осврће на своје већ изражено неслагање са одржавањем Параде. Тон обраћања је умерен, осуђујући и лежеран уз дефинисање починилаца насиља као лудака, али и поновну дискриминацију учесника Прајда кроз опис „*ти људи, чија манифестација служи за борбу за нека права, ипак, треба да буде другачија*“ (РТС 1, Дневник 3, 10.10.2010).

Државни секретар Министарства правде био је један од гласнијих представника власти који је истицао неопходност да сви који су рушили морају и да сносе одговорност за дате поступке. Овом приликом све његове изјаве за медије су са собом носиле бес, благу претњу и повишен тон. Он указује на неопходност промене кривичног закона, која је одавно требала да се деси, немогућност да се починиоци адекватно казне и немогућност да се заустави ружна слика о Србији која је послата уместо слике ослобађајуће демократске атмосфере. На његове изјаве медијски радници надовезују снимке портпарола Јавног тужилаштва, чиме се даје перспектива и судске власти. Он је нервозан, што показује темпо и начин његовог излагања, па не улива самопоуздање и поверење публици. Криза је у великој мери испуњена правосудним жаргоном који може бити неразумљив обичном становништву. Тако се онемогућава да просечан гледалац разуме на који начин ће систем третирати оне који су рушили Београд.

Потребно је истаћи да се у току тог дана, председник Србије није уживо обратио грађанима, већ путем саопштења за штампу и интерпретације истог, што је у овој ситуацији оставило простор за спекулације и указало на његову слабост као лидера.

У скупштини, представници владајуће коалиције праве поређења насиља са насиљем у аутократским режимима и исказују забринутост због деловања политичког подземља, чиме покушавају да се лише сваке одговорности. Лидер ЛДП-а се у скупштини обраћа уличним речником, али врло поносно прави разлику између ових нереда и демонстрација петог октобра које користи као симбол слободе (Б92, Вести у 18:30, 11.10.2010). Министар унутршњих послова је у својим изјавама био смирен и неформалан са одређеном дозом разочарења. Изјаве овог доминантног кризног менаџера се крећу у два спектра, од оних који се односе на слободу, демократију и услове уласка у ЕУ, до изјава које се односе на „гвоздену руку“ ЕУ која поставља захтеве, а Србија их испуњава, иако не жели (Б92, Вести у 18:30, 11.10.2010). Опречност изјава и некоезитентност, чак и у осуди насиља од стране власти се понавља. Директор полиције је уздржан у својим изјавама, професионални жаргон допуњен је истицањем малолетности учесника и забринутости за такву омладину.

Опозиција је узбуђенија у својим изјавама поводом догађаја око Параде поноса, а поводом којих су организоване конференције за штампу. СНС као главни представник опозиције, исказује став о потреби отказивања Параде. То је вешто замаскирано у изјаве о померању, одлагању и безбедносним проверама пре самог догађаја, чиме се скреће пажња са основног става. Председник СНС-а у својим наступима гестикулира, посебно приликом набрајања фаза провере пред одржавање манифестације уз галантне преласке са формалних на неформалне структуре реченица (*помери, одложи, обезбеди*), а чиме се са положаја ауторитета спушта на ниво обичних грађана и покушава да им се приближи. Са друге стране, представник ДСС на конференцији за штампу даје изјаву држећи се за говорницу и несигурно изговара напамет научен говор без спонтаности. Посебан проблем је оправдавање насиља истицањем наводног незадовољства младих који су на овај начин желели да исказу

своју бојазан због тешких и лоших животних услова. За разлику од осталих представника опозиције, СРС је више усмерен на боравак свог лидера у Хагу, него на саме догађаје у Београду (Б92, Вести, 11.10.2010; Прва, Вести, 11.10.2010; РТС 1, Дневник 2, 11.10.2010).

#### **в) Посткризни период и шта после**

Посткризни период обележило је неколико догађаја. Према подацима из Министарства правде, након Параде поноса, укупно је приведено око 249 лица, од којих су 54 малолетна, а против 131 пунолетне особе одређен је притвор (Б92, Вести у 23.00, 11.10.2010). Међу ухапшенима је био и вођа организације „Образ“ који је ухапшен још пре почетка самог Прајда. Како су код њега пронађени спискови са пунктовима који су нападнути и именима особа које нападају (Б92, Вести у 19.00, 12.10.2010). Вођа „Образа“ јавно је означен као организатор насилног, протестног скупа, што је омогућило да се јавна осуда пренесе на једно лице, као и сва одговорност. Одговор државе на насиље била је иницијатива Вишег јавног тужилаштва које је поднело захтев за спровођење истраге против њега као организатора напада (Б92, Вести у 19.00, 12.10.2010).<sup>34</sup>

Одговор друштва је био такав да су се родитељи ухапшених демонстраната окупили два дана касније, 12. октобра, испред Палате правде, протестујући због њиховог привођења. Такође, Српски сабор Двери најавио је да ће организације које су организовале „Породичну шетњу“ организовати нови протест уколико ухапшени у нередима за време одржавања Параде поноса не буду пуштени из притвора. Протест против репресије над ухапшеним родољубима, чији су организатори били „Иницијатива мајки против полицијске репресије“ и „Наши 1389“, одржан је 24. октобра упркос полицијској забрани (Б92, Вести у 16.00, 12.10.2010).

Одговор су дале и навијачке скупине које су 12. октобра, у Ђенови, на утакмици Србија – Италија, изазивале међународни инцидент, јер је утакмица прекинута због дивљања српских навијача. Они су прво напали аутобус који је превозио репрезентативце, а по почетку утакмице засули су терен пиротехником, а након чега су појединци покушали и да уђу на терен. Утакмица није одиграна, а приведено је укупно 50 лица, од којих је 33 пуштено, а 17 особа је задржано у притвору (Б92, 2010).

Иако су прилози насиља на Београдским улицама оставили негативан утисак, чињеница је била да је ово прва Парада која је у Србији успела, а организована је у сарадњи са државним институцијама. Још једном, истакнут је озбиљан проблем који је Србија имала са хулиганизмом и десним екстремизмом који су били претња демократском поретку.

## **9.2. Медијски прилози о Паради поноса 2010. године: узорак и основни подаци**

За потребе прве студије случаја анализирани су медијски прилози у периоду од 10. септембра 2010. године до 12. новембра 2010. године. Реч је о 157 медијских прилога који су избрани на основу информативног карактера и кључних речи: *Парада поноса, хулигани, полиција, насиље, право или људска права, затим држава и власт, деца, екстремистичке/ десничарске групе, Европска унија, изгредници, медији*. Укупно време трајања прилога је 33.724 секунде.

Анализирани су прилози у оквиру информативног програма, а који су обухватили садржаје емисија: Дневник 1, Дневник 2 и Дневник 3 на РТС, затим Вести на телевизији Фокс/Прва<sup>35</sup> и Б92, Национални дневник на Пинку, али и емисије: Шта радите бре (РТС), Утисак недеље (Б92), Јутарњи програм (Пинк). У обзир су узета и ванредна укључења у програм због екстремности ситуације у Београду, 10 октобра 2010. године. Избор емисија и прилога ограничен је тешком доступношћу материјала, као и проблемом да он током година није сачуван и де не постоји национална база медијских прилога. Народна библиотека се издваја са одељењем периодике, које је искључиво ограничено на одређена издања штампаних медија. У односу на друге две студије случаја, ова студија је представљала

<sup>34</sup> Након четири дана у притвору се нашло комплетно руководство „Образа“, укупно 12 чланова (Beogradski centar za ljudska prava, 2010: 313).

<sup>35</sup> У току периода који је обухваћен анализом дошло је до промене назива телевизије.

посебан изазов када је реч о односу прилога са различитих телевизија који је због старости материјала неуједначен.

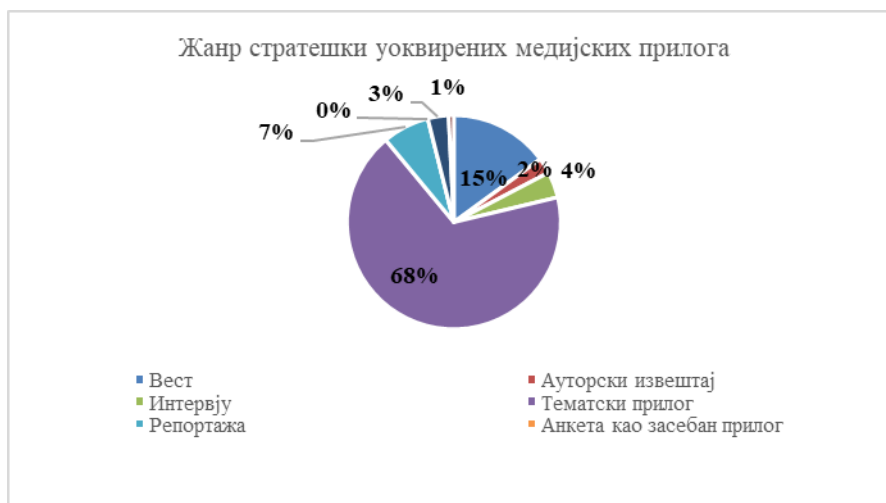
Око 80% анализираних прилога било је стратешки обојено (126) (Слика 3). Ово је изузетно високи проценат, иако се мора узети у обзир релативно мали узорак. То значи да је постојала једнообразност у извештавању о Паради поноса и насиљу које је следило. Такође, високи проценат говори о преплитању политике са радом медија и одређеној врсти медијске пристрасности која се креће од одабира репрезентативних кризних менаџера из владајуће коалиције до подршке које медији дају одређеним политичким субјектима. Прилози који су стратешки обојени јесу они који су били фокус даље анализе и разматрања.



Слика 3. Типови оквира у извештавању о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године

Прилози који су презентовани као вести дана уз ванредна укључења са гостима који су били кредибилни кризни извори попут министра или директора полиције сачињавали су 81% анализираниог узорка. Редни број прилога није било могуће одредити у појединим случајевима, тако да ова категорија иако предвиђена истраживањем, неће бити представљена.

Стратешки уоквирени прилози који су били део анализе су различитог жанра (Слика 4). Тематских прилога је било највише и 68,2% узорка чине садржаји овог типа. Овакав резултат може се образложити чињеницом да анализа обухвата и преткризни и кризни и посткризни период и да је један део анализираниог медијског садржаја емитован пре и после кризног догађаја. Такође, извештавање са лица места током ескалације насиља, често, није било могуће, већ је материјал морао бити обрађен у редакцији што и у време акутне кризе може навестити примену рутинских пракси у процесу извештавања.

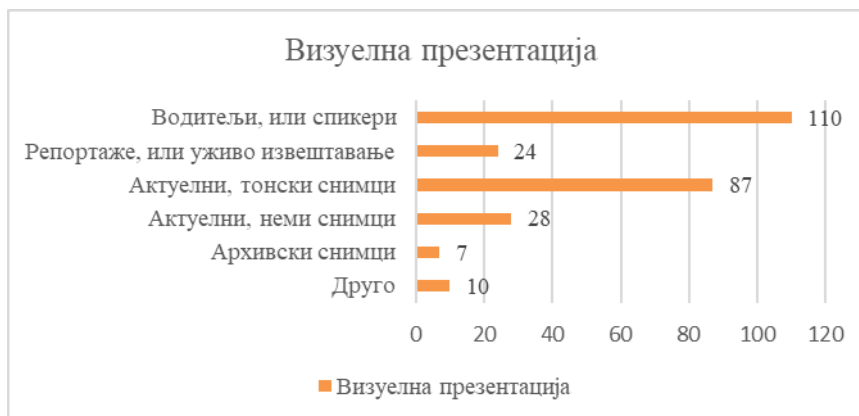


Слика 4. Жанр стратешки уоквирених прилога о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године



У анализираном узорку као прилог је емитован и јутјуб (*Youtube*) снимак. Анкета никада није емитована као самосталан медијски садржај, иако је она део самих прилога у 10, 2% анализираног узорка.

Када је у питању визуелна презентација (Слика 5) у стратешки уоквиреним прилозима присутан је наратор самог догађаја у виду водитеља или спикера (79, 3%), а аутор прилога је назначен у 59% анализираног садржаја. Снимак је у већини прилога (69%) актуелан и тонски. Уживо извештавање или репортаже чине 7% анализираног узорка, што је мали проценат за извештавање о кризи, јер у ову категорију спадају и гостовања политичких субјеката у Дневницима, Вестима или гостовања у јутарњем програму.



Слика 5. Визуелна презентација у стратешки уоквиреним прилозима о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године

Архивских снимака нема много и они су се односили на рушење Бајракли Џамије у Београду или паљење амбасада из 2008. године и указивали на нерешен проблем хулиганизма у Србији. У анализираним прилозима могли су се уочити и снимци са студентских протеста из деведесетих година када је прављена паралела како је то данас, власт, а некада опозиција, мирно и успешно протестовала, а како данашњи „протести“ који су подржани од стране „неких“ политичких опозиционих субјеката заправо функционишу на принципима насиља и силе. Током извештавања три пута су приказане мапе кретања демонстраната и то увек у вестима, затим је приказан један снимак са друштвених мрежа (емитован два пута), а четири снимка су обезбеђена од стране независних невладиних организација. Закључних изјава нема у 24, 5% прилога.

Доминација актуелног, тонског снимка говори о чињеници да и у току кризних ситуација највећи део материјала пролази кроз званичну редакцију и подлеже детаљној обради у монтажи чиме се отвара могућност за примену устаљених начина формулисања медијских садржаја, цензуру, консултацију са доминантним изворима итд. Од укупно 56 прилога који су емитовани у пику кризне ситуације на свим телевизија које су биле део истраживања, свега 16 прилога је обухватило уживо укључење (28%), а само 9 је било комплетно сачињено из материјала који је уживо преношен са жаришта кризног догађаја. То је 12,5% прилога у моменту дешавања кризне ситуације, што је изузетно низак проценат. Поред тога, велики део материјала који је емитован 10.10. 2010. године, континуирано је репризиран у данима након кризе и коришћен је као допуна изјавама политичких субјеката на власти када је служио као увод у њихове изјаве или је заокруживао већ испричану причу у закључку.

Поред већ споменутих кључних речи на основу којих су прилози претраживани, у већини анализираног садржаја се могло приметити понављање термина „Парада“, као централне тематике, али и различитих назива за „противнике“ *Прајда* који су насилно демонстрирали и учествовали у рушењу и паљењу Београда. Ту спадају појмови: хулигана, изгредника, екстремиста, десничара, али и термин деца. На основу ових понављајући речи може се уочити да се учесници „контра-демонстрација“ одређују уз помоћ терминологије која се налази на супротним странама спектра. Са једне стране, појам хулигана/изгредника има лошу конотацију која са собом већ носи слику насиља и хаоса који се тешко може

оправдати, док се на другом крају спектра налази појам детета који са собом носи симболику невиности и које ни у ком случају не може сносити одговорност за почињена дела. Понављајуће речи већ саме по себи носе опречне поруке, где су они који изазивају нереде у исто време носиоци милих, дечијих лица чиме се лако стварају помешана осећања публике. Овакав садржај у себи има посебан стратешки елемент, који се додатно продубљује повезивањем деце са манипулацијом и „државним“ налогодавцима.

Текст испод слика је специфичан за садржаје у штампаним медијима, али се у телевизијским прилозима они могу евентуално везати за преглед вести дана које се емитују у дну екрана или се пре презентације прилога јављају као реченице или изјаве које представљају суштину садржаја који следи. Текст у виду вести дана имају телевизије Б92 и Фокс/Прва, док се он на Пинку и РТС-у јавља само у време емитовања јутарњег програма. У наставку текста дати су неки од примера текстова који прате класичан медијски садржај или прилог који је анализиран у оквиру ове студије случаја:

*А) Реченица исписана на централном делу екрана док спикер/ка/водителј/ка прави увод у медијски прилог:*

- Испит за Србију (РТС 1, Дневник 2, 9.10.2010);
- Хулигани из целе Србије, држава на потезу (РТС 1, Дневник 1, 11.10.2010);
- Парада насиља: ко влада државом? (РТС 1, Дневник 3, 11.10.2010).

*Б) Део вести дана које се смењују на дну екрана:*

- Биланс Параде поноса: више од 158 особа повређено, а преко 200 особа приведено (Б92, Вести у 23.00, 10.10.2010);
- Док се из владајућих и опозиционих странака слажу да насиљу треба судити, опозиција оптужује власт да је одговорна за инциденте (Б92, Вести у 18.30, 10.10.2010);
- Светске агенције извештавају о сукобима хулигана, екстремиста и полиције на београдским улицама (Исто);
- Парада поноса са више од хиљаду учесника прошла је центром Београда без инцидената, до СКЦ-а. Полиција развози учеснике са скупа (Б92, Вести у 16.00, 10.10.2010);
- Мобилни дигитални мамограф, купљен од средстава донатора и Б92 каменован је и оштећен у центру града у време док су лекари прегледали пацијенткиње (Исто);
- Европска комисија оценила је београдску Параду поноса као „потврду слободе изражавања" и одбацивање сваке дискриминације (Исто);

На медијском сервису овакав текст, привлачи пажњу публике, ствара недоумицу и изазива. Са друге стране, на комерцијалној телевизији текст је умеренији иако се у неколико наврата указује на оптужбе опозиције на рачун власти да је одговорна за сукобе, док супротна врста оптужбе изостаје. Тако нема поентирања у вестима дана, што се од таквих садржаја и може очекивати, јер имају задатак да пренесу основне информације.

Када су у питању теме стратешких прилога о Паради поноса оне се могу поделити у неколико категорија. Прву категорију чине прилози који се односе на обавештење грађана о одржавању Параде поноса у Београду. Ту спадају прилози који се односе на саму најаву Параде и њене безбедносне мере и то су прткризни прилози. Другу категорију чине прилози који се баве нередима током Параде поноса у Београду са описима актуелне ситуације на улицама, али и прилози који су извештаји са Параде или се баве хаотичном ситуацијом у граду након смиривања ситуације. То су прилози кризног периода. Прилози у трећој категорији за тему имају став странака на власти и опозиције поводом нереди на Паради поноса, али и став међународне заједнице. Велики део ових прилога обухвата изјаве званичника које се на различите начине баве Парадом. Ови прилози у највећој мери садрже портретисање политичара као кредибилних кризних менаџера и где већ постоје унапред формулисани ставови политичара који само треба да се пренесу у изворном облику. Четврту категорију чине прилози који анализирају деловање полиције и њихов ангажман током нереди и која је у потпуности у рукама представника владајуће коалиције и чији

представници постају оличени у улогама *хероја* и *очева* који брину о нацији. Пета категорија прилога се бави последицама које треба да носе починиоци нереда на улицама Београда, подигнутим оптужницама, затим променама кривичног закона, али и улогом вође „Образа“ у изазивању нереда. Оно што се може уочити је да не постоји категорија прилога која се у већој мери бави одговорношћу власти за ситуацију на улицама Београда, као ни разматрањем такозваног „народног незадовољства“, које без обзира на политички конструисано насиље је несумњиво постојало.

Вредносни контекст стратешки уоквирених медијских прилога је такав, да највећи број медијских садржаја у себи садржи и позитивне и негативне информације (Слика 6). То је тако, јер медијски радници санирају штету коју чињенице о насиљу могу нанети у јавном мњењу и успостављеној перцепцији о владајућој коалицији. Тако да се велики број прилога који обухвата презентацију насиља ублажава информацијама о доброј реакцији полиције,<sup>36</sup> брзом санирању штете, непостојању повређених цивила, а док се у данима након Параде поноса, такви прилози састоје од процена нанете штете граду и брзој реакцији државе, промени закона итд.<sup>37</sup>



Слика 6. Вредносни контекст (интонираност) стратешки уоквирених прилога о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године

Негативно је интонирано 35% прилога и то углавном када се дешавања тумаче као антидемократско и антиевропско деловање криминалних структура које су преостале из деведесетих, а које тајно подржава опозиција. Тако лидер ЛДП-а истиче: „*Вечерашњи догађаји су били сјајно организовани. Ја имам ту врсту искуства сукоба са полицијом, али оно што смо јуче видели нема никакве везе са оним у чему смо ми учествовали током деведесетих година. То су практично биле паравојне формације са јасним плановима и са сценаријом који превазилази оно што смо и планирали 5. октобра 2000. године*“ (Б92, Вести у 16.00, 11.10.2010).<sup>38</sup> На овај начин осуђује се насиље и деловање појединаца. Прилози који се искључиво баве Поворком поноса и чињеницом да је Парада одржана после низа година, а која се представља као симбол демократског пута Србије, чине 8,7% укупно анализираних медијског садржаја. То су били позитивно интонирани прилози који су ишли у прилог намерама власти да се на одговарајући начин Србија презентује у иностранству. Ти прилози

<sup>36</sup> Градоначелник Београда је то описао на следећи начин: „*Ово је једна озбиљна организација и мора да се открије ко стоји иза тога, да доведете неколико хиљада људи и распоредите их на толико места у граду, тако да полиција не може да стигне на свако место. Полиција која је данас урадила јако велики посао и суздржавала се све време. Имамо страشان податак да имамо скоро десет пута више повређених полицајаца него оних који су уништавали Београд* (РТС 1, Дневник 3, 10.10.2010).“

<sup>37</sup> Промену законодавства након Параде поноса најављује државни секретар Министарства правде: „*Оно насиље које се данас догодило превазилази оно што смо могли да замислимо, али ће хулигани то запамтити, одговор државе ће бити језив, озбиљне законске казне до 8 година затвора, промена кривичног законика, господо ако сте то желели, то ћете и да добијете*“ (РТС 1, Дневник 3, 10.10.2010).

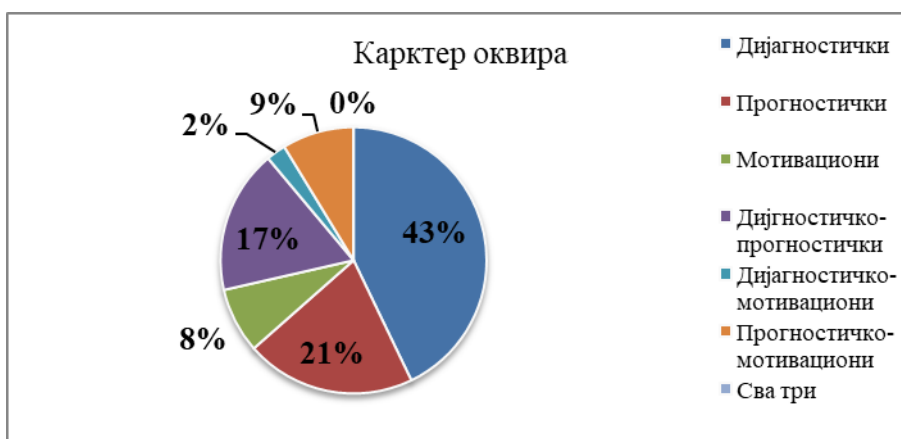
<sup>38</sup> У овом периоду се и одговорност скида са власти, па представница ДС-а истиче: „*Апсолутно мислим да не можете инспиратора онога што се јуче десило на било који начин наћи у ДС-у и међу нама, ми смо јасно од тих хулигана препознати као њихови главни противници, а не њихови саветници, а зна се ко су њихови политички саветници већ дуго време и где их они траже*“ (Б92, Вести у 23.00, 11.10.2010).

сведоче о јавно одбраном европском путу Србије и жељи народа да прихвати европске вредности. На тај начин допринело би се стварању представе о Србији у интернационалном оквиру која је другачија од представе ратне Србије из деведесетих и која жели да буде пуноправна чланица ЕУ. Алуизија на овакав закључак долази од изјава организатора Параде: „Град Београд и цео низ метропола има овакву манифестацију и то има низ порука од тога да је град слободан и отворен“, али и међународних субјеката: „Ми поздрављамо организаторе, са једне стране, и подржавамо државу и власти, са друге стране, да осигурају поштовање основних слобода и права. То има утицаја на приступ ЕУ, јер су основне вредности важне. Не мислим само да вредности које се односе на секуларне слободе, већ и неравноправност полова, боју коже, све те вредности су важне“ (РТС 1, Дневник 2, 10.10.2010).

У складу са оваквом поделом и чињеницом да је кризно извештавање усмерено на питање одговорности, у медијским садржајима се може уочити и континуирано понављање (не)одговорности система и политички оркестрираног насиља, затим указивање на велику материјалну штету и повређене полицајце, праћену брзом реакцијом државе и иностране похвале Србији због одржавања Параде поноса.<sup>39</sup>

### 9.3. Стратешко уоквиравање прилога о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године и „фрејминг“ анализа

Укупан број прилога који је био стратешки уоквирен је 126. У том укупном узорку неопходно је утврдити карактеристике тих оквира и указати на њихову типологију и специфичности.



Слика 7. Карактер стратешких оквира у извештавању о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године

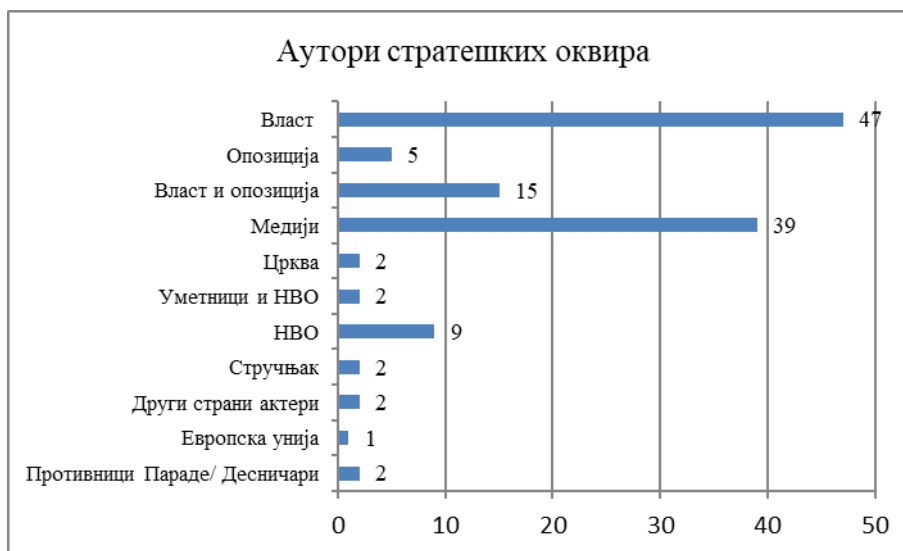
Стратешки оквири у Првој студији случаја најчешће су дијагностички по свом карактеру што значи да прилози покушавају да утврде на који начин је дошло до кризе (Слика 7). У том смислу у случају Параде поноса овим оквирима се указује на дешавање на улицама или се указује на проблем хулиганизма са којим се Србија носи (43%). Медији се не баве проблемима друштва и несређеног система у целини. Пошто се насиље посматра кроз призму препреке коју треба решити на европском путу Србије, прогностичким оквирима се дају упутства како ће држава у будућности решавати случајеве насиља и који се неретко комбинују са мотивационим оквирима којима се публика убеђује у систем промена и демократски напредак државе (21%).<sup>40</sup> Везивање дијагностичких и прогностичких оквира се

<sup>39</sup> Исто као претходна фуснота.

<sup>40</sup> Државни секретар Министарства правде овим поводом истиче: „Иако су кривични законик и законик о кривичном поступку измењени прошлог септембра и усклађени су са европским стандардима појавила се потреба када је у питању притвор да се унесу измене, мале само за два члана. За одређена дела по скраћеном поступку - дела до 5 година затвора, сада притвор може бити и до 30 дана, уместо 8. Највећи број дела које

најчешће налази у изјавама субјеката на власти који, након утврђене ситуације, образлажу потенцијалне санкције за починиоце нереда (17%).

Аутори стратешких оквира (Слика 8) су најчешће представници владајуће коалиције (37,3%), а потом и сами медији (31%). Политички субјекти тумаче догађаје и дају им контекст, а медији потом те изјаве интерпретирају и понављају, па се ствара унифициран поглед на кризну ситуацију. Поред тога, власт и опозиција у одређеним прилозима су међусобно супротстављени (12%), па се том приликом формирају и две врсте стратешких оквира у једном прилогу.



Слика 8. Аутори стратешких оквира о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године

НВО (категорије НВО и уметници и НВО) као аутори се јављају у 8,73% испитаног узорка. Иако низак, овај проценат заступљености, чини их трећим најзаступљенијим аутором стратешких оквира. НВО су у овом смислу скоро два пута више заступљене као аутори од опозиције. Тако мала заступљеност опозиције указује на неједнак третман од стране медија када је у питању истицање различитих ставова о кризи. Ипак, како су доминантни аутори представе о Паради поноса политички субјекти на власти, она је била представљена као политички догађај, а не као јавна реализација права мањина.

Поступци за формирање оквира (Слика 9) у овој студији случаја су различити, а доминирају селективност и фрагментација као поступци који показују да новинари садржај представљају парцијално (Slavcjević, 2009: 80, 81). На тај начин, бирају се оне чињенице које ће најбоље да допринесу остваривању политичких циљева, али и да ограниче презентацију искључиво на актуелне догађаје. Додатна објашњења се не пружају или се коментар тражи од субјеката на власти.

Емотивно обојен језик (Исто: 83) је један од поступака на које треба скренути пажњу у овој студији, а којим се медијски фокус скреће на жртве насиља на улици, нарочито полицајце који су стали у одбрану земље, бранећи Параду. Инсистирајући на идентификацији Србије са Парадом поноса, где је догађај замена за целину, лако се делује на емоције публике. Како се све препушта машти публике, медијски радници се ослобађају доношења претпоставки и закључака.

Ширење појмова или ситуација под исти проблем (Reese, 1996) као техника уоквиравања у овом случају омогућава да се слика кризе континуирано представља кроз призму процеса придруживања ЕУ и указује на континуирани рад опозиције, нарочито ДСС-а, да саботира улазак у процес придруживања. Тако је у фокусу шира перспектива, а не сам кризни догађај.

*чине хулигани носе казне затвора до 5 година, али је притвор био опција само за нека тежа дела, а сада је и за прекршаје за које следи казна до 5 година“ (Б92, Вести у 16.00, 17.10.2010).*



Слика 9. Заступљеност поступака за формирање стратешких оквира о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године

У складу са тим, може се утврдити најчешћа усмереност стратешких оквира (Слика 10),<sup>41</sup> где доминирају оквири власти, што је у складу и са наведеним ауторима оквира. То значи да у овој студији случаја када медиј пренесе стратешки оквир иницијално формиран од стране политичких субјеката на власти он је најчешће усмерен на позитивно представљање активности власти. Поред представника владајуће коалиције може се уочити медијско креирање бинарних подела и истицање различитости представника власти и опозиције. За њим следи отпор цивилног сектора, оличен у деловању и изјавама представника НВО, али које су видљивије на комерцијалним телевизијама, него на РТС-у.



Слика 10. Усмереност стратешких оквира о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године

### 9.3.1. Типови стратешких оквира о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године: поступак анализе и кодификација

У складу са индуктивним притупом процесу уоквиравања – „*фрејминг*“ анализе, у анализираном узорку уочени су стратешки оквири који би се могли поделити у категорије простратешких и контрастратешких оквира. У овој студији, простратешки оквири су оквири у којима се истиче снажна држава и осуђује насиље које се тумачи са аспекта угрожавања процеса придруживања ЕУ. Категорија контрастратешких оквира наглашава супротстављање процесу евроинтеграција и истиче захтев за очување традиционалних, патријархалних вредности, уз оправдавање насиља. Утврђени оквири били су:<sup>42</sup>

<sup>41</sup> Усмереност стратешких оквира показује да оквир који је у прилогу пласиран од стране одређеног субјекта и пренет од стране новинара указује на позитивне или негативне карактеристике одређених актера или самих субјеката.

<sup>42</sup> Број у загради означава број појављивања датог оквира у анализираном узорку.

### А) Простратешки оквири

1. Упркос огромној количини насиља која је политички вођена, Србија је организовањем Параде у Београду показала да је демократска, европска држава (32).
2. Захваљујући доброј организацији и раду полиције насилници су заустављени, а кроз хапшење и кажњавање оних који су рушили град, Србија и њена Влада ће показати да се успешно одупрла хулиганима и мржњи и успоставила ред (37).
3. За неред на Паради у Београду одговорни су хулигани и чланови екстремистичких и десничарских организација, које финансира опозиција и чији је циљ спречавање уласка Србије у ЕУ (21).

### Б) Контрастратешки оквири

1. Власт је крива за насиље на улицама Београда, јер су дозволили да се Парада поноса одржи, без обзира на упозорења јавности (21).
2. Европска унија је покушала да Србији наметне вредности које нису у складу са њеном историјом и начином живота, а одговорност за рушење града треба да сноси Влада Србије која је прихватила организацију манифестације засновану на таквим вредностима (4).
3. Насиље на Паради поноса показало је да је Србија и даље заостала земља која не може побећи од својих погледа из деведесетих и да није прошла тест демократије (8).

Поред ових простратешких и контрастратешких оквира било је 5 прилога који се нису могли јасно сврстати ни у један наведени оквир.

Из наведених стратешких оквира, може се закључити да су простратешки оквири доминантни оквири у овој кризи. Они су најчешће формулисани од стране представника власти и у складу су са европским дискурсом и обухватају пребацивање одговорности на тековине деведесетих у српском друштву.

Чак 73% стратешких оквира у овој кризи су простратешки оквири који иду у прилог виђењу стварности из перспективе владајућих политичких субјеката (Слика 11). Контрастратешки оквири су они који позивају власт на одговорност и којих је значајно мање у укупном узорку и пласирају их мање видљиви учесници кризе попут опозиције, десничарских организација или цркве.



Слика 11. Заступљеност простратешких и контрастратешких оквира о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године

У Табели 2. се може видети карактер стратешких оквира по врсти оквира и на основу чега се може закључити да су и простратешки и контрастратешки оквири фокусирани на узрок кризе са различитих аспеката што са собом носи и питање одговорности као типичан аспект оквира у кризи. У простратешким оквирима истицане су последице кризе, али и позиви власти на промене и акције. Контрастратешки оквири у анализираном узорку нису мотивациони по свом карактеру, не дају истовремено увид у последице и не позивају на активност, али ни (само 1 прилог) након утврђеног узрока кризе и позивања власти на одговорност не инспиришу јавност да се заложи за промену.

Табела 2. Карактер простратешких и контрастратешких оквира о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године

Карактер оквира	Простратешки	Контрастратешки
Дијагностички	30	20
Прогностички	22	4
Мотивациони	10	0
Дијагностичко-мотивациони	2	1
Прогностичко-мотивациони	11	0
Дијагностичко - прогностички	16	6
Сва три	0	0

Када су у питању поступци стварања простратешких и контрастратешких оквира, прво на шта се мора скренути пажња је да у Табели 3. нумерички изражено колико се пута одређена техника користила приликом формулисања стратешких оквира. Приликом конструисања прилога, медији никада не користе само једну технику за стварање оквира, па је зато укупан број техника за конструисање оквира већи од укупног броја прилога.

Табела 3. Поступак формирања простратешких и контрастратешких оквира о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године

Поступци за креирање оквира	Простратешки	Контрастратешки
Персонализација	13	8
Драматизација	23	24
Фрагментација	80	16
Наметање ауторитета	4	11
Селективност	75	31
Премошћавање	17	7
Појачавање постојећих вредности и уверења	33	13
Ширење појмова и ситуација под исти проблем	47	36
Трансформација	0	5
Виктимизација	18	20
Демонизација	15	20
Емотиван језик	50	25

Разлике у коришћењу одређених техника за стварање простратешких, тј. контрастратешких оквира се морају анализирати и са становишта бројности. У анализираном узорку било је много више простратешких него контрастратешких оквира. Када је у питању поступак формулисања оквира треба скренути пажњу на процес ширења ситуације под одређени проблем (Reese, 1996), а која је у великој мери коришћена у контрастратешким оквирима и чијом употребом се указује на враћање у период деведесетих или се истиче неуспех државе да правилно води процес демократизације. Драматичност свих оквира је висока што значи да је техника драматизације (Willmore, 2021) коришћена у готово у свим пласираним контрастратешким оквирима. Како су контрастратешки оквири у анализираном узорку најчешће пласирани од стране опозиције то указује на чињеницу да је драматизација коришћена да би опозиција била видљивија и да су пласиране изјаве и цитирани субјекти наглашавали углавном негативне аспекте организације Параде поноса. Персонализација (Slavujević, 2009: 95) је као поступак стратешког уоквиравања коришћена уједначено, како од стране субјеката из власти, тако и оних из опозиције. Она је у мањој мери заступљена у обе категорије стратешких оквира. Као поступак она подразумева тенденцију политичких субјеката и медија да нагласак стављају на појединачне субјекте и њихово деловање, а не партије у целини, што и доводи до већег везивања грађана за појединачне лидере и не узимање у обзир политике и идеологије иза које стоје (Исто).

Када су у питању аутори оквира, сама подела јасно указује да су аутори простратешких оквира најчешће представници власти и са њима је у овој студији на каналима комерцијалне телевизији удружен НВ сектор и представници међународних организација, док су творци



контрастратешких оквира чланови опозиције или инострани актери који указују на још јаке криминалне струје које постоје у Србији.

У наставку анализе указаће се на одређене појединости када је у питању сам процес стварања стратешких оквира. Покушаће да се утврди ко су њихови прави извори, којом се језичком терминологијом медији користе да би стратешки обојили одређени прилог или какав ефекат оставља кризна ситуација на стратешки оквир.

#### **9.4. Субјекти и актери у стратешки уоквиреним прилозима о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године**

У првој студији случаја број извора информација варира. Највећи број новинара се позива на просечно четири извора по прилогу, при чему су ти извори најчешће политички субјекти који су чланови политичких странака које чине коалицију на власти. У око 30% анализираним узорка, медијски радници ће као део прилога пустити изјаве субјекта које су најчешће извађене из контекста (76%). У око половини анализираним узорка, врши се надовезивање изјава једне на другу и то тако што се субјекти међусобно допуњују или се ситуација тумачи интерпретацијом актерских информација. То значи да медији за изворе информација, али и актере прилога бирају чланове исте политике странке или политичке субјекте који сачињавају исту коалицију на власти и чије изјаве су усклађене, не пружају увид у алтернативно гледиште или став и у складу су са већ формираном сликом о кризи. Тако долази до међусобног подржавања политичких субјекта на власти и континуираног понављања сличних изјава, а које су формулисане од стране различитих функционера. Тиме се ствара илузија о плурализму информација. У изузетним случајевима медијски радници у прилозима праве противтежу датим изјавама и то тако што преносе и изјаве представника опозиције, иако они никада нису самостални извори информација. Ниједан прилог се не може окарактерисати искључиво као опозициони.

У Табели 4. налази се преглед појављивања субјекта<sup>43</sup> и актера<sup>44</sup> по врстама који потврђује да се у анализираним медијским садржајима највише пута појављују функционери на републичком нивоу. Када се ова категорија подели на више поткатегија може се уочити да у укупном узорку су представници власти доминантни кризни менаџери (поткатегије под редним бројем од један).<sup>45</sup> Сви они као носиоци функција моћи представљају творце представе о Паради поноса и насиљу у вези са њом. Политички субјекти на власти се као субјекти у овој студији случаја појављују 99 пута, а као актери 128 пута, што је и највећи број појављивања у овој студији.

Поткатегије *Премијер* и *Председник* су једине две категорије које сачињавају појединачни актери. Број појављивања председника Србије у укупном узорку је на нивоу субјекта изузетно низак. Борис Тадић се перципира као субјекат због званичне изјаве која је више пута прочитана у различитим медијским прилозима, али његовог јавног наступа и директног обраћања нацији у вези са овом темом није било, бар у узорку који покрива анализа.

Премијер се уопште није обратио јавности током ове кризе, у узорку који је обухваћен анализом, као ни стручњаци,<sup>46</sup> а који би са професионалног аспекта могли да се баве овом темом. Економски субјекти, који у овом случају обухватају различите компаније чији су локали или продајни објекти поломљени или покрадени, такође, нису у фокусу медија уз

<sup>43</sup> Под појмом субјекта подразумеваће се особа/институција/организација чије изјава медији преносе или интерпретирају и који се и перципирају као извори информација.

<sup>44</sup> Под појмом актера ће се подразумевати особа/институција/организација која је предмет прилога и о којој се коментарише и која није добила прилику да на дате констатације и поруке одговори.

<sup>45</sup> Категорију *Политичке партије, чланови партија и посланици* чине представници и владајућих партија и опозиције. Опозиција се на позицији субјекта нашла 10 пута, а на позицији актера 34.

<sup>46</sup> Проф. др Зоран Драгишић са Факултета за безбедност Универзитета у Београду је један од ретких стручњака који је био позван да коментарише догађаје. Са друге стране видљив је недостатак коментара социолога, психолога, адвоката или судија који се баве процесуирањем спортског насиља, представника Центра за људска права итд.

чињеницу да медији не контактирају ни оне изворе који би могли да понуде информације грађанима чији су аутомобили или имовина уништени током „демонстрација“.

Високи степен присуства новинара у прилозима, а који се перципирају и као извори информација, се може објаснити кроз: 1) извештавање о кризном догађају, 2) континуирано понављање прилога снимљених на врхунцу кризног догађаја, 3) чињеницу да су актуелни, тонски прилози обухватили сумирање претходно изложених ситуација од стране новинара. Поред тога, анализу су сачињавали и прилози који су се састојали од видео материјала и читања медијског текста од стране водитеља и спикера чиме се дати прилог третира као садржај формулисан директно од стране медија као субјекта.

Табела 4. Заступљеност субјеката/актера по врстама у стратешки уоквиреним прилозима о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године

	<b>Врсте</b>	<b>Субјекат</b>	<b>Актер</b>
1.	Републичке државне институције (законодавна, извршна и судска власт, независна државна тела и агенције, итд.)	99	128
1а.	Председник	6	15
1б.	Министри	46	60
1в.	Премијер	0	0
1г.	Остале републичке државне институције (законодавна, извршна и судска власт, независна државна тела и агенције, итд.)	30	44
1.д	Покрајинске и локалне државне институције или функционери	17	9
2.	Политичке партије или чланови партија, посланици	51	76
3.	Економски субјекти	2	0
4.	НВО и цивилне организације,	17	9
5.	Субјекти из образовања и културе,	13	6
6.	Посебне професионалне групе (војска, полиција, лекари),	19	24
7.	Посебне друштвене групе (жена, деца, омладина),	1	3
8.	Избеглице	0	0
9.	Остале мањинске групе (етничке и верске),	0	0
10.	Грађани	56	5
11.	Стручњаци (аналитичари, научне институције, адвокати, саветници),	4	6
12.	Новинари/медији	84	27
13.	Други домаћи субјекти	9	63
14.	Представници тела ЕУ	5	10
15.	Премијери/канцелари других земаља	0	0
16.	Министри спољних послова других земаља	0	0
17.	Председници страних земаља	0	1
18.	Остали Међународни субјекти	3	32

У наставку текста дата је Табела 5. која показује колико су се пута различите личности појављивале у улози субјекта или актера, као и колико је телевизијског времена утрошено на њихове изјаве. У питању су укупна времена излагања у секундама.

Табела 5. Учесталост појављивања субјекта/актера и укупно време јавног излагања субјеката у секундама (с) у стратешки уоквиреним прилозима о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године <sup>47</sup>

	Име и презиме	Укупан говор (с)	Субјекат	Актер
<b>Представници власти</b>				
1.	Борис Тадић (ДС – председник РС)	97	6	14
2.	Драган Ђилас (ДС – градоначелник Београда)	505	8	5
3.	Ивица Дачић (СПС – министар унутрашњих послова)	729	17	30
4.	Драган Шутановац (ДС – министар одбране)	318	8	0
5.	Томица Милосављевић (Г17+ - министар здравља)	101	4	3
6.	Славица Ђукић Дејановић (СПС – председница Народне скупштине Србије)	54	2	6
7.	Снежана Самарцић Марковић (Г17+ - министарка за омладину и спорт)	48	3	0
8.	Снежана Маловић (ДС – министарка правде)	130	6	8
9.	Светозар Чиплић (ДС – министар за људска и мањинска права)	185	11	15
10.	Јелена Триван (ДС)	150	4	0
11.	Александар Антић (СПС – председник скупштине Београда)	72	3	0
12.	Борис Пајтић (ДС)	38	2	0
13.	Драган Мићуновић (ДС)	102	4	0
14.	Чедомир Јовановић (ЛДП)	233	12	6
15.	Весна Пешић (ЛДП)	283	2	0
16.	Бранко Ружић (СПС)	653	2	0
17.	Слободан Хомен (државни секретар Министарства правде)	523	9	2
18.	Томо Зорић (портпарол Републичког јавног Тужилаштва)	164	8	0
19.	Невена Петрушић (Савет за равноправност полова)	28	1	0
20.	Слободан Мараш (ЛДП)	76	2	0
21.	Зоран Остојић (ЛДП)	40	2	0
22.	Милорад Вељовић (директор полиције)	789	9	16
23.	Душица Ристић (портпаролка Вишег суда у Београду)	106	5	0
24.	Ивана Рамнић (портпаролка Првог основног суда у Београду)	36	3	0
25.	Невена Кар (државна секретарка Министарства здравља)	33	3	3
26.	Страхиња Секулић (градски правобранилац)	18	1	0
27.	Ненад Чанак (ЈСВ)	1148	2	0
28.	Демократска странка	0	0	9
29.	ЛДП	0	0	6
30.	Лига социјалдемократа Војводине	0	0	5
31.	Републичко јавно тужилаштво	0	0	6
32.	Полиција и синдикат полиције	0	0	12
<b>Опозиција</b>				
33.	Александар Вучић (СНС)	100	5	2
34.	Слободан Самарцић (ДСС)	281	2	0
35.	Петар Петковић (ДСС)	129	5	0
36.	Драган Марковић Палма (ЈС)	42	3	2
37.	Мирослав Маркићевић (НС)	132	4	0
38.	Дубравка Филиповић (НС)	52	2	0
39.	Драган Тодоровић (СРС)	19	1	0
40.	СНС	0	0	8
41.	НС	0	0	3
42.	СРС	0	0	8
43.	ДСС	0	0	3

<sup>47</sup> У Табели 5. може се уочити и да су одређене личности обележене плавом или црвеном бојом. Плавом бојом су обележени сви они субјекти и актери којима није могуће одредити пол/род. Црвеном бојом означени су субјекти/актери женског рода који су малобројни у односу на мушке.

<b>НВО</b>				
44.	Лазар Павловћ (Квирија)	215	9	0
45.	Бобан Станојевић (Геј - стрејт Алијанса)	152	8	0
46.	Миљенко Дерета (Грађанске иницијативе)	188	3	2
47.	НВО и организатори Параде	0	0	8
<b>Струка</b>				
48.	Владимир Ђукић (директор Ургентног центра)	164	3	0
49.	Зоран Ракочевић (директор Института за радиологију)	54	2	0
50.	Драго Јовановић (портпарол Клиничког центра Србије)	53	2	0
51.	Зоран Миливојевић (психотерапеут)	987	2	0
52.	Милена Грчић (дежурна доктора у дигиталном мамографу Б92)	80	3	0
53.	Александар Тијанић (директор РТС-а)	102	4	0
54.	Зоран Драгишић (професор Факултета за безбедност)	77	2	2
55.	Јелена Минић (извршна директорка Центра за евро-атлантске студије)	1140	2	0
<b>Субјекти из културе</b>				
56.	Бошко Ђирковић – Шкабо (певач)	893	2	0
57.	Сергеј Трифуновић (глумац)	399	2	0
58.	Стеван Филиповић (редитељ)	449	1	0
59.	Урош Ђурић (глумац)	771	2	0
60.	Срђан Драгојевић (редитељ)	85	1	0
<b>ЕУ и међународни субјекти и актери</b>				
61.	Венсен Дежер (шеф делегације ЕУ у Србији)	173	8	
62.	Страни медији	21	2	23
63.	Хилари Клинтон (државна секретарка САД)	13	1	2
64.	Димитрис Кипреос (шеф мисије ОЕБС-а у Србији)	72	3	0
65.	Давид Дијас (David Diaz - Amnesty International)	16	1	0
66.	Клер Димјон (Clare Dimyon - Pride Solidarity)	18	1	0
67.	Међународне организације	0	0	12
68.	Торнборн Јагланд (генерални секретар Савета Европе)	0	0	4
69.	Јелко Кацини (известилац Европског Парламента за Србију)	0	0	3
70.	Кетрин Ештон (висока представница ЕУ за спољну политику и безбедност)	0	0	2
71.	Маја Коцијанчић (портпаролка Кетрин Ештон)	0	0	2
72.	Амбасада САД	0	0	2
<b>Црква и други субјекти и актери</b>				
73.	Патријарх српски Иринеј	23	1	3
74.	Митрополит Амфилохије	57	2	2
75.	Епископ Хостански Атанасије Ракита (викар Патријархов)	68	3	3
76.	Грађани	225	28	2
77.	Марко Карацић (бивши секретар министра за људска и мањинска права)	87	8	0
78.	Игор Манојловић (компанија Ђак)	33	1	0
79.	Соња Марић (Уника осигурање)	13	1	0
80.	Младен Обрадовић (Образ)	0	0	20
81.	Ивана Борић (Наши 1389)	17	1	0
82.	Хулигани	0	0	16
83.	Десничарске организације	0	0	4
84.	Радослав Николић (ГСП)	29	2	0
85.	Млади	0	0	3

Сагледавајући учесталост медијског појављивања различитих субјеката, као време које је медијски издвојено за њихов јавни наступ (Табела 5) може се уочити да поједине личности/ организације/ институције имају мали број појављивања, али дугачко време излагања. Такви субјекти, без обзира на дужину јавног наступа, нису у медијима приказани као кредибилни кризни менаџери, нити значајни извори информација. Томе доприноси и чињеница да се ретко појављују у презентованим медијским садржајима. Ту углавном спадају гости „Утиска недеље“, емисије Оље Бећковић, који због дужине трајања емисије имају значајна времена

излагања. Њихове перцепције о догађајима на Паради нису упутства, нити препоруке за понашање у кризним ситуацијама, а не пружају ни директан одговор на питање зашто је до кризе дошло, иако се томе расправља. Ове личности гостују на каналу комерцијалне телевизије, али нису као субјекти присутни у емисијама емитованим на јавном сервису, нити у дневно-информативним емисијама комерцијалних телевизија.

Личности попут министра унутрашњих послова и директора полиције у укупном узорку имају краће време излагања у односу на госте „Утиска недеље“, али имају већи број појављивања у медијским прилозима и емисијама на каналима комерцијалних телевизија и јавног сервиса. Они представљају субјекте са којима се публика сусреће на дневном нивоу, јер су званични извори информација и творци официјалних дефиниција. Континуирано понављање садржаја уз персонализацију истог и подизање нивоа сензационализма омогућава да ове поруке остану дуже у умовима публике. Поред тога, субјекти који су носиоци функције су и субјекти моћи, па се у том смислу медијски представљају као субјекти већег утицаја. Највећи број извора информација долази из владајуће коалиције, док су други субјекти мање видљиви. Истиче се и недостатак перспективе обичних људи о Паради поноса, догађајима и насиљу који су је пратили.

Од укупно 85 личности који се појављују у анализираном узорку 20% је женског пола што показује значајно мању заступљеност жена у јавном дискурсу, док се код 17, 6% учесника у овом догађају не може утврдити полност/родност (у питању су опште категорије које могу садржати припаднике оба пола – попут групације грађана, младих или ове категорије обухватају јавне институције и политичке странке).

#### *9.4.1. Карактеристике субјеката у стратешки уоквиреним прилозима о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године*

У овој студији случаја, а уз помоћ Табеле 4. и Табеле 5. неопходно је у оквиру већ постојећих категорија скренути пажњу на одређене појединце у оквиру формираних група субјеката, а чије изјаве су биле значајне за формирање саме слике о кризи.

##### **а) Представници Власти и државне институције**

Представници власти су најдоминантнија и најбројнија категорија у самом истраживању, што потврђује чињеницу да је у време кризе деловање власти на медијску сферу увек интензивније, јер је циљ успоставити виши степен контроле. Један од највидљивијих субјеката у овој кризи јесте тадашњи министар унутрашњих послова и полиције. Он у преткризном периоду добија позицију кредибилног кризног менаџера, јер је „задужен“ за распоред и ангажман полиције у обезбеђивању Параде поноса, чиме се одговорност пребацује директно у његове руке. Током кризе он остаје важан извор информација, иако податке о кретању и деловању полиције даје директор полиције. Ипак, због јавних апела, обраћања и присуства међу повређенима, министар полиције остаје у фокусу публике. У посткризном периоду, он добија и похвале, али и најављује награде за све они који су били ангажовани у овој полицијској акцији и представља будуће активности полиције, чиме се стиче утисак да овај политички субјекат држи „све konce у својим рукама“. Без обзира на насиље, Парада је успешно одржана, што значи да је његов посао обављен добро. То је знак да му публика може поклонити своје поверење, а за узврат добити сигурност што је и стратешка порука коју министар полиције и шаље у сваком свом обраћању, а медији је успешно преносе. Тако позицију сигурносне личности и улогу најважнијег извора информација добија члан бившег режима и СПС-а, уместо неког од представника ДС-а, што истовремено указује на губитак контроле и пад поверења у владајућу, председничку партију. СПС у овој ситуацији успешно бежи од свог терета из деведесетих и постаје толерантна, странка отворена ка европском путу.

Са дужим временом јавног обраћања, уз мањи број појављивања, али великим јавним утицајем, новинари се у овој студији случаја обраћају и директору полиције који уз професионалну реторику, али и поруке мира постаје ауторитет високог ранга. Он се не приближава и не повезује са публиком, али говори самоуверено, озбиљно, одмерено, што је у

складу са функцијом на којој се налази. Захваљујући његовим изјавама и јавним гостовањима, публика добија увид у појединости полицијских акција, чиме медији изграђују слику о држави и полицији која ради свој посао.

Ипак, једну од првих реакција на саме догађаје дао је министар одбране, чије поруке обухватају пребацивање одговорности. Он тражи кривце за догађаје међу политичким супарницима и не бави се развојем и смиривањем кризне ситуације. Било да се његове поруке односе на схватање насиља на улицама као деловање антиевропских струја или на насиље које је политички оркестрирано (политичко подземље), ни у једном тренутку се не доводи у питање шта је власт додатно могла да уради да до овакве ситуације у Београду не дође (РТС, Б92, Прва, Пинк, 2010).

Градначелник Београда је чест извора информација, али који поред неевропских коментара о самој Паради и личног негодовања по питању одржавања исте, не даје значајније информације, осим што се бави последицама кризе и нанетом штетом без јасних упута грађанима о њеној санацији и решавању. Криза се решавала кроз поруке државног секретара Министарства правде и портпарола Републичког јавног Тужилаштва, који су се бавили реакцијом система и стратешки уоквиравале прилоге на начин да се примети јасан и строг одговор власти који, иако је стигао касно, је требало да надомести осећај несигурности који је публика имала. Такав садржај имао је за циљ да покаже гвоздену руку и непопуштање када је у питању нарушавање јавног реда и мира и уништавање приватне и јавне имовине. Многи други актери из области судске власти,<sup>48</sup> професионалним жаргоном подизали су ниво реакције институција на виши ниво, који није могао бити у потпуности разумљив просечном гледаоцу, али је требало да обезбеди слику о демократској држави која штити разлике и ради на унапређењу свог правног система у складу са европским очекивањима, вредностима и тенденцијама.

Чланови владајуће коалиције ретко су присуствовали Паради поноса, али су лидери попут председника ЛДП-а дали отворену подршку и уз министра за људска и мањинска права слали проевропске поруке мира које су биле намењене европској публици. Оне су као такве често комбиноване са изјавама иностраних субјеката који су били представници међународних организације и тела ЕУ.

#### **б) Опозиција**

Чланови опозиције мање су видљиви од представника власти. Не постоје медијски прилози који као изворе информација имају само представнике опозиције. Заправо, уколико се представник опозиције и појави као извор у медијском прилогу, његова изјава ће бити публикована након изјаве представника власти. Опозициони ставови најешће су представљани кроз цитате чланова опозиционих партија које су коментарисале кризна дешавања на конференцијама за штампу. Опозиционо негодовање увек је презентовано кроз кризу противљења европским вредностима, а које је у случају ДСС-а и било тачно. Са друге стране, деловање навијачких скупина је у више наврата повезивано са деловањем опозиције и представници власти су истицали како оно има политичку позадину.<sup>49</sup> У складу са оваквим извештавањем медија, директно супротстављање изјава припадника опозиције и коалиције на власти јавља се у 19, 8% прилога.

#### **в) Представници ЕУ, међународних НВО и домаћих НВО**

У категорију иностраних заступника и представника ЕУ спадају представници међународних организација и тела и органа ЕУ који су присуствовали Паради поноса. Поред финансијске подршке, ови људи представљају „контролоре“ на тесту људских права који Србија треба да положи да би процес придруживања ЕУ могао бити започет. Посебно се као говорник и коментатор истиче шеф делегације ЕУ у Србији који коментарише велики

<sup>48</sup> Ту спадају: Портпаролка Вишег суда у Београду, портпаролка Првог основног суда у Београду, градски правобранилац, Републичко јавно тужилаштво итд.

<sup>49</sup> Овакве изјаве давали су министар одбране (РТС 1, Дневник 2, 10.10.2010; Пинк, Национални дневник у 23.00, 10.10.2010), извршни директор градских иницијатива (Б92, Вести у 16.00, 10.10.2010), лидер ЛДП-а (Б92, Вести у 23.00, 11.10.2010), лидер ЛСВ-а (Б92, Утисак недеље и Вести у 23.00, 17.10.2010) итд.

искорак Србије када је у питању одржавање и обезбеђење саме Параде. Он је симбол будног ока међународних сила који прате све кораке Србије на почетку њеног европског пута, речи подршке иду у смеру цивилног сектора и државе чиме се назначава тежња ка њиховој међусобној сарадњи. Изузетно је важно да домаћи медији пренесу ове поруке подршке на прави начин, јер је то и окосница програма владајуће коалиције.

Када је у питању НВО сектор, ови субјекти се највише појављују у прилозима који прате поворку и које садрже изјаве организатора Параде. Они су уједно и једини представници НВО сектора који се могу уочити, већински на телевизијама комерцијалног карактера и много су чешће на позицији актера него субјекта, осим када треба да се укаже на сарадњу власти и НВО приликом организације Параде.

#### **г) Црква и црквени великодостојници**

Као једни од предводника демонстрација и поворке која се кретала од Саборне цркве ка Теразијама, црквени представници су углавном нема лица која можемо видети у прилозима и која никада нису директно снимана, нити је од њих узимана изјава.

Представници Цркве су у преткризном периоду слали поруке противљења Паради поноса,<sup>50</sup> док су у посткризном периоду слали поруке мира и позиве на смиривање страсти.<sup>51</sup>

#### **д) Посебне професионалне групе (стручњаци)**

У складу са дешавањима на Паради поноса „струка“ у овим прилозима оличена је у надлежним лекарима и специјалистима који су помагали повређенима, како полицајцима, тако и демонстрантима. Такав је био директор Ургентног Центра, Института за радиологију или портпарол Клиничког центра. Професионални или стручни субјекти имају важну улогу у кризним ситуацијама, јер се сматра да њихово знање и овладавање специфичним информација може јасно да сагледа ситуацију, јер је су за то образовани. У овом случају, посебно су се истицали лекари који су медијски представљени као *хероји*, јер су са једне стране спасавали животе повређенима, а са друге стране су давали изјаве чији је задатак био да умире јавност и покажу адекватну и брзу реакцију здравствених институција. Са друге стране, сви они додатно стратешки боје насиље. Они истичу окрутност и свирепост у доношењу повреда жртвама чиме се повећава степен осуде, али и страха међу публиком.

Поред надлежних лекара, међу професионалним кадром медији су интерпретирали и изјаве професора Београдског Универзитета и директора РТС-а.

#### **е) Субјекти из културе**

Ову категорију сачињавају глумци, режисери, певачи који су у емисији „Утисак недеље“ имали задатак да се баве анализом потенцијалних узрока и последицама насиља на београдским улицама. Без обзира на чињеницу што ова категорија није предмет истраживања и субјекти из области културе коментаришу догађаје из политичке перспективе и дају констатације и мишљења у вези политичких субјеката и њихових перцепција о кризи.

#### **ж) Економски субјекти**

Ову категорија чине субјекти који су претрпели штету у самим демонстрацијама. Ови субјекти у анализираним медијским садржајима готово уопште нису заступљени.

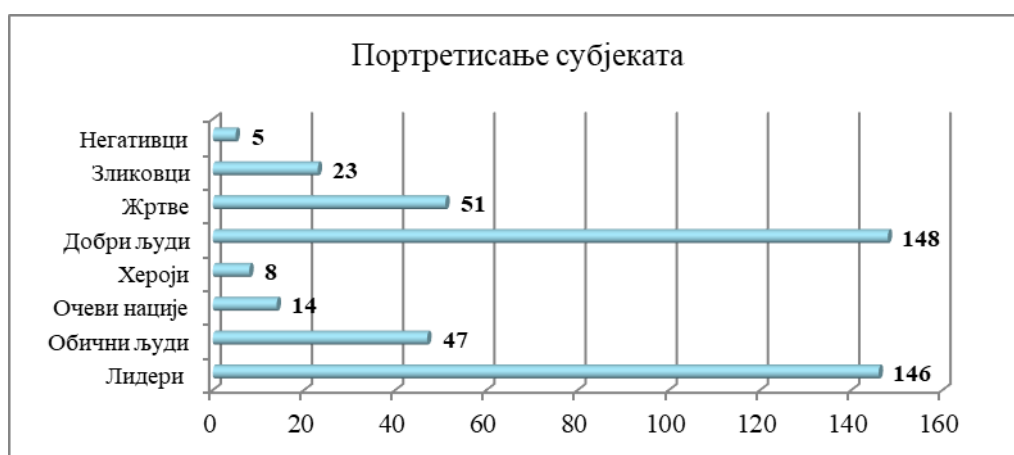
#### **з) Грађани и обични људи**

Представници грађанства појављују се као учесници анкета, у око 20% анализираних прилога, али њихове изјаве чине свега 0,6% садржаја, што показује да медијски фокус није на грађанима. Важно је истаћи да се медијски радници у анализираним прилозима, такође, дефинишу као субјекти, јер су њихова, имена и лица нешто са чиме се јавност сусреће и у чије речи има поверења.

<sup>50</sup> Такве изјаве је најчешће давао митрополит Амфилохије: „Насилничка пропаганда Параде поноса изазива друге да се насилно понашају, геј парада улицама Београда и било ког другог града представља насиље и то је као такво недопустиво“ (Б92, 2010).

<sup>51</sup> На мир је позивао Епископ Хостански Атанасије Ракита: „Парада се не слаже са начелима цркве, али нема тог образложења који би правдало угрожавање туђих живота. За таква деловање нема одобрења СПЦ без обзира да ли међу њима оних који се на СПЦ позивају“ (РТС 1, Дневник 3, 10.10.2010).

О стратешкој обојености прилога говори начин портретисања субјеката у анализираном узорку. На основу већ декларисане поделе да медији политичке субјекте представљају кроз категорије – *хероја*, *обичног човека* и *шармантног лидера*, као и поделе да политички субјекти у медијским прилозима могу имати улогу *добрих људи*, *негативаца* или *жртава* и *зликовца* (Aaldering & Vliegthart, 2016: 1873/1874; Petrogiannis & Freidenvall, 2022: 9-11; Langhamer, 2018: 179-183; Anker, 2005: 24- 26; Lindermüller, Sohn & Hirsch, 2021: 3-6) утврђено је да све оне указују на стратешку обојеност медијских прилога и да највећи број субјеката изјаве даје са позиције *лидера* који се намеће својом харизмом, слаткоречивошћу и високим нивоом самопоуздања (Слика 12). На тај начин, медији политичаре на власти стављају у позиције у којима они не треба нужно да реше кризну ситуацију, али могу значајно да је побољшају. Уметници, грађани, економски субјекти немају ауторитет носилаца функција и приказани су у медијима као *обични људи*. Малом броју субјеката медији додељују улогу *хероја*. У овој студији су то директор полиције и министар унутрашњих послова који су због организације рада полиције током поворке представљани као људи способни да предвиде ситуацију, воде, контролишу и издају јасна наређења и упутства која могу помоћи у кризи.



Слика 12. Портретисање субјеката у стратешки уоквиреним прилозима о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године

У прилозима у којима директор полиције говори о великом броју малолетних ухапшених лица и изражава бригу због таквог друштвеног стања ствара се представа *оца нације* који брине. Таквим порукама се јасно циља на емоције публике.<sup>52</sup>

Са друге стране, медији политичке субјекте на власти представљају као *добре људе*, а њихове намере и изјаве се не доводе у питање, осим у већ наведеним контрастратешким оквирима опозиције. Када се иза позиције и харизматске моћи крије и медијски „упакована“ добра намера, још је већа могућност деловања на публику и обликовања њиховог мишљења. Субјекти су у мањој мери приказивани као *жртве* и ту углавном спадају лекари на терену, људи на улицама, припадници ЛГБТ популације и други учесници Параде.

Обичних полицајаца као говорника са терена нема. У прилозима се може видети полиција у униформи која хапси демонстранте, али која је увек снимана са леђа или у маси, па је деперсонализована. Медији лица полицајаца показују само када су повређени или у болници, а чиме се они смештају у категорију *жртава*. Тиме се додатно наглашава улога и значај директора полиције у одбрани Београда од напада хулигана.

<sup>52</sup> Интервју са директором полиције садржао је изјаве као што је следећа: „Полиција није у рукама партије, полиција је народна. Излив агресије младих људи и ја као директор полиције апелујем на грађане и родитеље да не усмеравају своју децу на оно што није добро за децу. Излазак деце на улице није само питање полиције, то је шире питање којим се морају позабавити и држава и многе друге институције у држави. Да ли према деци која имају од 15 до 18 година баш треба примењивати таква средства? Шта да је дете повређено неким од средстава (спикерка је споменула гумене метке који су се много лакше испаливали 90) да ли бих ја као шеф полиције имао за то оправдање?“ (Б92, Вести у 18:30, 11.10.2010).



Цитати опозиције представљани су у негативном контексту, јер се наговештавало да представници ових партија раде све да зауставе европски пут Србије.<sup>53</sup> Као зликовци су од стране медија, али и политичких субјеката на власти, па и појединих чланова опозиције, портретисани учесници демонстрација који су називани „терористима, екстремистима, паравојним формацијама, изгредницима итд“.

На стратешку обојеност прилога указује и чињеница да се изјаве субјеката на власти додатно не разматрају и не објашњавају. Сваки субјекат и извор може се наћи у различитим улогама у различитим прилозима. Тако се, на пример, министар унутрашњих послова у зависности од телевизије и прилога портретише или као *херој* или као *шармантни лидер* и то више пута. У складу са тим, може се закључити да у прилозима доминирају субјекти који се медијски представљају као *лидери* са решењима и добрим намерама. Тако, најчешће, политички субјекти путем медија преносе своје намере са циљем да придобију што масовнију публику позивајући се на искреност, добронамерност, али и ефикасност уз велику дозу самопоуздања. Ово потврђује и Слика 13. у којој се може видети оцена карактера субјеката од стране медија.



Слика 13. Вредносни контекст (интонираност) субјеката у стратешки уоквиреним прилозима о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године

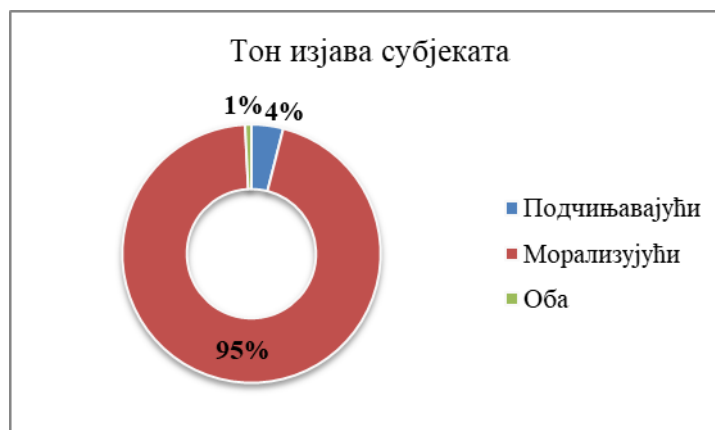
У великом броју прилога субјекти су позитивно интонирани, а у 43% прилога новинар прави разлику између добрих и лоших говорника и у напред их дефинише на одређени начин, онемогућавајући да публика сама процени и донесе одлуку о карактеру извора. Представници власти и опозиција се слажу да је насиље било прекомерно и непотребно. Изузетак је ДСС који га оправдава називајући га гневом младих људи. Најчешћи критичари дешавања су министар одбране који поред осуде насиља истиче његову политичку обојеност, затим градоначелник Београда који критикује целокупну организацију Параде поноса и бивши секретар министра за људска и мањинска права који посебно истиче дискриминаторно обележавање учесника скупа.

У овој студији случаја, субјекти нису склони персонализацији и непоистовећују себе са успешним радом више државних органа и институција (полиција, судство, тужилаштво) у

<sup>53</sup> Лидер ЛДП-а је истицао „Организатори јучерашњих демонстрација су такозване НВО које учествују у политичком животу ове земље. Њутање Војислава Коштунице је јаче од било какве изјаве и очигледно је да ту постоје врло јасне политичке везе“ (Б92, Вести у 23.00, 11.10.2010); Чланица ДС-а је исто тако тврдила: „Апсолутно мислим да не можете инспиратора онога што се јуче десило на било који начин наћи у ДС-у и међу нама, ми смо јасно од тих хулигана препознати као њихови главни противници, а не њихови саветници, а зна се ко су њихови политички саветници већ дуго време и где их они траже, на десници, међу политичарима (Б92, Вести у 23.00, 11.10.2010).

кризи. Ипак, министар полиције и директор полиције у неколико наврата истичу самостално залагање за организацију и осигурање Параде.

У 34% прилога медији не истичу јасно шта су ставови наведених субјеката у кризи, него се баве спекулацијом, чиме најчешће подижу ниво сензационализма у прилогу. У 40,5% анализираних садржаја медији дају само преглед и информације без алтернативног становишта и критичког увида. Овакав став медија се може објаснити чињеницом да су њихови извори информација и саговорници континуирано вагали како да одговорност пренесу и чешће се баве последицом, а не узроком кризе.



Слика 14. Тон обраћања субјеката у стратешки уоквиреним прилозима о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године

Тон којим се субјекти обраћају јавности је скоро па у потпуности морализујући (Слика 14), чиме се указује на потпуно одсуство одговорности за дату ситуацију и пребацивање исте на друге, непосредне актере. Такође, указује на јасно оптуживање и привлачење пажње од стране доминантних личности у медијским прилозима и немогућност и незаинтересованост медијски радника да представе прилог из неутралне перспективе.

#### 9.4.2. Карактеристике актера у стратешки уоквиреним прилозима о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године

Број актера варира од једног до 18, при чему у свега 5 стратешки обојених прилога није било уопште актера. Најчешће прилози имају једног или два актера. У складу са тим, као и код субјеката, актери у анализираним узорку најчешће су представници власти. Поново, најчешћи актер је министар унутрашњих послова, а за њим следе директор полиције и министар за људска и мањинска права.

Председник се на позицији актера, налази чешће него на позицији субјекта, јер се његова званична изјава у писаној форми стално интерпретира. У њој је пласиран појам „изгредника“ путем кога је председник портетисао „насилнике“, а који је потом и медијски усвојен и широко употребљаван.

На позицији актера се за разлику од позиције субјекта, налазе и политичке странке. Док се на позицији субјекта налазе појединачни политички лидери који су јавни заступници странака и са којима их публика и поистовећује, на позицији актера се чешће налази целокупна политичка странка. Тако се, на пример, на позицији актера осам пута нашао СНС, а њихов члан свега два пута. Новинари, у том случају износе опште ставове целокупне странке који су обојени страначком идеологијом. На позицији актера најчешће се налазила СНС, затим СРС и НС.

Иностране организације су у анализираним медијским садржајима, такође, много чешће на позицији актера, него субјекта. У том смислу, страни актери су бројнији од страних субјеката. На позицији актера у овој претходно установљеној категорији се поред представника ЕУ, налазе и инострани медији (*BBC, CNN, Associated Press, DW*), међународне организације (без јасних навођења које су), затим представници амбасада земаља Европе итд. Невладин сектор је слабо видљив на позицији актера и спомиње се само у глобалу као НВО,

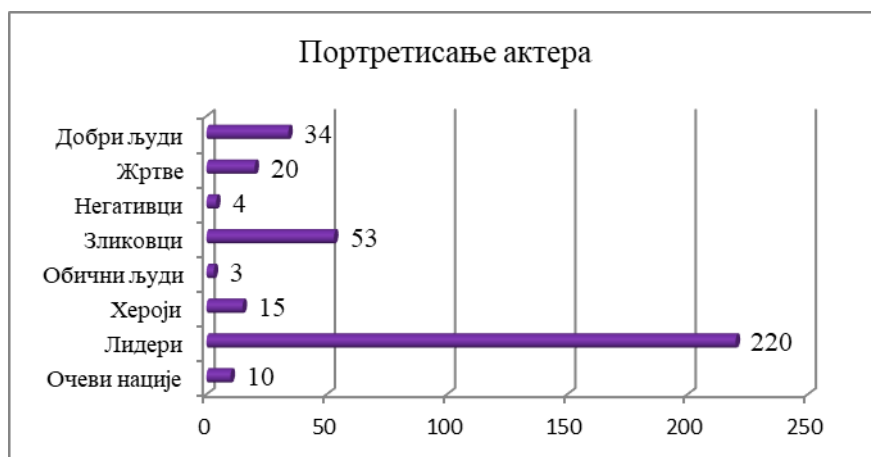
без појединачног навођења које су то организације. Организатори Параде нису видљиви као актери, што значи да се њихова перспектива ретко интерпретира од стране медија.

Црквени великодостојници су ређе актери, као и грађани и јављају се само као успутни коментатори. Економских организација, уопште нема у категорији актера.

На позицији актера се великој мери налазе појединци који спадају у категорију „других“ домаћих субјеката у које спадају различити представници медија, уметници, спортисти, али који се појављују само једанпут у укупном узорку.

Као посебан сегмент у категорији актера су противници Параде поноса и насилници, а који не постоји у подели субјеката. Поред општег презентовања ове категорије кроз појмове екстремиста, терориста, већ поменутих изгредника, али и паравојних јединица и на крају хулигана. Вођа организације „Образ“ јавно је таргетиран као један од организатора демонстрација против Параде поноса, а који је био задужен да води и управља рушилачким акцијама по центру Београда. То га чини специфичним „жртвеним јагњетом“ ове кризе и на њега се преносе све одговорности и наслаге неспремности државе и власти. Постојање улоге „жртвеног јагњета“ је посебно наглашено у кризама које су изазване људском грешком (Coombs, 2007), јер се јавни бес и мржња тако каналише ка једној личности. Медији су се побринули да се не остави простор за даље разматрање кривице и ширење круга одговорности без обзира на првобитно указивање на политичко вођење ових хулигана. Заправо, политичко подземље и индоктринирано насиље је било тема медија до момента када је пажња скренута на вођу десничарске организације. Након тога, медијски фокус се скоро комплетно пребацује искључиво на навијачке скупине, када се оне не повезују само са наслеђем деведесетих и улогама које су имале у прошлости, већ постају и актуелан проблем.

Новинари актере у анализираним медијским прилозима најешће постављају кроз улоге *лидера* (Aaldering & Vliegthart, 2016: 1873/1874) чије изјаве треба препричати или прокоментарисати, како од стране спикера, тако и од стране других говорника у прилогу (Слика 15).



Слика 15. Портретисање актера у стратешки уоквиреним прилозима о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године

Актери који су портретисани као *обични људи* нису доминантни актери прилога, што показују и горе наведене Табеле 2. и 3. Улога *очева нације* (Исто) који су саосећајни и представљају ослонац целокупној публици у несигурним ситуацијама, медијски је додељена 10 пута и то најчешће министру унутрашњих послова или председнику Србије. У случају председника Србије ова улога није подржана активним деловањем овог субјекта, већ медијском интерпретацијом његових изјава и званичних саопштења. Директор полиције је и као актер *херојски* представљен и велича се његова могућност да предвиди дешавања и добро организује полицијске снаге. Улогу *зликовца* (53) и *негативца* (4) (Anker, 2005: 24- 26; Lindermüller, Sohn & Hirsch, 2021: 3-6) медији су и на актерским позицијама доделили „десничарима/ хулиганима/екстремистичким организацијама“ и вођи Образа. Полиција је и као актер представљена са позиције *жртве*, иако је њихов директор величан до нивоа *хероја*,

што је у потпуности несразмерно. Ово је показано и на Слици 16. на којој се може уочити карактер/интонираност актера у анализираним прилозима. У складу са чињеницом да се у највећем броју прилога врши поређење (65%), може се и закључити да медијски радници у највећој мери позицију актера користе за супротстављање ставова и то најчешће између „оних који су учествовали у рушењу“ и свих осталих институција, појединаца и групација које треба да заштите демократске вредности (позитивно и негативно интонирани актери). Новинари то обично постижу тако што извлаче из контекста изјаве актера и њима допуњавају формулисани садржај и изјаве субјеката.<sup>54</sup> Чак 75,3% изјава актера интерпретирано је ван контекста.



Слика 16. Вредносни контекст (интонираност) актера у стратешки уоквиреним прилозима о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године

Овакав избор и начин представљања и субјеката и актера потврђује стратешку уоквиреност прилога која не може бити само производ жеље извора, већ захтева и учешће медијски радника. То показује да се политичко бојење прилога дешава захваљујући интервенцији новинара у сам садржај. На то пре свега указује чињеница да су најчешћи извори информација политичари, функционери и сви они чија перспектива је у складу са унапред установљеним намерама и циљевима политичара, а који су у овом случају у вези са европским путем Србије.

Стратешки наратив је додатно видљив парцијалним приказом проблема, одрицањем од одговорности од стране коалиције на власти и која се пребацује на друге субјекте и актере. Поред тога, већина објашњења која су медијски посредована су једнострана и фокусирана на кривца и тражење одговорног појединца уз указивање на лоша претходна искуства опозиције. Ланац објашњења је такав, да стручњаци за правну област (представници законодавне и судске власти) дају решење кроз брзу промену кривичног закона, без уласка у дубље разматрање и анализу проблема.

<sup>54</sup> Фрагментисана изјава градоначелника Београда: „Када се сабере сва укупна штета нанета граду сигуран сам да тај износ износи преко милион евра, мада није најважније колико пара, мада ће то сви Београђани из свог џепа да плате, већ је најважније, што је страшно што је то најбоља вест данас, да нико није погинуо, да ни један живот није изгубљен, као што је то било свих претходних пута.“, допуњава изјаву директора ГСПа о оштећењима на тролејбусима у вредности око 25.000 евра, уз штету на трамвајима и аутобусима и директора полиције која је гласила: „Међу приведенима је и један који је руководио немирима а то је Младен Обрадовић из образа који је задржан у притвору на 48 сати након чега ће бити предат надлежном истражном судији. Полиција никада није спречавала мирне протесте и изразе незадовољства, али неће дозволити да се руши јавни поредак“ (РТС 1, Дневник 3, 10.10.2010).

## 9.5. Језик стратешки уоквирених прилога о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године

Стратешки уоквирени медијски прилози могу се препознати и кроз употребу метафора, језика игре, рата, такмичења и спортског жаргона, а којих није било мало у анализираном узорку и чија се присутности може видети у Табели 6. Употреба стратешког језика указује на портретисање прилога које почива на подели на победнике и губитнике и прављењу разлике између „нас“ и неких „других“, чиме се додатно појачава већ постојећи јаз у друштву.<sup>55</sup> Такође, употребом спортских метафора и инсистирањем на преносу латинских и књижевних израза ствара се атмосфера препознавања, која не мора свим члановима хетерогене публике бити у потпуности позната и јасна, док се језиком рата подиже ниво драматичности и страха у друштву. Професионални жаргон правника и доктора ствара дистанцу и указује на државну агилност и спремност да реагује у кључним тренуцима.

Табела 6. Језички показатељи стратешке обојености у укупном узорку у процентима (%) у извештавању о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године

Метафоре	44,5
Језик спорта	10,3
Језик такмичења	15,8
Језик игре	18,3
Језик рата	54
Статистика	65

### 9.5.1. Метафоре као елемент стратешки уоквирених прилога о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године

Метафоре су по Гамсону и Модиглианију (Gamson & Modigliani, 1989: 17) елементи који публици могу указати на стратешки карактер оквира. Стратешки карактер метафора зависи од контекста у којем су употребљене што је и објашњено у зградама иза наведених тврдњи.

Код стратешки обојених вести користе се метафоре које указују на бинарне поделе између јачих и слабијих, победника и губитника, генерално играча у одређеном догађају који међусобно мере снаге. Оне се у овом случају користе да опишу насиље на улицама Београда током трајања Параде поноса. Током извештавања могли су се чути неки од следећих примера:

- Мртво слово на папиру (Закони у Србији када је у питању кривично гоњење и казна за хулиганство) (Б92, Вести у 16.00, 10.10.2010);
- Црвена марама (алудирајући на мамограф са знаком б92) (Исто);
- Влада закон јачега (сукоб полиције и хулигана на улицама) (Б92, Утисак недеље, 10.10.2010);
- Слетео сам у Мордор (Београд на дан Параде поноса) (Исто);
- ЕУ нам ставља прст у око (захтев ЕУ да се одржи Парада која није у складу са традиционалним српским вредностима) (Б92, Између редова, 17.10.2010);
- Голо насиље (насиље на Паради) (Исто);

Поред ових случајева метафоре су се користиле и да опишу организацију Параде поноса, која је коначно имала и свој почетак и свој крај без повређених учесника:

- То је стална борба са ветрењачама (РТС, Дневник 2, 30.9.2010);

<sup>55</sup> Скупштинска расправа између одборника НС и ЛДП: „Стидим се што нисам био на улицама Београда, стидим се, али следеће године ћу бити. Приведено је 240, а да их је било 6000. А шта мислите када буде 60.000? 160.00? 260.000? Шта ћемо онда да радимо? Да сву ту децу похапсимо? Та деца која су јуче била у Београду, су наша деца. То су синови петоктобарца“ и „Ако се не открију организатори, онда ће се то наставити и оваквих дискусија да су то петоктобарска деца, а не оних који су бацали цвеће на тенкове, који су одлазили у ратне злочине биће и даље. Тако нећемо стићи до ЕУ“ (РТС 1, Дневник 2 и 3, 12.10.2010).

- Да ћемо моћи данас када пређемо тај Рубикон да наставимо даље у прелажењу неких других Рубикона који су Србији потребни да би била држава достојна поштовања највећег броја својих грађана (Исто);

У скоро половини анализираних узорка, цитирани субјекти и актери, али и репортери користе метафоре.

#### *9.5.2. Језик спорта, такмичења и игара у стратешки уоквиреним прилозима о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године*

Иако посматрани појединачно језик спорта, језик игре и језик такмичења нису присутни у већим процентима (Табела 6), они се најчешће користе заједно чиме се њихов стратешки потенцијал повећава. Присутност оваквог говора укупно износи 44,4% у свим анализираним медијским прилозима, што је заправо висок проценат. Наведене тврдње указују на подељеност друштва и континуирано мерење снага:

- Ми смо супротстављене стране и ривали у овом фудбалском мечу (Б92, Вести у 16.00, 11.10.2010).
- Прилично плаши чињеница да је ово генерална проба за нешто веће и нешто страшније (Исто).
- Одмах смо сами себи пресудили, иако то нико од нас није тражио (Прва, Вести, 14.10.2010)
- Река народа која води победи (РТС 1, Дневник 2, 9.10.2010).
- Побиамо рекорде (Исто, 11.10.2010);
- Чопори младих људи који функционишу као друштво мајмуна где имате алфа мајмуна који је најјачи и који малтретира све испод себе, али и где постоје бете мајмуни које онда даље малтретирају све испод себе и тако у круг (Б92, Утисак недеље, 10.10.2010);
- Чини се да наши политичари учествују у великом ријалитију у којем се резултати СМС гласања стално чекају, а неко непрестано очекује избацивање из шоуа (Исто);
- Све ово као да је велика вежба државног апарата (Б92, Вести у 23.00, 10.10.2010);
- Да се туча пребаци у неку видео игрицу (РТС 1, Дневник 1, 10.10.2010).

Овакве изјаве усредсређене су на лоше карактеристике и драму и сукоб између појединца или екстремних, десничарских група. Овакво извештавање не захтева продирање у суштину проблема и бави се политичким аспектима који делују већ виђено и нису подржани свежим информацијама. Врло грубе и оштре изјаве производе ефекат страха, уместо да неразјашњене догађаје објасне и расветле публици.<sup>56</sup>

#### *9.5.3. Језик рата у стратешки уоквиреним прилозима о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године*

У више од половине медијских прилога може се уочити коришћење ратне и борбене терминологије која наводи публику да изабере страну, али има задатак и да опише кризну ситуацију. Пример језика рата се може уочити у следећим формама:

- Нас Србе кад нас неко изнервира узмемо пиштољ и опалимо сами себи у колена (Б92, Утисак недеље, 10.10.2010);

<sup>56</sup> Такве су изјаве: „Замислите ситуацију, да полиција није реаговала, они би као у Ирану или Саудијској Арабији каменовали људе, колико би мртвих било? И то сматрате пристojним и једном ствари којом се тако дозвољава насиље. А не можете дозволити насиље. То су биле организоване, насилне демонстрације, парафашистичке организација и морамо видети ко су“ (РТС 1, Дневник 2 и 3, 12.10.2010); „Знало се ко ће извршити нападе на геј параду, полиција има имена, има адресе, има фотографије тих људи, просто је несхватљиво зашто БИА није те људе обрадила на време и зашто се допустило да полиција буде изложена чему је била изложена. МУП је јуче заиста реаговао како треба и само захваљујући њиховом добром реаговању ми данас не пребројавамо мртве. Оне који су ту децу довели на улицу, њих геј парада апсолутно нине занимала, они су кренули на државу. То је оно што прилично плаши и показује да је ово само генерална проба за нешто веће и за нешто страшније“ (Б92, Вести у 16.00, 11.10.2010).

- Река народа која ће трајно променити Србију (РТС 1, Дневник 2, 9.10.2010);
- Борба за здраву будућност (Исто);
- Локве крви, бес и суровост разливени су по улицама Београда од кога праве ратну зону (Исто, 10.10.2010);
- Напад на полицију је напад на државу (Исто, 10.10.2010.);
- Мајица на којој пише Србија је панцир од сваке одговорности (Б92, Вести у 23.00, 17.10.2010);
- Хулиганизам је политичка играчка, инструмент безобзирних политичара, господара рата и организованих криминалних група (Прва, Вести, 14.10.2020);
- Изрази: терористи, екстремисти, изгредници, парapolитичко подземље, парафашистичке организације, клерофашисти (велики број примера на свим телевизијама);
- Десиће нам се да спекулишемо да су то петооктобарска деца, а не деца оних који су бацали цвеће на тенкове, који су одлазили у ратне злочине (РТС 1, Дневник 3, 12.10.2010)
- Десиће нам се каменовање као у Ирану и Саудијској Арабији (Исто);
- Крвави обрачун (Пинк, Национални дневник у 19.30, 10.10.2010);
- Знак Б92 је мета коју треба нападати (Б92, Вести у 23.00, 17.10.2010);
- Није то била утакмица него маневари где су паравојне групације распоређене на трибине зигхајловале, вежбале систем командовања, и како ће да се обрачунају са неистомишљеницима, овог ће убити, овог ће сексуално злостављати. Ови невољници су мало трчкали по терену. У тим координатама се кретала размена ставова и завршила се тиме ко је који полни орган и то је био крај. Ја ниједног тог правог навијача ту нисам видео (Исто);

Оно што се може уочити из наведених тврдњи јесте да се већи број њих интерпретира не само као језик рата, већ и екстреман став о кризи и да као такав представља немогућност самих извора и медија да процене шта би требало презентовати јавности, а шта не. Оне су нематеријални вид конфликтних изјава, јер су упућене на политички процес и игру, а не на идеологију партије или система.

#### *9.5.4. Статистички подаци и псеудоаргументација у стратешки уоквиреним прилозима о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године*

У 65% прилога (Табела 6) је наведена статистика и она се односила на број полицајаца који је чувао Параду поноса (између 5000 и 6500), број учесника Параде поноса (1000), број људи на демонстрацијама против Параде поноса (6000). Затим, број приведених и одређене карактеристике приведених лица која су учествовала у нередима (249 ухапшених, од тога 131 задржан, а сваки 5 малолетан, половина са седиштем ван Београда), број повређених (147 полицајаца и 25 грађана), процена штете (милион евра), казна затвора за починиоце нереди (8 година затвора као максимална казна) итд.

У првој студији случаја, статистика и бројеви се користе да подупру тврдње политичких актера приликом давања изјава о кризи, али и пружају увид у реализацију ситуације и симбол су наглашавања неких аспеката решавања кризе.

Још један од показатеља стратешке уоквирености прилога јесу стратешки аргументи извора, али који се не позивају на реалне чињенице и тврдње, већ се подупиру екстремним ставовима о кризи, говором мржње и дискриминацијом, али и претеривањем и претњама. Неки примери такве аргументације у анализираним прилозима су били:

#### **а) Говор мржње и дискриминација:**

- Према тој специфичној популацији која је ја бих рекао аномалична, а када кажем аномалична онда има много доказа, причаћемо о томе другом приликом. Има медицинских доказа које све промене има та популација у мозгу, органске (Б92, Утисак недеље, прилог за Утисак недеље, 13.9.2010);

- Да не показујемо како се љубе два мушкарца у уста и да не знамо како ћемо да објаснимо девојчицама које имају до 5 година и не знају шта је секс (Исто);
- Већ годину дана покушавам да објасним да треба наћи други начин да ти људи остваре та нека своја права (Пинк, Национални дневник у 19.30, 7.9.2010);

**б) Претеривање уз пребацавање одговорности:**

- А шта мислите када их буде 60.000? 160.000? 260.000? Шта ћемо онда да радимо? Да сву ту децу похапсимо? Та деца која су јуче била у Београду су наша деца. То су синови петооктбараца (РТС 1, Дневник 3, 12.10.2010);
- Не можете чињеницу да је 90% грађана Србије било против ове манифестације не узети у обзир. У младим људима је прорадио српски инат. Млади људи су изашли на улице и изразили свој гнев (Исто)

**в) Политичко стварање хаоса и претње:**

- Ове демонстрације се, и то се види врло јасно, организују када је потребно напасти неку европску вредност, независно да ли се ради о људским правима или процесу придруживања ЕУ, већ када се ради на рашчишћавању са сопственом прошлoшћу и када се процесуирају ратни злочинци (Б92, Вести у 16.00, 11.10.2010);
- Па требало је данима раније мерама генералне и специјалне превенције да се види какво је стање. Ако се види да ће бити угрожени животи људи, па помери, одложи или обезбеди да то прође мирно. То је посао државе (РТС 1, Дневник 2, 11.10.2010.).
- Оно што се данас догодило превазилази оно што смо могли да замислимо, али ће хулигани то запамтити, а одговор државе биће језив (Пинк, Национални дневник у 19.30, 10.10.2010);

Овакве врсте дескрипција доприносе портретисању политичких субјеката који себи дају на значају или покушавају у потпуности да пребаце одговорност са себе. Када порука провоцира на овај начин она код публике може да изазове закључивање које не мора бити логички исправно па представљају одређену врсту псеудоаргумената. Поред инсинуација као врста претпоставки које се стављају у одређени контекст, коришћене је „*argumentum ad hominem*“ то је значило да претходно наведени искази треба од публике да буду одбачени не због недоследности, већ због диквалификације политичких субјеката на власти и њихових ставова (Slavujević, 2009: 86).

*9.5.5. Лого и стереотипне слике у стратешки уоквиреним прилозима о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године*

У свим анализираним прилозима присутан је лого телевизије који се увек налази у горњем десном углу. Поред телевизијског обележја, лого је коришћен у мањем броју случаја. У 19 прилога представљен је лого одређене политичке стране, у 15 прилога је видљив лого Параде, уз већи број приказа заставе Прајда током праћења поворке као једног од симбола. Лого економских субјеката је био присутан у седам прилога, што је већи број од самог интервјуисања економских субјеката и он је у фокусу камере када су се приказивали објекти оштећени током ескалације насиља у Београду.

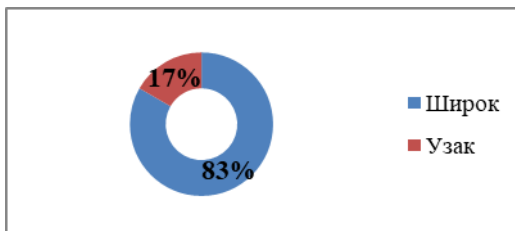
Континуирано представљање Параде поноса кроз медијски приказ људи који држе заставе дугиних боја или су обучени у бојама дуге значи стереотипно представљање ове манифестације. Она се онда медијски повезује са шаренилом и срећом, а из фокуса се губи борба за људска права што је њена суштина. У основи изградње стереотипних слика од стране медија налази се процес поједностављења, што значи да медији креирају једнодимензионалне представе о стварности. Оне имају колективан карактер, постојане су и штити их ауторитет субјекта који их истиче и формулише (Slavujević, 2009: 93, 94). Поред тога, снимци насиља обухватају полицију сниману са леђа и маскирана лица „хулигана“. Током насилних протеста након Параде поноса било је доста лица која нису била маскирана, па и поворки људи које су предводили представници Цркве, али који нису у већој мери били део медијских прича. Медијски садржај је најчешће истицао онај део „протестаната“ који је



носио фантомке, мараме, капе и наочаре и којима се на тај начин медијски одузимао идентитет, а дате личности су додатно повезиване са осећајем мистичности и страха.<sup>57</sup>

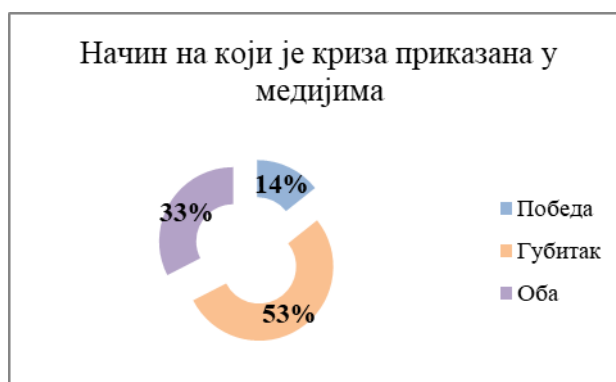
#### 9.6. Телевизијска презентација кризе настале поводом Параде поноса из 2010. године као предмет анализе

Кризна ситуација има широк контекст (105 прилога) који се углавном посматра из перспективе Параде као теста Србије за покретање процеса придруживања ЕУ (Слика 17).<sup>58</sup> Истовремено, то је ситуација бег из нетолерантног и недемократског наслеђа 90-их које се представља кроз снажно подземље које своју снагу крије у групама младих хулигана и десничарских организација.



Слика 17. Контекст кризе која је следила након Параде поноса 2010. године

Овакав контекст указује на стратешко уоквиравање током извештавања у кризи, јер се стратешким оквирима бира општи и свеобухватни поглед на кризу уз обавезно усмеравање на појам кривице. О томе сведочи и чињеница да се ово презентује као криза губитка у којој је Србија показала своје ружно лице и неспремност да буде толерантна према различитости. Мањина је надвладала већину, па се криза углавном посматра као криза губитка (Слика 18).<sup>59</sup>



Слика 18. Начин на који је криза приказана у стратешки уоквиреним прилозима: Парада поноса 2010. године

Опет са друге стране, у складу са широким контекстом кризе, један део прилога прави поређење и супротставља победу државе над насиљем. Парада је одржана без обзира на сво

<sup>57</sup> То се може уочити у прилозима који прате дешавања на Тргу Николе Пашића или Булевару Краља Александра, а који су након пика кризе континуирано емитовани (Све телевизије, 10.10.2010).

<sup>58</sup> То се огледа и у изјавама: „Они који су данас дошли да ломе ДС нису ту због Параде поноса, већ су ту из разлога да зауставе промене и европски пут Србије“ (Пинк, Национални дневник у 19.30, 10.10.2010) или „Полиција мора да обезбеди ову манифестацију и да гарантује безбедност учесницима. Добио сам писмо европске комисије која подсећа да је то једно од важних питања, јер је то тема која у ЕУ и ЕУ земљама која има посебан значај, не због сексуалне оријентације него показивања права на различитост“ (Пинк, Јутарњи програм, 4.10.2010).

<sup>59</sup> Да су напади током Параде поноса вид кризе губитка говори и изјава градоначелника Београда: „Оно што је за људе који су данас демонстрирали чињеница јесте да њихова права неће бити већа него што су она била до данас, плашим се да ће и хомофобичност бити још већа данас, а наравно оно што је најгоре у целој ствари јесте што увек постоји, на жалост, сад већ велика група људи, хулигана, ненормалних особа који користе сваки могући повод да разбијају свој град, да туку људе, да нападају полицију и да тиме мисле да не знам шта раде, као бране српство или неке друге глупости које причају да имају оправдања за оно што раде“ (Б92, Вести у 18:30, 10.10.2010).

насиље које ју је пратило, а на коме није било смртних исхода, што се уоквирује као да нема победе без малог губитка. Најмањи број прилога у први план ставља чињеницу да је ово прва Парада поноса која је заправо одржана и у којој су учесници поворке сигурно стигли са једног места у Београду на друго.

Више од пола анализираних садржаја наговештава промену у Србији која је коренита и која је захватила не само институције, већ и друштво у целини. Промена је оличена у бегу од терета деведесетих и уласку у нови „европски пут“ Србије који започиње са правима мањина и слободом да се буде различит.

#### *9.6.1. Презентација кризне ситуације у стратешки уоквиреним прилозима о Паради поноса 2010. године*

Како анализа обухвата медијске прилоге из преткризног, кризног и посткризног стања, опис тренутне ситуације дат је у 23% анализираних садржаја и то у прилозима који прате кризно стање, тј. дан одржавања Параде поноса. Прилози који припадају другим фазама кризног догађаја се већински не баве тренутном ситуацијом, већ предвиђањима пре кризе, тј. последицама у данима након Параде поноса.

У 30, 2% прилога, медији се баве узроком кризе, којим се више баве чланови опозиције, док је власт фокусирана на питање одговорности. За владајућу коалицију узрок је прикривен, али иза њега стоје опозициони политички лидери и њихове везе са „политичким подземљем“. Такви појединци објављују рат Србији која жели да прати европски пут и ради на рашчишћавању са сопственом прошлошћу. Са друге стране, опозиција узрок насиља повезује са државом која лоше ради свој посао и непостојањем перспективе за обичне људе који живе све теже и лошије.<sup>60</sup> На овај начин, узрок кризе се стратешки прикрива, опозиција се одриче одговорности, а медији се позадином догађаја уопште не баве. Стратешки оквири се у овом случају могу и препознати сталним позивима актуелне власти на нарушавање демократских и европских вредности које почивају на установљеним праксама и у вези су са тренутним друштвеним тежњама.

Последице су наведене у 57, 2% анализираних узорка и најбоље се стратешки боје ређањем визуала, тј. снимака разбијеног града (седишта политичких странака, мамограф, возила градског саобраћаја, приватна возила, жардињере, спаљени контејнери итд.), као и снимцима повређених полицајаца на болничком лечењу. Овако је страх јавности био у потпуности оправдан, али су медијски радници ту страшну слику додатно појачавали изјавама попут: „*мржње која није ни у рату виђена*“ (РТС 1, Дневник 2, 10.10.2010) или „*локвама крви, бесу и суровости који су разливени по улицама Београда од кога праве ратну зону*“ (РТС 1, Дневник 2, 10.10.2010). Овако видимо да се медији активно укључују у метафоричку изградњу слике која одговара перцепцији власти.

Предлог решења дат је у 29, 3% прилога, а њихова стратешка обојеност се односи на чињеницу да су у питању колективна решења са јавним одговорима државе на насиље попут хапшења, побољшања казнене политике државе и наплате штете. У исто време предлози решења су конципирани на неутралисању последица, а не решавању узорка, што потврђује и фокус медија на привођење лица која су учествовала у нередима, а који су већински били малолетни.

Стратешки прилог захтевао је и кривца и добио га у лику вође „Образа“. Колико је то значајно, показује и чињеница да је након његовог хапшења, одговорност за насиље на улицама пренесена и назначена у 64, 35% прилога. Посебно се издвајало лично пребацивање одговорности од стране чланова владајуће коалиције, како градоначелника Београда, тако и министра унутрашњих послова који је стајао испред седишта МУП-а и тврдио да је он инсистирао да се Парада одложи, али да је ЕУ тражила да се она одржи (РТС 1, Дневник 3,

---

<sup>60</sup> Опозиција је тврдила: „*Насиље не оправдавамо, али не правдавамо ни лицемерје, ни лаж, а узроци су немаштина, беда, непостојање посла, будућности, перспективе за људе. Људе се буне против тога. То су узроци. Наравно да онај ко је уествовао у насиљу, за насиље мора да одговара и ту нема никаквог оправдања*“ (Б92, Вести у 23.00, 11.10.2010).

11.10.2010). На тај начин, несигурност у процес приступања ЕУ је избијала и из изјава оних који су по политичкој припадности били за „европски пут“.

То значи да медији у овој студији случаја праве разлику између решења која имају индивидуалан карактер и колективни карактер. У прилозима у којима су приказана решења индивидуалног карактера наглашена је одговорност вође „Образа“ за насиље на улицама Београда и ставља се нагласак на кривичну одговорност овог појединца која ће се доказивати на суду. Са друге стране, када решења у медијским прилозима имају колективан карактер, она указују на неопходност друштвене промене која делује на све становнике Србије, а које у овом конкретном случају значе измену Кривичног закона у делу који обухвата повећање казне за починиоце насилног нарушавања јавног реда и мира.

У 46% испитаног садржаја субјекти се баве проценама ситуације. У преткризном периоду оне се заснивају на броју ученика Параде и неопходним безбедносним мерама, сигурносним круговима итд. У периоду кризе они се заснивају на стварном броју учесника манифестације, али и броју демонстраната и полицајаца, затим на кретањима хулигана и рушилачке снаге, а потом из сата у сат на бројевима приведених и повређених. У посткризном периоду, спекулише се и процењује ко су били ти који су рушили уз стално мењање њиховог броја и процењују се штета и начини казне. Неспособност власти да реши ситуацију је указивана од стране опозиције најчешће са позиције актера у 29, 3% случајева или скоро у свим прилозима чији су били део.

Слика о кризи је поједностављена у 73% прилога, чиме је створена једнодимензионална представа о кризи која сведена на одлуку публице која треба да бира између „нас“ и „њих“, који се у овом случају односе на власт и десничарске организације. Поједностављење слике света обично је део политичке пропаганде, која је у све већој мери кроз стратешки оквир и део медијских прилога. Емотиван набој који кризна ситуација носи са собом, чини перцепцију кризе из угла владајуће коалиције прихватљивом за публику. Ово се може видети кроз презентацију демонстрација кроз призму насиља, уништавања, беса. Истичу се угрожени појединци мајке, труднице, иностранци грађани, али и грађани Србије који су претрпели штету. Криза се посматра кроз последице, јер би јавна расправа и потрага за узроком кризе могла да одведе у разматрање системских и друштвених проблема који постоје већ годинама, а тичу се функционисања економске, правне, социјалне сфере итд.<sup>61</sup>

#### *9.6.2. Презентација одговорности у стратешки уоквиреним прилозима о кризи насталој поводом Параде поноса 2010. године*

Ово је криза у којој је степен одговорности изузетно висок, јер се перципира као криза изазвана људском грешком, као вид оквира који постоји само у извештавању о кризама. Анализирани материјал или указује на људску одговорност или се питањем одговорности, медији не бави уопште што се може видети на Слици 19.

Одговорност се у овој студији случаја првобитно преноси у 64, 3% анализираних прилога и то у највећој мери на терет „хулигана и десничарских организација“ (75%).<sup>62</sup> Поред њих

<sup>61</sup> Министар одбране је у првом обраћању публици поручио: „Наглашавам још једном ,на тераси док су они нападали била је чак и жена која је у поодмаклој трудноћи, а они су викали нападајмо, има људи у згради. Жеља није била само да се полупа зграда, жеља је била да се нанесе зло онима који су у самој згради“ (Б92, Вести у 18:30, 10.10.2010). Истог дана медији су више пута пренели поруку дежурне докторке из покретног маморафа која је сликовито описала насиље и подигла ниво панике: „Чули смо неку буку около и онда је кренуло такво каменоване и лупање по аутобусу да сам се ја савила доле са пацијенткињом. Чула сам стакла која се руше и колегиницу која је вршталала, немам појма, улетала је са другом пацијенткињом овде и полегали смо. Закључали све ово. Хаос“ (Исто).

<sup>62</sup> Оптужбе и одговорност су субјекти на власти стављали у руке хулигана: „Оно што се данас догодило превазилази оно што смо могли да замислимо, али ће хулигани то запамтити, одговор државе биће језив“ (Пинк, Национални дневник, 19.30, 10.10.2010). Треба узети и обзир став опозиције „Највећа одговорност за оно што се јуче десило у Београду је на властима Србије, који су јуче заиста направили праву опсаду града“ (Б92, Вести у 23.00, 11.10.2010)“.

одговорност се преноси и на политичке противнике без имена и доказа, „родитеље без времена за своју децу“ и из опозиционог угла на „лош систем и неефикасну државу“.



Слика 19. Тип грешке као услов за настанак кризе на и након Параде поноса 2010. године

Екстремни ставови о кризи, такође, су део анализираниог садржаја и неки од примера таквих ставова дати су у даљем тексту:

- *Избор циља екстремиста* су седишта партија (РТС 1, Дневник 2, 10.10.2010);
- *Локве крви, бес и суровост* разливени су по улицама Београда од кога праве *ратну зону* (Исто);
- Организатор нереда је живо и активно *парapolитичко подземље* (РТС 1, Дневник 3, 10.10.2010);
- *У младим људима је прорadio срpsки инат. Млади људи су ишаоли на улице и изразили свој гнев* (Исто, 11.10.2010);
- Замислите ситуацију да полиција није реаговала, они би као у Ирану или Саудијској Арабији *каменовали људе*, колико би мртвих било и то сматрате пристojним (Исто, 12.10.2010)
- То нису деца, *то су клерофашисти, екстремисти и њихови ментори и наредбодавци...* ( Б92, Вести у 16.00, 10.10.2010);
- *То су организоване, паравојне формације* (Б92, Вести у 18.30, 11.10.2010);
- *То није била утакмица него маневри где су паравојне групације поређане по трибинама зигхајловале, вежбале систем командовања и како ће да се обрачунају са неустомишљеницима, ови невољници су по терену мало трчали-различито мотивисани и то се завршило овог ће убити, овог ће сексуално злостављати у тим координатама се кретала размена ставова и завршила се тиме ко је који полни орган и то је био крај. Ниједног тог правога навијача нисам видео* (Б92, Вести у 23.00, 17.10.2010);
- *Према тој специфичној популацији која је ја бих рекао аномалична, када кажем аномалична онда има много доказа, причаћемо о томе другом приликом. Има медицинских доказа које све промене има та популација у мозгу, органске* (Б92, Утисак недеље, прилог за Утисак недеље, 13.9.2010).

Екстремни став обично не долази од субјеката или актера које медији представљају као кредибилне кризне менаџере, већ од субјеката и извора који се у укупном узорку понављају мали број пута, имају ниска времена јавног излагања или који се не налазе на највишим државним функцијама. Такве изјаве давали су најчешће: новинари РТС-а (РТС 1, Дневник 1, 10.10.2010), представници различитих политичких странака у скупштинској расправи и независним емисијама (РТС 1, Дневник 2 и 3, 12.10.2010; Б92, Утисак недеље, 13.9.2010) итд.

Доминантни говорници најчешће формирају одређени отклон према екстремним ставовима, јер би они онемогућили лаку промену става и реторике уколико дође до неких нових и неочекиваних догађаја или открића у кризи. Тако је министар унутрашњих послова стварао дистанцу изјавама: „Они су јуче ризиковали своје животе у име државе Србије.

*Надам се да ће сада после свега што се десило и судски процеси бити много бржи и да ће доћи до бржег кажњавања оних који пропагирају и примењују насиље“* (Б92, Вести у 18.30, 11.10.2010). Са друге стране, медијски радници су склони коришћењу екстремних изјава чиме покушавају да лакше привуку и задрже пажњу гледалаца.<sup>63</sup>

Лидери на власти, најчешће, апелују на морал и културу људи (Galtung & Ruge, 1965: 66-71) током кризне ситуације, што је и у овом случају присутно, у чак 84,2% прилога - од преткризног периода током кога се стално врши оправдавање организације Параде, па до захтева за поштовањем различитости током Параде поноса. У преткризном стању министар унутрашњих послова апелује на грађане на следећи начин: *„Полиција ће сигурно применити највеће могуће обезбеђење имајући у виду безбедносне ризике. Ја зато молим грађане да се не сукобљавају сутра. То је веома важно за Србију и да овакав скуп који можда и није по вољи већине грађана прође без инцидента“* (РТС 1, Дневник 2, 9.10.2010). У кризном периоду председник скупштине града Београда истиче: *„Ја пре свега желим да апелујем, пре свега на родитеље, пошто је евидентно да у том хаосу пре свега предњаче млади људи, апелујем на родитеље да позову своју децу да се врате кућама. Ми имамо демолиран центар града. Имамо пуно сукоба на улицама Београда и једноставно треба сви да учинимо напор да то безумље стане“* (Б92, Вести у 16.00, 10.10.2010) и у посткризном стању директор полиције истиче: *„Можда ће неко рећи полиција је могла жешиће да реагује, али је питање како према тој деци како више реаговати. Оно што ми желимо и апелујемо на родитеље да своју децу одвраћају од насиља“* (РТС 1, Дневник 2, 11.10.2010). Као што се види, у ширем контексту људи су више мољени да поштују туђа права и да воле особу независно од пола, него да осуде и критикују насиље на улици.

Поред тога, истицање разлике између власти и опозиције, спомиње се у 35% прилога, што је у складу са бројем прилога у којима се опозиција појављује. Разлике се не односе на приступ кризи, већ на претходне активности лидера странка и тип политике коју заступају.

### **9.7. Елементи симболичке политике у презентацији насиља и Параде поноса 2010. године**

Након демократског заокрета у Србији 2000. године, дискусије о демократизацији и модернизацији полако су постале синоними за „евроинтеграције“ и развој „европске перспективе“ (Greenberg, 2014). Период након промена био је усмерен на поновно стицање слободе и оснаживање, па политичари и у етапи коју прати ова студија случаја и даље развијају овај дискурс аргументујући потребу да Србија изађе из изолације и „интегрише се у међународну заједницу“ (Mimica, 2002).

Србија је одржавањем Параде поноса желела да пошаље јасну поруку ЕУ да хоће да постане пуноправна чланица. То је значило да је Србија била спремна да поступа у складу са европским вредностима и мења се под утицајем „Запада“ и њених правила и прописа задржавајући део својих посебности које су је чиниле другачијом. Више пута је у анализираним садржајима наглашавано да је ово био тест Србије на путу ка ЕУ (један од многих који ће уследити). То су најбоље показивале изјаве министра унутрашњих послова о притисцима ЕУ када је у питању организација ове манифестације: *„Ја мислим да већина грађана када бисте их питали да ли подржавају, они би рекли да не подржавају одржавање свега тога, али се тиме не одлучује преко јавног мњења, него се одлучује тако што имате уставна и законска права, европске конвенције. Значи полиција мора да обезбеди ову манифестацију и да гарантује безбедност учесницима. Добио сам писмо Европске комисије која подсећа да је то једно од важних питања, јер је то тема која у ЕУ и ЕУ земљама има посебан значај, не због сексуалне оријентације него показивања права на различитост“* (Пинк, Јутарњи програм, 4.10.2010).<sup>64</sup> Овај тест је Србија требало да положи, ако је мислила

<sup>63</sup> *„Локве крви, бес и суровост разливени су по улицама Београда од кога праве ратну зону“* (РТС 1, Дневник 2, 10.10.2010).

<sup>64</sup> Сличне су биле и изјаве: *„И ЕУ сад треба рећи, добро јесте тражили то? Јесмо организовали то? Ево јесте сада задовољни? Јел била и та Парада поноса и шта сада? Не сада ови из ЕУ кажу, а не био је хаос на улицама*

да добије „зелено светло“ од међународне заједнице. Уопште, успешно одржавање Параде је било типичан улазни испит у ЕУ за земље Југоисточне Европе и све државе које су изашле из неког облика недемократског режима. Он се односио на усвајање ЛГБТ права, као права новијег датума које су бивше социјалистичке државе требале да уврсте у своје законодавство, јер је то значило могућност већег поштовања различитости и даљег развоја демократије. Зато је одржавање Параде поноса добило подршку власти, као и опозиције. Тако се у средиште политичког и симболичког сукоба нашао НВ сектор, што је преbacило поприште борбе на друге нивое, у којима су политички субјекти преbacивали одговорност на другу грађанску страну (Владисављевић, 2019: 231).<sup>65</sup>

У овој студији случаја политички субјекти у великој мери се враћају на период деведесетих година прошлог века („наслеђе деведесетих“) у којима траже изговоре, аргументе и разлоге за дешавања у вези са Парадом поноса и насиљем које ју је пратило. Када је у питању „наслеђе деведесетих“ оно се заснива на идејама сећања и суочавања са прошлошћу, отпору, фокусирању на жртве, али и представама које су о Србији формиране у том периоду нарочито на интернационалном нивоу (Fond za humanitarno pravo, 2021: 31, 32). То је слика која је почивала на ратној и насилној прошлости, која је увек била обележена везом политичке сфере и криминала и која је била симбол недемократичности и нетолеранције. У контексту Параде поноса ово наслеђе се континуирано разматрало, а потпомогнуто процесима транзиције и глобализације уз сталну међународну политику притисака.

У овом периоду пуном несигурности, политички субјекти на власти користили су идеје „обнове“, „демократизације“, да би оправдали своје симболичке политике и активности. Циљ је био да се промене имплементирају у српско друштво - бег из терета деведесетих - стварајући нове путање које су се односиле на чланство у ЕУ и међународно признање. Важан узрок напетости у овом периоду била је чињеница да није било јасно у којој мери је Србија била компатибилна са демократском будућношћу у ЕУ нарочито због једностраног проглашења независности Косова. Како је Србија неколико месеци касније, потписала Споразум о стабилизацији и придруживању (ССП)<sup>66</sup> процес европских интеграција се доживљавао двоструко. Са једне стране, он је био победа над политикама репресије страха, а са друге стране, је био процес који је имао за циљ да Србији одузме њене специфичности и део територијалног идентитета. Сукоб ове две тенденције био је видљив у многим јавним догађајима као што је била и Парада поноса.

Праћењем медијског извештавања о Паради поноса 2010. године, публика је добила прилику да на малим екранима прати сукоб ове две Србије. У првом случају, реч је о представи о Србији као земљи неспремној да се мења и обавијеној у рухо религиозности и патријархалности, а у другом случају реч је о слици проевропске Србије пуне тежњи ка демократичности и толеранцији. То ривалство медији представљају кроз две супротстављене представе. Једне која започиње са Породичном шетњом и грађанима у традиционалним ношњама<sup>67</sup> и наставља се следећег дана кроз слику масе навијача које ломе Београд.<sup>68</sup> Друга

---

*Београда. Па био је хаос и на улицама других европских градова, када су први пут организоване те параде.“* (РТС1, Дневник 3, 11.10.2010).

<sup>65</sup> НВО су биле свесне овог трансфера одговорности и истицале су га и у јавним наступима: „Град Београд и цео низ метропола има овакву манифестацију и то има низ порука од тога да је град слободан и отворен до тога да има и економске користи. Битно је да се Парада деси данас, да се она не помера, не отказује“ (РТС 1, Дневник 2, 10.10.2010).

<sup>66</sup> Србија је могла да користи све бенефите Споразума, тек након остваривања пуне сарадње са Хашким трибуналом.

<sup>67</sup> Учесници Породичне шетње давали су изјаве следећег типа: „Ја мислим да много више треба да се посвеимо породици и правим стварима у животу и то је мој мотив што смо нас двоје овде“ и „Ја сам против зато што сматрам да је здрава породица, права породица између мужа и жене и да је она основа овог друштва и ово друштво на њој треба да се заснива.“ (РТС 1, Дневник 2, 9.10.2010.)

<sup>68</sup> Мајке ухапшених младића, који су учествовали у насиљу на улицама Београда, су два дана након Параде поноса протестовале и давале изјаве: „2000. нисмо били хулигани, али смо сада хулигани“ (Б92, Вести у 16.00, 12.10.2010).

представа је слика Параде поноса са насмејаним људима који окружени дугиним заставама корачају улицама Београда о чему говори и бивши секретар министра за људска и мањинска: „Парада није сама по себи циљ нити сме бити циљ. Постоје свакодневни проблеми које морамо решавати и после Параде поноса свако од нас ко се обавезао на поштовање људских права у свакодневном послу, у свакодневном животу мора то и да докаже“ (РТС 1, Дневник 2, 7.9.2010).

Сукоб две Србије видео се и током шетње, где су противници Параде са собом носили српске заставе, црквене иконе и крстове, а који је требало да симболизују захтев за очувањем српства у његовом традиционалном облику („чистота“). Њима су биле супротстављене шарене заставе Параде које су показивале дугине боје које представљају симбол солидарности и доприносе идентификацији са ЛГБТ популацијом. Овако супротстављене, симболички су сугерисале да *Прајд* нарушава традицију и у одређеној мери је продукт „исквареног Запада“. Носећи боје дуге, представљало се да Парада са собом носи модерне и европске навике и живот који су „другачији од српског“ (Krstić, Parry, Aiello, 2020: 171).

Није било чудно да се сукоб између два поларитета унутар државе и друштва манифестовао на нивоу шетње, параде, окупљања. Још је Хана Арент (*Hannah Arendt*) истицала да свако политичко деловање захтева „простор појављивања“ или право на окупљање у јавном простору (Arendt, 1985 према Krstić, Parry, Aiello, 2020: 171). У овом случају, гледаоци су могли да виде друге људе који постају „политички потентни“ (Krstić, Parry, Aiello, 2020: 171). Ходати, окупљати се зарад сопственог циља, због нечега у шта се верује, значи имати могућност да се покаже слобода и моћ. Тако се у овом случају обележавао јавни простор у коме су људи са различитим карактеристикама, без обзира на пол или религију, означавали и симболисали различите друштвене тенденције и слободе (Исто). Џудит Батлер (Butler, 2011 према Krstić, Parry, Aiello, 2020: 171) је тврдила да су оваква јавна појављивања „перформативни чинови“ где се они који организују овакве манифестације надају да ће извршити политички притисак. Утицај који се врши одоздо на горе је обезбеђен захваљујући медијима који им омогућавају јавну видљивост (Butler, 2011).

Ова шетња је била значајна како због вршења притиска на националном нивоу, тако и због слања поруке домаћој и иностраној јавности о једној Србији која поштује различитости. Ипак, може се уочити да је поред Параде поноса, било других „тела“ и идеологија које су „шетњом“, такође, слале поруке. Јавно су биле видљиве и Породична шетња, као анти-Парадна шетња, али и врло насилна „шетња“ контрадемонстраната, хулигана, навијача, екстремиста, изгредника.

Ова превирања почивала су на идентитетским категоријама одређивања српског друштва, а које су биле више од репрезентација које су временом усвајане и које су укључивале сложен низ рутинских пракси, активности, истакнуте историјске догађаје и друге симболе. На тај начин, простор за различите стратешке наративе политичара је и даље био широк и обухватао је тежње обе половине политичког спектра. Кроз употребу наратива, политичари су пројектовали своје вредности и интересе како би проширили свој утицај, управљали очекивањима и променили дискурзивно окружење у коме делују (Владисављевић, 2019: 231).<sup>69</sup>

---

<sup>69</sup> Ово се добро осликава у медијским прилозима који се баве коментарима политичких лидера на догађаје који прате Параду поноса и који у једном прилогу на РТС 1 у оквиру Дневника 2, 11.10.2010. године изгледају овако: „Ове демонстрације су, и то се види врло јасно, организују када је потребно напасти неку европску вредност, независно да ли се ради о људским правима или процесу придруживања ЕУ, када се ради на рашиштавању са сопственом прошлотињу и када се процесуирају ратни злочинци“ (ДС); „Питате ме за јуче? Па требало је данима раније мерама генералне и специјалне превенције да се види какво је стање. Ако се види да ће бити угрожени животи људи, на помери, одложи или обезбеди да то прође мирно. То је посао државе.“ (СНС); „Највећа одговорност за оно што се јуче десило у Београду је на властима Србије, који су јуче заиста направили праву опсаду града. Да ли слика празног Београда и онакве опсаде треба да буде послата у свет и да ли то себи може да дозволи иједна демократска држава?“ (ДСС); „Нека донесу неки нови закон у коме ће писати да ако сте премашили неки лимит у материјалној штети онда је држава дужна да вам плати што

Симболичка политика у кризи се у овој студији фокусира на сукоб власти и опозиције. Тај сукоб је обухватао неслагање између заговорника одржавања статуса „quo“ у форми конзервативне Србије и заговорника промена који су се фокусирали на узроке кризе и њене последице. То се најбоље могло видети у прилозима који показују однос представника власти, тј. опозиције о дешавањима након Параде поноса<sup>70</sup> (Б92, Вести у 16.00, 11.10.2010). Било да промовишу промене или одржавају статус „quo“, политичари су суочени са задатком да ускладе своје политичке циљеве са националним идентитетом у циљу добијања моћи и ауторитета (Obradović & Howarth, 2017). Зато када политичари говоре у име нације и промовишу одређене политичке агенде, они постају део активног процеса конструисања граница појма нације и њеног садржаја, као и позиционирања себе као њеног члана (Reicher & Hopkins, 2001). Када се промена дешава у свим аспектима друштва, они који их предлажу суочавају се са задатком да та промена мора да изгледа природно и да треба да задржи континуитет са претходно дефинисаним идентитетом те групе (Liu & Hilton, 2005: 537).

У овој кризној ситуацији, симболичка презентација политике била је део стратегије за решавање кризе. Она је обухватала стратегију пребацивања одговорности која се заснивала на деградирању политичких противника и повезивању кризног догађаја са узроцима из прошлости који су публици били разумљиви. То се чинило позивањем на период деведесетих и пребацивањем одговорности на екстремистичке организације. Тако је градоначелник Београда истицао: „*Ја да сам родитељ који има дете које има толико година и да, данас, није било код куће ја бих га питао где је био. Не може школа њих да прати. Знамо какве су 90 године биле, данас се тешко живи, али све то није разлог. Не могу на улици да се решавају проблеми. Треба њихову енергију да каналишемо на позитивније ствари*“ (РТС1, Дневник 3, 10.10.2010). Поред њега, Лидер ЛДП-а је као учесник студентских демонстрација деведесетих правио поређење са актуелном кризом: „*Ја имам ту врсту искуства сукоба са полицијом, али оно што смо јуче видели нема никакве везе са оним у чему смо ми учествовали током деведесетих година. То су практично биле паравојне формације са јасним плановима и са сценаријом који превазилази оно што смо и планирали 5. октобра 2000 године*“ (Б92, Вести у 16 сати, 11.10.2010). Пошто је проблем са хулиганима био један од узрока кризе, о њему су говорили представници судства, па је тако државни секретар Министарства правде истицао више пута: „*Министарство правде заједно са Републичким јавним тужилиштем иницирало је предлог о десничарским организацијама да се овакве ствари забране. Ово није била организација појединачних учесника који су дошли да протестују, већ прилично добро организована група људи која вуче свој корен из десничарских организација и екстремних навијачких група. Сматрам да забрана ових институција и њиховог легалног деловања је једини прави пут. Наравно уз оно што се дешава сада, ноћас и наредних дана, а то је хапшење свих насилника*“ (Б92, Вести у 18:30,

---

*сте оборили рекорд. Закон врло јасан. Зна се ко их организује. Није то никаква сиротиња, возе ципове од по сто хиљада евра (ЛДП).*“ Прилог не садржи ни један новинарски коментар.

<sup>70</sup> Тако су у једном медијском прилогу били истовремено представљени ставови различитих политичких странака који сведоче о односу струја које се залажу за промене, тј. за одржавање постојећег стања у друштву. Тако представници ДС-а тврде: „*Демонстрације се организују и то се види врло јасно, када је потреба напасти неку европску вредност у овој земљи, независно да ли се ради о људским правима, процесу придруживања европској унији, да ли се ради о рашчишћавању са сопственом прошлошћу када се процесуирају ратни злочинци*“ (Б92, Вести у 16.00, 11.10.2010), ЛДП-а: „*Организатори јучерашњих демонстрације су такозване НВО које учествују у политичком животу ове земље. Ћутање Војислава Коштунице је јаче од било какве изјаве и очигледно је да ту постоје врло јасне политичке везе*“, ДСС-а: „*Ми понедељком имамо редовну конференцију за штампу, ДСС је изразито легалистичка странка и као таква она је била и остала против сваке врсте насиља. Највећа одговорност за оно што се јуче десило у Београду је на властима Србије, који су јуче заиста направили праву опсаду града*“ (Исто) и СНС-а: „*Насиље не оправдавамо, али не оправдавамо ни лицемерје ни лаже, а узроци су немаштина, беда, непостојање посла, будућности, перспективе за људе. Људе се буне против тога. То су узроци, а наравно да онај ко је учествовао у насиљу, за насиље мора да одговара и ту нема никаквог оправдања, ја само говорим о узроцима, а не о оправдањима*“ (Исто).



10.10.2010). Преношењем оваквих изјава медији су градили пожељну слику о кризној ситуацији која је требала да покаже да су политички субјекти на власти способни, веродостојни и одговорни и да ће насиље које по извештавању медија „до сада није виђено“ бити санкционисано, а одговорна лица ће бити кажњена.

Посебан проблем је била чињеница да ни Породична шетња која је пратила Параду поноса, а ни сама Парада нису биле довољно видљиве у медијима.<sup>71</sup> Много већи фокус је дат насиљу и употреби силе и манифестацији снажне државе која је спремна да одбрани права свих појединаца. Публика се не бави лицима учесника Параде, њиховом разноликошћу или слободом и суочава се са причама о кордонима и жутим тракама које учесници Параде носе око руку. Грађани не добијају прилику да виде обичне људе њихове суграђане, већ се мали број кадрова са „Прајда“ бави политичким субјектима и њиховим изјавама или представницима међународне заједнице које су дошли да подрже догађај. Снимци насиља даље прате кадрови разрушеног Београда, а нагласак се ставља на уништавање јавне имовине и приватне имовине грађана коју сада треба надокнадити. Насиље је указивало на претњу демократији од стране екстремистичких група, које су на основу извештавања медија имале прикривену подршку политичких странака.<sup>72</sup> Ово насиље начин је манифестације силе и криминала, а који су медијски означавани као тековине деведесетих година. Иако се у односу на њих прави јасна дистинкција, хулиганизам, одбијање европских конвенција и неприхватање различитости показују да су аспекти тог периода и даље живи.

Овај период био је посебно обележен напорима владајућих политичких субјеката да успоставе позитивну слику о Србију у очима „других“, посебно европске заједнице. Ово је видљиво у расправама о ЕУ интеграцијама уз истицање негативне репрезентације Србије у прошлости. Поред тога, политички субјекти на власти неусаглашени су по питању свог става о организацији Параде поноса, па је слика која се шаље путем медија неконзистентна и хетерогена. Чињеница да председник званично не иступа да осуди насиље, већ то чини кроз саопштење, додатно указује на страх од одговорности, али и страх да се не изгубе традиционални гласачи који не одобравају Параду поноса.

## **10. АНАЛИЗА ДРУГЕ СТУДИЈЕ СЛУЧАЈА: ИЗБЕГЛИЧКА КРИЗА И БАЛКАНСКА РУТА 2015. ГОДИНЕ**

Друга студија случаја обухвата анализу извештавања медија о избегличкој кризи, као интернационалној кризи широког домета, што је у складу са њеним глобалним карактером и великим бројем националних и међународних актера. На позиционирање Србије у избегличкој кризи утицаће њена забринутост за нерешен статус у Европи и бројни демографски проблеми. У складу са тим, Србија ће кризу решавати у оквирима националне стратегије, а под утицајем међународних играча и чинилаца (Петровић & Буквић, 2020: 16).

### **10.1. Друштвени контекст избегличке кризе са фокусом на Балканску руту 2015. године**

Сва мигрантска кретања, од 2014. године, са простора Блиског и Средњег истока, Северне и Супсахраске Африке ка Европи, представљају феномен по питању масовности и неконтролисаности. Посебно су били наглашени миграциони таласи који су се јавили након ескалације сукоба у Сирији (Исто: 13). Фокус овог поглавља чиниће миграциона кретања у периоду од августа до октобра 2015. године путем Балканске руте као најфреквентнијег копненог пута, а који је прелазио преко територије Србије.

<sup>71</sup> Породична шетња је тема два прилога, а Парада је централни фокус у око 20 прилога (15% узорка – обухвата прилоге из преткризног и кризног периода). Остали прилози помињу Параду поноса, али као елемент који је претходио насиљу нема речи ни појединости о самој манифестацији.

<sup>72</sup> Овакав став потврђивале су изјаве попут: „Организатори јучерашњих демонстрације су такозване НВО које учествују у политичком животу ове земље... Ћутање Војислава Коштунице у вези са овим догађајима је јаче од било какве изјаве и очигледно је да ту постаје врло јасне политичке везе..“ (Б92, Вести у 23.00, 11.10.2010)

### *10.1.1. Политички контекст у Србији од 2012. до 2015. године*

Да би се сагледала политичка ситуација у Србији током 2015. године, неопходно је скренути пажњу на који начин су се околности у области политике и медија измениле у односу на претходну студију случаја. Избори за Народну скупштину требало да се одрже у мају 2012. године, међутим пошто су истраживања јавног мњења показала да Тадић има већу подршку грађана од своје странке одлучено да се председнички и парламентарни избори одрже у исто време. То је био покушај да се подршка коју је публика давала председнику „пренесе“ и на странку у време изборима. У складу са тим, Борис Тадић је поднео оставку на функцију председника Републике и омогућио одржавање општих избора.

На скупштинским изборима у мају 2012. године највећу подршку бирача освојила је коалиција „Покренимо Србију“ око СНС-а са 24% гласова. Истовремено, у другом изборном кругу председничких избора победу је однео Томислав Николић и тако постао нов председник Србије. Тадићева одлука скупо је коштала демократе, јер је након Николићеве победе дошло до потпуне промене власти на државној разини. Губитком председничког мандата, Тадић је остао без дотадашњих коалиционих партнера, могућности за састављање Владе, али и без места председника ДС-а. Релативни неуспех на парламентарним изборима (ДС је освојио 22,1%) претворен је у потпуни изборни крах демократа. Са друге стране, Николић је постао апсолутни победник уз напредњаке који су успели и да формирају Владу, захваљујући коалицији са СПС-ом (Vučićević, 2014: 46, 47). После избора, СПС је по други пут направила политички заокрет и придружила се у власти СНС-у, која је премијерску позицију понудила њиховом лидеру.

Смена власти, није донела и слом демократије. Избори нису поларизовали политичку сцену, ни друштво, што их чини другачијим од избора из 2008. године, јер је доста странака из претходне власти прешло у нову владајућу коалицију (СПС, УРС, СДП). Чинило се да се основна странка променила, а да је програм владајуће коалиције остао исти. СНС је чак и преузела кључна програмска обележја ДС-а. Осим даљег урушавања петооктобарских странака већих промена у наредне две године није било (Владисављевић, 2019: 283). Важно је истаћи да је СНС дошла на власт не захваљујући свом организационом расту, већ паду подршке ДС-у, као и чињеници да је током кампање Николић уништио кредибилитет Тадића и ДС-а. Као што је обећао у изборној кампањи, Николић је након доласка на председничку функцију дао оставку на место председника СНС-а, да би постао „народни, а не страначки“ председник. Функцију председника СНС-а преузима Александар Вучић. Тако је Николић уместо да доминира политичком сценом као шеф државе и најмоћније странке у полупредседничком систему, поклатио Вучићу велики извор моћи – управљање најмоћнијом странком (а тиме и Владом) (Исто: 286).

Непуне две године по одржавању претходних, редовних парламентарних избора, одлучено је да се сазив скупштине и Влада распусте зарад „провере воље народа“ и „добивања политичког легитимитета“. Ванредни парламентарни избори и ванредни избори за локалну власт у Београду одржани су марта 2014. године (десети парламентарни избори од увођења вишестраначја, а седми ванредни избори у Србији). Ове изборе обележио је утисак да се на њих није одлучио премијер, већ да их је расписао лидер СНС-а и то у тренутку када је увећао изборну подршку и када је постало очигледно да би могао да држи у рукама све институције моћи самостално. Радило се о верификујућим изборима након извршеног „народног избора“ и борбе против корупције од стране СНС-а. Кључна порука је била да ће се напредњаци са једнаком одлучношћу (као у борби против корупције) обрачунати и са незапосленошћу, сиромаштвом, нерадом и политичком презаштићеношћу запослених у јавном сектору (Stojiljković, 2014: 8).

Лидер СНС-а и нови премијер је на овим изборима потврдио личну моћ и успоставио контролу над свим битним аспектима власти као што су медији, војска, полиција и токови новца. Србија је добила доминантну странку – СНС и партијски систем са доминантном странком. Такав партијски систем Србија је имала од 1990. до 2000. године. Доминантна странка у вишестраначком систему има два обележја: неупоредиво је јача од своје

конкуренције у дужем временском периоду и идентификује се са целим народом (Sartori, 2000: 182). Нова Влада Републике Србије или прва Вучићева влада формирана је крајем априла 2014. године и била је састављена је од 18 ресора што се може видети и у Табели 7. у којој је указано и на промене које су се у току њеног мандата и дешавале (Orlović, 2014: 44, 45). Кључна места припала су члановима СНС-а и СПС-а, уз велики број нестраначких личности, што је требало да укаже на „народност“ нове владе која је била састављена од стручњака за дате области (временом су замењени страначким личностима). Истовремено, ово је Влада која ће Србију водити у избегличкој кризи након годину дана.

Табела 7. Прва Влада Александра Вучића 2014-2016. године<sup>73</sup>

Ресор	Име и презиме	Напомена
<b>Председник Владе (премијер)</b>	<b>Александар Вучић (СНС)</b>	
<b>Први потпредседник Владе и министар спољних послова</b>	<b>Ивица Дачић (СПС)</b>	
Потпредседница Владе и министарка грађевинарства, саобраћаја и инфраструктуре	Зорана Михајловић (СНС)	
Потпредседница Владе и Министарка државне управе и локалне самоуправе	Кори Удовички (нестраначка личност)	
<b>Потпредседник Владе и Министар трговине, туризма и телекомуникација</b>	<b>Расим Љајић (СДПС)</b>	
<b>Министар Одбране</b>	<b>Братислав Гашић (СНС)</b>	до 5.2.2016.
	Душан Вујовић (нестраначка личност)	5.2.2016 - 2.3.2016.
	Зоран Ђорђевић (СНС)	од 2.3.2016.
<b>Министар унутрашњих послова</b>	<b>Небојша Стефановић (СНС)</b>	
<b>Министар правде</b>	<b>Никола Селаковић (СНС)</b>	
Министар Привреде	Душан Вујовић (нестраначка личност)	до 4.8.2014.
Министар Финансија	Жељко Сертић (СНС)	
	Лазар Крстић (нестраначка личност)	до 4. 8.2014.
Министарка пољопривреде и заштите животне средине	Душан Вујовић (нестраначка личност)	
	Снежана Богосављевић Бошковић (СНС)	
Министар културе и информисања	Иван Тасовац (нестраначка личност)	
Министар омладине и спорта	Вања Удовичић (СНС)	
Министар просвете, науке и технолошког развоја	Срђан Вербић (нестраначка личност)	
<b>Министар Здравља</b>	<b>Златибор Лончар (нестраначка личност)</b>	
Министар рударства и енергетике	Александар Антић (СПС)	
<b>Министар рада, запошљавања, борацких и социјалних питања</b>	<b>Александар Вулин (ПС)</b>	
<b>Министарка без портфеља задужена за европске интеграције</b>	<b>Јадранка Јоксимовић (СНС)</b>	
Министар без портфеља задужен за ванредне ситуације	Велимир Илић (НС)	

Извор: Petrović, I. (2014). *Srbija ima novu Vadu*, DW, преузето са: <https://www.dw.com/sr/srbija-ima-novu-vladu/a-17594855>

Када је у питању економски аспект, СНС је за изборе 2012. године представила економски програм који се заснивао на: 1) неопходности повећања инвестиција кроз побољшање привредног амбијента, 2) плану о четири гране улагања, а који се састојао од инвестирања у пољопривреду (пројекти наводњавања, сточарство), ауто-индустрију („српски

<sup>73</sup> У Табели 7. су одређене личности приказане у тамнијој боји („болдоване су“), јер су се у наведеној кризи истакли као значајни учесници кризне комуникације и субјекти у кризи.

мерцедес“), велике инфраструктурне пројекте („Београд на води“) и информационе технологије, 3) штедни. Став напредњака је био да би повећање инвестиција могло довести до стварања повољног привредног амбијента. Стварање таквог амбијента обухватало је измену преко 20 закона међу којима су: Закон о раду, Закон о приватизацији, Закон о стечају, Закон о државним службеницима, Закон о бржем издавању грађевинских дозвола итд., а чиме је СНС формално наставио започети курс претходне владе (Stojiljković, 2012: 89).

После победе на ванредним Парламентарним изборима 2014. године, представљене су нове мере економске и фискалне политике, а које је подржала и ЕУ. То није значило да ће СНС одустати од свог програма, али је довело до смањења примања за одређене категорије становништва. Оваква економска ситуација у великој мери је одредила понашање државних актера у глобалној кризи каква је била избегличка, али и понашање људи и друштва уопште према избеглица којих је током 2015. године на територији Србије било много.

#### 10.1.2. Медијски контекст у Србији 2014. и 2015. године

Народна скупштина Републике Србије (РС) је у августу 2014. године усвојила сет медијских закона: Закон о јавном информисању и медијима (Paragraf, 2015), Закон о електронским медијима (Paragraf, 2014) и Закон о јавним медијским сервисима (Paragraf, 2014а). Још у време њиховог усвајања стручњаци су упозоравали да закони у неким областима садрже недостатке који могу да створе проблеме у пракси и доведу у питање медијску реформу. Највећи проблем је била чињеница да није постојала стварна политичка воља да се закони примењују, али и чињеница да су закони у кључним областима били недоречени, без адекватних надзорних механизма и без санкција за прекршиоце истих (Beogradski centar za ljudska prava, 2016: 158-170).

Законом о електронским медијима, којим је замењен Закон о радиодифузији, промењен је начин конституисања Савета „Регулатора“ (некада РРА). Сада је члан Савета морао бити функционер (али је било важно да не долази до сукоба интереса), што није било уобичајено за лица која су чланови независних тела у области медија. Како је нови закон прописивао и да су чланови стално запослени у Регулатору, смањене су могућности да неки високи стручњаци (професори универзитета, академици) постану чланови Савета Регулатора. То је осиромашило кадровску базу за важно регулаторно тело и подстакло конституисање партикуларних интереса чланова Савета (Вељановски, 2014: 1303-1304).

У 2015. години је опет промењен Закон о јавном информисању и медијима (Paragraf, 2015) (због прекорачења рокова за приватизацију медија)<sup>74</sup> и Закон о јавним медијским сервисима (Paragraf, 2014), којим је, после више деценија, укинута претплата, а уведено буџетско финансирање. У закону у члану 36. на првом месту је финансирање из таксе, али је било предвиђено да оно почне тек 2017. године. То је значило да ће финансирање два јавна сервиса у Србији бити још дуго из буџета, што се у европском искуству сматра најгорим начином финансирања због могућег политичког утицаја (Вељановски, 2014:1303-1304).<sup>75</sup>

Регистар медија је, такође, уведен 2015. године, али он није решио проблем нетранспарентног власништва који постоји од почетка процеса реформе медијског система. Није успостављен ефикасан систем утврђивања, документовања и провере власничке структуре медија што је појачало процес медијске концентрације и умањило могућност за плурализам и разноврсност медијских садржаја (Matić, 2018: 59). Србија је у 2015. години била рекордер у Европи (АПР, 2015) по броју медија са преко 1.400 регистрованих медија, што је значило да их има и више, јер у ту цифру нису урачунати сви остали нерегистровани медији. Овај број медија није значајан и плурализам информација у јавној сфери. Такође, одредбе закона које су се односиле на медијску концентрацију власништва само су довеле до тога да се више учесника уједини у власничком смислу попут ТВ Прва и Б92.

<sup>74</sup> Власт СНС-а је током 2015. године омогућила дуго одлагани талас приватизације преостала 73 медија, од којих је продато 34 (Matić, 2018:57).

<sup>75</sup> Лекс специјалис – Закон о привременом уређивању начина наплате таксе за јавни медијски сервис.

Велики проблем је било нетранспарентно јавно оглашавање које је остало неуређено, а које је један од начина вршења притиска на уређивачку независност медија. Нови нацрт закона о оглашавању, представљен је на јавној расправи у јануару 2014. године и у незнатно измењеном облику упућен 6. новембра у скупштинску процедуру. У закону се наводи да се примена закона експлицитно искључује у случају оглашавања јавних ентитета који се финансирају из буџета (република, аутономна покрајина, локалне самоуправе итд.) (Beogradski centar za ljudska prava, 2016: 158-170). Закон је усвојен тек 2016. године, па ће бити предмет разматрања у наредној студији случаја.

Као нови механизам за подстицање медијских садржаја од јавног значаја уведено је пројектно суфинансирање медијских пројеката на локалном, покрајинском и републичком нивоу и регулисано је изменом законодавства 2014. године. Недовољна правна и институционална разређеност овог система финансирања (необавезност примене, арбитрарно одлучивање о висини средстава, непрецизна регулација процедуре итд.) омогућиле су његову злоупотребу, посебно у локалним самоуправама (Matić, 2018: 60).

У извештају Европске комисије о напретку Србије у европским интеграцијама за 2015. годину (Министарство за европске интеграције Републике Србије, 2015) стајало је да између 2014. и 2015. године није остварен никакав напредак по питању медијских слобода у Србији. У извештају је било наведено да треба сачекати окончање процеса приватизације медија који је требао да повећа транспарентност власништва и процеса финансирања медија. Поред тога, није било јасно какве ће бити последице увођења пројектног суфинансирања на независност продукције медијског садржаја од јавног интереса. Поред недостатка имплементације закона, у извештају је наведена тешка финансијска ситуација медијских радника што је повећавало простор за политички и економски утицај и преусмеравање државног новца фаворизованим медијима (Matić, 2018: 60).

Према извештају организације Индекс цензуре (Index of censorship, 2015) Србија је 2015. године била на трећем месту на листи европских земаља које су највише кршиле медијске слободе, што је по овом годишњаку значило интервенцију власти у медијски креативан процес, уз погоршање већ тешког материјалног положаја медија и новинара.

У току те године, постају видљиве и нове врсте притисака на све критичаре власти, укључујући и медије, а који обухватају злоупотребу приватних таблоидних медија. Кључни резултати таквих кампања поред поларизације на јавној сцени и драстичног пада медијског извештавања, били су сужавање јавне расправе о кључним питањима и ограничење независности медија. Иако већина медија није учествовала у оваквим кампањама, посредни притисак и претње у случају критичког извештавања ограничили су критику власти чак и у случају званичних злоупотреба. Реч је била о стратегијској борби власти против политичких противника, без обзира да ли је било речи о контролним органима и телима, опозиционим странкама или деловима цивилног друштва (Владисављевић, 2019: 297, 298).

### *10.1.3. Избегличка криза и Балканска рута – преткризно стање*

Медитеранска рута у 2015. години престаје да буде пут доласка избеглица у Европу и њено место заузима Балканска рута. Балкан је био специфично подручје због свог демографског положаја, историје балканских земаља, владајуће економске кризе, али и чињенице да је био подручје преплитања бројних центара моћи од ЕУ, преко Русије, Кине, НАТО-а, САД-а и Турске (Петровић & Буквић, 2020: 13-16 према Вубанја, 2021: 39). На то је требало додати и чињеницу да су балканске земље на годишњем нивоу имале велики број економских избеглица које су уточиште тражиле у истим земљама Западне Европе, као и избеглице из Сирије, Либије и других земаља погођених ратом (Петровић & Буквић, 2020: 13-16).

Четири земље у региону: Македонија, Србија, Хрватска и Словенија - постале су тако део копнене руте Западног Балкана за долазак избеглица у ЕУ. Ниједна од ових земаља није сматрала да има било какву одговорност када је у питању узрок кризе, нити да имају способност да реше кризу. Друге земље у региону - Црна Гора, Албанија и Босна и

Херцеговина (БиХ) - нису директно биле погођене кризом, у смислу да избеглице нису у већој мери прелазиле њихове територије, али су се осећале рањивим, јер је рута увек могла да се промени и укључи их. Тамошње владе су преузеле мере предострожности у смислу повећања граничне контроле, праћења „зелених граница“,<sup>76</sup> учествовања на састанцима на европском нивоу и формирања заједничких граничних контрола са суседним државама. Иако су се током анализе, често, истицале разлике између земаља које су биле чланице ЕУ и оних које су имале статус кандидата, чланство у ЕУ није значајно утицало на реакције појединачних земаља на кризу (Šabić, 2017: 62).

Највећи проблем ове кризе заправо и представља непостојање јединствене избегличке политике ЕУ, као и међусобно неслагање чланица по питању пријема, третмана и интеграције избеглица. Одређене земље Уније уопште нису биле заинтересоване за прихват избеглица (чланице Вишеградске групе), док су земље које су биле финалне дестинације (Шведска, Немачка, Аустрија) за већину избеглице биле отворене и залагале су се за контролисан пријем (Петровић & Буквић, 2020: 79, 80).

Покушаји ЕУ да разради јединствену политику према избеглицама заснивали су се на активностима усклађивања мера које су чланицама биле на располагању, али уз задржавање активности и законодавства на националном нивоу. То је значило да до заједничких корака, у суштини, није било могуће доћи. Основ регулисања миграционих токова чиниле су Универзална декларација о људским правима (1948), Међународни пакт о грађанским и политичким правима (1966), али и документи који регулишу право слободног кретања и избор места живљења, недопустивост дискриминације по питању различитих критеријума итд. Заправо највећи део прописа односио се на регулацију и недозвољен илегални прелазак граница на које су се многе земље током кризе и позвале (Петровић & Буквић, 2020: 91, 92). Ипак, избеглицама се гарантовало да неће бити враћене у земље порекла, где им прети опасност по живот и здравље. Тражиоци азила имали су право на праведну и ефективну процедуру и одговарајућу помоћ за одржање живота. На основу ових принципа, земље чланице су установиле заједничку политику давања азила. У пракси, установљени систем је показао слабост уз одсуство солидарности земаља чланица (Zečević & Gasmi, 2016: 71).

У другој половини 2015. године, што прати и узорак који је подлегао анализи, ЕУ је покушала да уведе обавезан систем квота („*Јункеров план*“). То је значило да државе чланице на основу одређених параметара имају тачно обрачунат број избеглица које треба да приме на годишњем нивоу и да уколико то не учине, снесу финансијску одговорност. Ово решење, није наишло на одобрење бројних земаља Уније, а и систем није био одржив за земље дестинације. У недостатку решења за ЕУ, земље су осетиле додатни притисак да осмисле своја решења, штитећи своје националне интересе. Ипак, то је био немогућ задатак, јер је природа избегличке кризе значила да ниједна земља то не може решити појединачно, већ да је решење требало тражити кроз сарадњу.

#### *10.1.4. Кризни период у земаљама балканске руте: Мађарској, Хрватској и Србији и анализа дискурса*

У наставку текста биће укратко описана избегличка криза у Србији у периоду од августа до октобра 2015. године. Поред тога даће се и преглед ситуације на територији Мађарске и Хрватске на основу прича које су публиковане у домаћим медијима и кратак увид у реторику лидера ових држава, оних који су били видљиви српској публици. Мањи увиди у ситуацију са избеглицама на територији Мађарске и Хрватске су дати, јер се Србија, у анализираном периоду, сукобила са својим суседима по питању третмана избеглица. Ово указује и на чињеницу да је анализу извештавања било компликовано урадити, јер је глобална криза била допуњена већим бројем мањих, националних кризних ситуација.

<sup>76</sup> Границе које иду дуж ливада или обрадивих површина и које нису јасно назначене и обележене.

## А) Мађарска и Орбанов принцип у Избегличкој кризи

Постоје две конкурентске визије у ЕУ у погледу избегличке кризе, а то су: „визија Ангеле Меркел“ и „визија Виктора Орбана“. Према визији немачке канцеларке, „мигрантске мајке“<sup>77</sup>, у кризи овог типа било је неопходно поштовање међународних хуманитарних обавеза и неограничавање броја избеглица који је Европа требала да прими, али је пријем морао да буде контролисан. Решење кризе је требало тражити на нивоу ЕУ, уз залагање за регулацију узрока проблема (рат у Сирији) и заштиту спољних граница. Немачка канцеларка је у својим изјавама била јасна, строга, сталожена. У њеним јавним наступима очит је био висок ниво самопоуздања који не оставља простор да се у њене речи и намере сумња. Начин на који она говори на међународним заседањима и састанцима поводом избегличке кризе симболизује висок ниво политичке и економске моћи. То се најбоље рефлектује у њеним изјавама током заседања Европске комисије попут: „*Треба нам обавезујући споразум о расподели избеглица према наведеним критеријума међу чланицама Уније, не може да остане како је сада. Имаћемо напредак ако усвојимо план који је предложио Јункер*“ (Б92, Вести у 16.00, 9.9.2015) или „*Немачка као земља наде и шанси, нема толеранције за оне који доводе у питање достојанство других људи*“ (РТС1, Дневник 3, 31.8.2015).

За разлику од немачке канцеларке, мађарски премијер је избегличку кризу видео као масовну инвазију. Он је истицао раст броја избеглица наглашавајући да су то људи одгајани у другој вери и радикално различитој култури. По његовом мишљењу, долазак и култура избеглица били су супротни идентитету ЕУ и представљали су својеврсну претњу хришћанском народу и култури (Beogradski fond za političku izuzetnost, 2016: 3, 4). Орбанова влада повратила је своју политичку иницијативу обећавајући „нулти пријем“ тражиоцима азила и повећавајући заштиту, како Мађарске, тако и спољне границе ЕУ. Она је представила себе као „заштитника мађарске нације“, и „бранитеља европске нације од имиграната“. Већина избеглица која долази у Мађарску, за ову Владу није била животну угрожена, па их мађарски премијер и није називао избеглицама. Он је тврдио да би се људи који су у страху за свој живот, након бега, населили у сигурним трећим земљама, јер траже уточиште и мир (РТС, Дневник 2, 12.9.2015). Пошто су ови људи одлазили ка „западним економским тигровима“, то је значило да су у потрази за већим зарадама и бољим животом, што их је чинило економским мигрантима (Juhász, Hunyadi, & Zgut, 2015: 6-9).

У складу са таквим ставом, мађарске власти су на растући број избеглица који је границу прелазило са територије Србије одговориле изградњом зидова. Постављање жичане ограде и дрвених зидова дуж 175 км границе са Србијом требало је да заустави илегални прелазак миграната (РТС 1, Јутарњи дневник, 31.8.2015). Поред тога, Мађарска канцеларија за имиграцију и држављанство основала је прихватне центре широм државе, али који су функционисали тако што су избеглице у транзитном кампу Реске добијале бесплатне карте за друге кампове, али до којих су могли стићи само возом из Будимпеште. Железничка станица *Келети*, одакле су возови полазили, је тако постала незванично транзитно место у августу 2015. године. Снимци људи који неартикулисано шетају по станици, спавају на поду метроа у шаторима и гомиле ђубрета сведочили су о јаду људи који се боре за живот и изазивају саосећање публике (РТС1, Јутарњи дневник и Дневник 1, од 2.9.2015. до 6.9.2015). Међутим, овакви призори уз селективно медијско приказивање могли су се и тумачити као прљавост, неинтегрисаност и дивљачка природа ових људи, што је било у складу са перцепцијом о кризи мађарског премијера. Таква слика постаје још наглашенија, након што је мађарска влада зауставила железнички саобраћај, а избеглице ступиле у протест. Како се број избеглица на малом простору свакодневно повећавао, дошло је и до ескалације насиља. Снимци протеста и људског стампеда испред железничке станице *Келети* имали су улогу да прикажу људски очај, али је мађарски премијер ову ситуацију тумачио као немогућност да се ови људи понашају у складу бонтоном Старог континента. Избеглице су, потом, кренуле

<sup>77</sup> Због отворене политике пријема избеглица за коју се залагала немачка канцеларка, она је током избегличке кризе често називана „мигрантском мајком“ (Beogradski fond za političku izuzetnost, 2016).

пешке ка аустријској граници (Kallius et al., 2016: 2), а како су неки од њих ходајући аутопутем заустављали саобраћај и колабирали, тензије су расле и ситуација се додатно компликовала. Мађарске власти су попустиле, наглашавајући да праве изузетак који неће постати правило, и привремено су отвориле границу са Аустријом обезбеђујући превоз за избеглице (Kasperek, 2016).

Мађарски премијер обраћао се интернационалној публици расистичким и дискриминационим изјавама попут: „Ако не заштитимо наше границе доћи ће нам десетине милиона миграната и то ће значити крај Европе, јер ћемо пре или касније постати мањина на сопственом континенту“ (РТС 1, Дневник 2, 4.9.2015) или „Мађарска је земља са хиљадугодишњом хришћанском културом, не желимо да се наша земља мења због глобалне миграције, Мађари желе да живе у реду, мир, безбедности, а не у хаосу“ (Б92, Вести у 16.00, 14.9.2015). Његове изјаве су у домаћим медијима увек транскрибоване, али се могла пратити невербална комуникација овог лидера. Она је указивала на његову затвореност, а положај тела је сугерисао доминацију и ароганцију. О томе су сведочили његови јавни наступи у којима је увек исправљених леђа, широко раширених руку, окренут ка маси уз велики број политичких следбеника који стоје иза њега. Изјаве мађарског премијера праћене су махањем рукама, стискањем песница и подизањем прстију или шаке у висину (Б92, Вести, септембар 2015).<sup>78</sup>

Сви представници мађарске владе и дипломатије са којима се домаћа публика сусреће у избегличкој кризи са собом носе једнаку количину хладноће и строгости у својим изјавама и не осврћу се у својим изјавама на животе избеглих људи, последице рата, емоције и солидарност. Такав је био и мађарски министар спољних послова који мање радикалан од мађарског премијера. Без обзира на пажљив одабир речи, његове поруке су носиле ограничење и јасну рестрикцију основних људских права, нарочито слободе кретања: „Наша је обавеза да осигурамо границу, изградил смо ограде, јер нам је дневно улазило између 3.000 и 8.000 људи и увек питам колеге разумем критике, али шта предлагате, а они немају алтернативу“ (РТС 1, Дневник 2, 26.9.2015). Критике мађарског министра спољних послова су личније и драматичније што се могло видети у дебати са Хрватском: „Разумем да је у Хрватској почела предизборна кампања, на имам захтев за хрватског премијера а то је да нас остави на миру, да оставе и Србе и Мађаре по том питању, ми нећемо да гласамо на хрватским изборима и нас не морате да уверавате у било шта, нека политичку кампању води унутар границе Хрватске“ (Б92, Вести у 16.00, 25.9.2015). Ово указује на чињеницу да је Мађарска и даље умела да покаже доминацију када је то било неопходно, али да је играла по сопственим правилима у овом политичком сценарију у којем су слабији играчи, били они чланице ЕУ или не, могли да буду окарактерисани као саиграчи или као противници.

Неконтролисан прилив избеглица решен је увођењем нових закона од септембра 2015. године који су незаконит прелаз границе и боравак у Мађарској третирани као кривично дело. То првобитно није зауставило избеглице да илегално прелазе границу, али након што је велики број њих брзо процесуиран и депортован, избеглице су постале додатно уплашене и несигурне. Томе није помогло и званично затварање границе са Србијом које је обухватило и железнички и друмски саобраћај. Велики број избеглица остао је заробљен у међуграничном простору или у пограничним деловима Србије и чекао је да прође даље. Како су мађарски граничари споро и нередовно пропуштали људе, тензије су расле све до момента док нису ескалирале у велики сукоб (РТС 1, Дневник 1, 3.9.2015; 15.9.2015). Додатни аспекти овог сукоба биће описани у каснијем поглављу. Сукоб су осудиле све земље света због прекомерне употребе силе од стране мађарске полиције (Bubanja, 2021: 40).

### **Б) Хрватска и изборно-избегличка криза**

Хрватска се на балканској избегличкој рути нашла у септембру 2015. године након што је Мађарска затворила границу према Србији. За избеглице је у почетку био отворен

<sup>78</sup> Са затаврњима границе и порукама Европе о недемократском и неевропском понашању Мађарске изјаве мађарског премијера постау значајније наглашане, сурове, и више дискриминаторне итд.



прихватни центар у Опатовцу, одакле су даље превозени до оближње мађарске границе. Када је Мађарска средином октобра 2015. године затворила границе и за избеглице које су долазиле преко Хрватске, рута се преусмерила према Словенији, а отворен је и нови, већи и примеренији прихватни центар у Славонском Броду.

Иако је почетни став хрватске владе био да ће се тежити миру и реду уз настојању да се пошаље порука способности и компетентности у решавању кризе, након дневног уласка од скоро 11.000 избеглица, Хрватска је само желела да покаже да уме да се носи са кризом. У складу са тим, Хрватска одлучује да прво затвори своју границу са Србијом, а потом и блокира теретни саобраћај (Šabić, 2017: 57-59). То је била својеврсна опомена Србији, да смањи и додатно контролише излазак избеглица код Шида. На ове мере, Србија је након неколико дан узвратила контра-мерама Немири унутар Хрватске приписани су нервози хрватске владе пред парламентарне изборе у новембру 2015. године, а овакви потези тумачени су као изборни бодови. Недипломатска реторика је додатно усложњавала већ критичну ситуацију. Неколико дана касније, након интервенције међународних званичника две земље су поново отвориле своје границе дозволивши министарствима унутрашњих послова да обнове комуникацију и координацију активности (Šabić, 2017: 57-59 према Bubanja, 2021: 40).

Публика у Србији је неке од првих утисака о ситуацији у Хрватској добила из изјава председнице Хрватске. Она је о кризи говорила усиљено и недовољно информативно чиме је створен утисак да је у јавности присутна, јер је функција председнице захтевала да се да коментар на овако озбиљну ситуацију у земљи. Председница Хрватске је у медијским снимцима увек је окружена новинарима, а чињеницу да није довољно упозната са кризном стратегијом Хрватске углавном прикрива позивањем на употребу силе или истицањем да „*не жели сценарио из Србије и Македоније*“ (РТС 1, Ово је Србија, 16.9.2015). Из домаће перспективе је деловало да се хрватски званичници користе Србијом као изговором и пре него што су мигранти почели да улазе у Хрватску. Србија је за Хрватску неретко била параметар како нешто не треба радити и служила је као субјекат на који се целокупна одговорност по потреби преносила.

Избегличком кризом и транзитом избеглица у Хрватској управљао је потпредседник Владе за националну сигурност и министар унутрашњих послова уз сталан надзор хрватског премијера (Balunović, 2018). Изјаве хрватског министра унутрашњих послова које су преношене у домаћим медијима биле су директне, негативно су описивале Србију и у њима се могла наслутити јасна немара да се скине одговорност са хрватских власти за велики број прелазака избеглица: „*Мучење је све то људи, боље да пређу преко Хоргоша или центра у Принциповцу, поготово јер је било 200 људи на конференцији премијера Вучића, а касније тамо није било никога*“ (Б92, Вести у 16.00, 16.9.2015). Поред тога, изјавама: „*Ми смо своје капацитете одавно попунили, све остало шта радимо је само привремени смештај. Нема разлога да долазите, нити је Хрватска заинтересована, нити је место на коме можете тражити заштиту као у оним земљама у којима већ јесте Грчкој, Македонији, Србији*“ (РТС 1, Дневник 3, 17.9.2015) давано је на знање да хрватска политика отвореног пријема има ограничен рок трајања и да је спремност државе на избеглички талас била привидна и недовољна.

Хрватски премијер се у својим изјавама у току избегличке кризе кретао са једног краја спектра и хуманости када се позивао на људска права и велико „*хрватско срце*“ (Све телевизије, 18.9.2015) до другог краја спектра и расизма по коме „*грађани Хрватске неће улазити у трамваје залепљеног носа*“ (Б92, Вести у 23.00, 20.9.2015). Он се у циљу предизборне кампање користио недипломатским и вулгарним језиком: „*орао не лови мухе, ми смо орао*“ (Све телевизије, 18.9.2015), „*Србија пили грану на којој седи*“ (Б92, Вести у 20.00, 24.9.2015), „*Мађарска диже зидове према варварима, Србима*“ (Исто), чиме покушава да понизи Србију и из перспективе српских медија, доводи у питање свој политички положај. Хрватски премијер је пун самопоуздања и у медијским наступима је говорио јасно, умереним тоналитетом уз паузе и употребу сарказма. У моментима када криза у Хрватској

доживљава свој врхунац и велики број избеглица прелази хрватску границу, премијер Хрватске ће у појединим јавним наступима губити контролу, викати, млатарати рукама и црвенети се у лицу уз јасне манифестације беса и нервозе (Све телевизије, од средине до краја септембра 2015).

Оваква ситуација показивала је да је у циљу изборне кампање, али и у складу са неконтролисаношћу кризне ситуације, хрватској власти било лакше да одговорност пребаци на друге играче у кризи. То је у овом случају била Србија, што је саму јавну расправу учинило још тежом, јер је почивала на старом међудржавном сукобу и идентитетским превирањима од којих је прошло доста времена, али им није требало много да се разбукте.

### **В) Избегличко питање и Србија**

Према проценама Фронтекса (Frontex, 2016: 16) око 800.000 људи је током 2015. године прешло преко територије Србије. Пријем и положај избеглица у Србији био је регулисан Законом о азилу из 2007. године, по коме би особама које би изразиле намеру да затраже азил био омогућен боравак у земљи 72 сата, пре него што поднесу и службени захтев за добијање азила. Већина избеглица која је током кризе пролазила кроз Србију се у њој и задржавала у просеку око два дана и, потом, су настављали пут ка земљама Западне Европе.

У циљу свеобухватног управљања миграцијама, донет је и Закон о управљању миграцијама 2012. године (Paragraf, 2012) и дефинисане су надлежности Комесаријата за избеглице и миграције (чл. 10) (Službeni glasnik, 2012: 3). Ипак, суочена са изузетно сложеном миграционим ситуацијом у овој кризи, Србија није имала одговарајући институционални и нормативни оквир, нити политички одговор за низ сложених питања у области миграција и са миграцијама повезаних питања, као што су систем азила, одрживи повратак наших држављана подносилаца захтева за азил у државама чланицама ЕУ, примене споразума о реадмисији, шверц миграната итд. (Lutovac, 2016: 50, 57).

У септембру 2015. године, Влада Србије усвојила је и „План реаговања у случају повећаног прилива миграната” којим се идентификују надлежна тела, организације и институције и њихови задаци у случају масовног прилива миграната, затим мере и активности које је неопходно предузети, као и потребни ресурси (Bobić, & Šantić, 2018: 238, 239). Са повећањем броја избеглица, а у складу са усвојеним Планом, Комесаријат за избеглице и миграције је поред постојећих пет прихватних центара (Крњача, Боговођа, Бања Ковиљача, Сјеница, Тутин), отворио у наредном периоду још њих 15 (Петровић & Буквић, 2020: 107-109).

Србија је била „лендлокд“ (landlocked) држава, што значи да избеглице нису долазиле у њу из ратом погођених подручја, нити су намеравале да се у њој настане. Пре него што је граница између Србије и Мађарске затворена за избеглице, већина њих се кретала од Прешева ка Београду, да би касније отишли за Кањижу или Суботицу и одатле би напустили Србију. Велики број избеглица боравио је у Београду у изузетно лошим условима, будући да до организованог одговора државе у Београду није дошло. Правну, психолошку, медицинску и хуманитарну помоћ у највећој мери пружиле су организације цивилног друштва у сарадњи са УНХЦР-ом (UNHCR) и локалном заједницом (Šabić, 2017: 57).

Када су питању прилози који прате улазак избеглица у Србију, већина њих обухвата снимке из прихватног центра у Прешеву. Ситуација на терену је била приказана као свеобухватан ангажман српске полиције и војске што је значило да држава све држи под контролом и да влада мир и организација (избеглице које у редовима чекају регистрацију уз кадрове болничких шатора). Иако ове представе треба да пошаљу поруку реда, оне су употпуњене призорима људи који спавају у шаторима, на картонима и огромним количинама ђубрета, чиме гледалац добија могућност да сам процени колико су снимци несинхронизовани и неуједначени (РТС 1, Дневник 2, 4.9.2015; Исто, 12.9.2015). Ипак, политички извори информација континуирано указују на велики труд и организованост

Владе, тако да изјаве великог броја субјеката<sup>79</sup> скрећу пажњу са неусглашеним видео записима са терена. То су поруке српског добротинства у којима се чини све што се може и више од тога, указује се на добру организованост државних органа и стабилну и мирну ситуацију без обзира на велики прилив људи и транзит (Пинк, Национални дневник, 18.9.2015).

Остали медијски садржаји који су пратили стање и атмосферу у прихватним центрима показују да су собе прихватних центара сређене и лепе, иако су углавном полупразне. Центре током кризе обилазе бројни међународни субјекти који треба да се увере и потврде српски труд и хуманост. Такве су биле посете амбасадора Уједињеног Краљевства (УК) у Србији (Б92, Вести у 16.00, 4.9.2015) или министарке за Европу и регионалне односе немачке савезне покрајне Баварске (Прва, Вести у 18.00, 3.9.2015), а који ће истицати значајан труд Србије. Све изјаве иностраних званичника којих је у овој студији случаја било много су транскрибоване и преведене и указују на класичан чин дипломатске посете које са собом носе дијалог изван онога што је у кадру медијске камере.

Када медији прате ситуацију у Београду, публика се сусреће са призорима из београдских паркова који дају дискриминишућу слику о избеглицама. У прилозима свих телевизија фокус је увек на немаштини и несрећи избеглих људи. Покривалице су обично прљаве ствари, ђубре, блатњаве простирке за спавање и шатори на тротоару и трви. Уз такву представу, ниво емотивности се подиже посебним прилозима који се баве положајем жена и деце избеглица којима је у још већој мери потребна здравствена и психолошка помоћ (РТС1, Јутарњи дневник, 5.9.2015; РТС1, Београдска хроника, 7.9.2015). Посебно су такви прилози који прате отварање Центра за жене и децу у хотелу Бристол (РТС 1, Дневник 1, 22.9.2015) или садржаји који показују поделу играчака и слаткиша, као и опреме за бебе од стране хуманитарних организација (нпр. „Спасимо бебе“ и „Фондације Ане и Владе Дивац“) (Б92, Вести у 16.00, 13.9.2015). Новинарима су саговорници, без обзира на ниво афективности, углавном, пунолетни мушкарци, што највише говори о култури и патријархалној средини из које избеглице долазе. У разговорима је увек било важно истаћи чињеницу не одакле ове људи долазе, већ да ће сасвим сигурно отићи из Србије.

У периоду који анализа обухвата, медији понављају снимке изградње жичане ограде и зида на српско-мађарској граници, уз посебан осврт на полицијске и војне снаге које или учествују у изградњи истих или су ту да обезбеде физичке препреке између људи (РТС1, Дневник 2, 30.8.2015). На тај начин, шири се страх и ствара атмосфера различитости и категоризације људи на оне „вишег и нижег реда“, а која није била дуго видљива ни на међународном нивоу. Снимци људи који уз велики труд и повреде успевају да прескоче ограду емитују се у свако доба дана независно на тип садржаја. Гранични прелаз са Мађарском се сликовно описује кроз „реке људи са децом који ходају пругом без видљивог циља“ (Б92, Вести у 20.00, 11.9.2015). Када је граница између Мађарске и Србије затворена, а ново законодавство ступило на снагу, препрека постаје врста „живог зида“. Због слабог протока избеглица и задржавања људи у међуграничном простору, избеглице су започеле штрајк који је потом прерастао у сукоб, о коме је већ било речи. Избеглице су мађарску војску и полицију гађали каменицама, и даскама, на шта су мађарски полицајци узвратили сузавцем и воденим топовима који су завршили на српској територији чиме је угрожен интегритет Србије (РТС1, Београдска хроника, 16.9.2015). У овој ескалацији насиља била је приметна значајна употреба силе, коју су на својој кожи осетили и репортери јавног сервиса који су снимајући ситуацију претрпели батине од стране мађарских полицијских снага (РТС1, Дневник 2, 16.9.2015).

Заправо, након затварања руте преко Мађарске, избеглички ток се преусмерио ка Хрватској, а избеглице су у ову државу улазиле углавном илегално преко „зелене границе“, што је и онемогућило било какву контролу протока. Број избеглица које су прелазиле из

---

<sup>79</sup> Ту спадају бројни државни функционери попут премијера, министра унутрашњих послова, министра одбране, министра спољних послова, али и иностраних субјеката попут немачке канцеларке, амбасадора Велике Британије, европског комесара за проширење и суседску политику итд.

Србије био је изузетно велик, што је изазвало већ споменути одбрамбени став хрватских власти. Мере које је Хрватска увела ка Србији првобитно су биле једностране и утицале су на обуставу друмског и теретног саобраћаја, што је изазвало колоне камиона дуге и преко 20 км. Губици су били велики за српску привреду, али је на губитку био и велики број интернационалних, па и хрватских компанија. Контра мере Србије утицале су на потпуну обуставу саобраћаја. Овај сукоб више је почивао на вођењу старих битака из прошлости, а избегличка криза била је само узрок због којег су те теме могле лако да се покрену. Иако је реторика хрватских званичника била недипломатска, дискриминаторна и потчињавајућа, домаћи званичници су пружали одговоре различитог типа, јер је постојало јавно очекивање да се пруже контра-изјаве, што је указивало да би непостојање исте показало слабост српске стране (РТС1, Дневник 2, 18.9.2015; Пинк, Национални дневник, 22.9.2015; Прва, Ноћни журнал, 24.9.2015; Б92, Вести у 16.00, 19.9.2015).

Важно је нагласити и да се Србија определила за хумани приступ кризи у складу са својим претходним искуством. Такав приступ се третира као ограничено позитивна перспектива. У његовој основи се налази саосећање и спремност да се избеглицама пружи помоћ, али само у оној мери у којој то не нарушава достигнути стандард живота, вредности или начин функционисања шире заједнице. Другим речима, овај приступ се заснива на саосећању према патњи миграната и спремности пружања краткорочне непосредне помоћи. Међутим, за разлику од приступа интеграције, он нужно не подразумева прихватање трајног насељавања избеглица (Petrović & Pešić, 2017: 35). Хумани приступ, представља привилегију земаља транзита у којима се може очекивати да ће, по пријему неопходне помоћи, највећи број избеглица наставити свој пут даље ка земљи крајњег одредишта. Треба скренути пажњу да се пружање помоћи заснива искључиво на саосећању, што носи низ проблема. Један од њих је чињеница да се избеглице као објекти јавног саосећања не третирају као равноправни, већ се налазе у подређеном положају и да је процес врло селективан и да се предност даје старима, жени и деци (van Oorschot, 2006).

### **В) Посткризна ситуација и затварање балканских врата**

Крајем 2015. године и почетком 2016. године организован је низ глобалних конференција и састанака, чија је последица била тежња земаља да смање број илегалних миграната у појединим државама ЕУ, поготово оним које су се нашле под највећим притиском ове кризе попут Аустрије и Словеније (Bobić & Šantić, 2018: 234)

Ово се одразило као домино ефект и на државе на Балканској рути које су почеле да уводе рестриктивне мере за прихват избеглица. Највећа промена десила се у марту 2016. године када је споразумом између Турске и ЕУ ова транзитна рута и службено затворена (Šantić i dr., 2017; KIRS, 2016).

Затварањем Балканске руте број прелазака је драстично смањен, али миграциони токови нису у потпуности заустављени. Једна од најзначајнијих промена јесте била појава „заглављених” избеглица на територији Србије, чији је пролаз даље ка ЕУ био значајно отежан, а привремени боравак у Србији продужен. Највећи број избеглица након затварања руте у Србију долази преко територија Бугарске, а Мађарска после целог низа споменутих мера уводи праксу прихвата 30 особа дневно на темељу пописа миграната регистрованих у прихватним центрима у Србији (Beogradski centar za ljudska prava, 2017).

Од укупног броја изражених намера за тражењем азила у 2016. години у Србији, свега 577 особа је и службено затражило азил, што је 4% од укупног броја. Статистика о азилној процедури показала је да је за највећи број тражитеља азила поступак обустављен, јер су особе отишле из Центра за азил и са територија Републике Србије. Канцеларија за азил је 2016. године донела 27 одлука којима се усваја захтев за азил (од тога је 19 особа добило уточиште на територију Србије – држављани Кубе, Судана, Либије, Камеруна, Афганистана, Ирана, Казахстана и Сирије) (Bobić & Šantić, 2018: 234, 235). Разлог за драстично смањење поднетих намера за добивање азила јесте и одлука владе Републике Србије о издавању тзв. мигрантских потврда за држављане „који долазе из земаља у којима су њихови животи у опасности” (KIRS, 2017: 44).

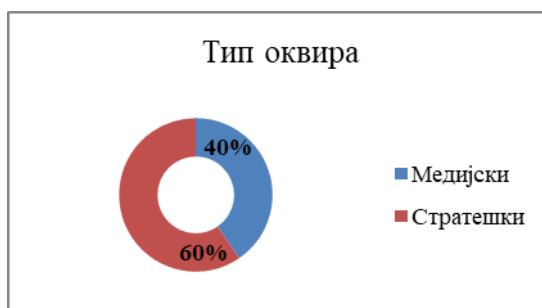
Од почетка 2018. године ситуација на Балканској избегличкој рuti се поновно мења. Рута се овога пута преумерава на територију Босне и Херцеговине, одакле избеглице даље покушавају да пређу на територију Хрватске и даље ка осталим државама ЕУ. Највећи број избеглица је пореклом из Пакистана, Авганистана и Сирије (Bobić & Šantić, 2018: 238)

## 10.2. Медијски прилози о избегличкој кризи 2015. године – узорак и основни подаци

За потребе друге студије случаја погледани у медијски прилози у периоду од 29. августа до 10. октобра 2015. године. Период је одабран, јер је тада Мађарска завршила изградњу зида на граници са Србијом, али и чињеницом да је највећи број избеглица на територији Србије регистрован је у октобру 2015. године (180.307 особа), односно готово 1/3 њиховог укупног броја те године (Bobić, & Šantić, 2018: 238).

Анализирани су прилози у оквиру информативног програма на телевизијама са националном фреквенцијом, а који су обухватили садржаје емисија Дневник 1, Дневник 2 и Дневник 3 на РТС, затим Вести на телевизији Прва и Б92, Ноћни журнал на телевизији Прва, Национални дневник на телевизији Пинк, али и емисије Шта радите бре, Београдска хроника, Око, Ово је Србија (РТС), Кажипрст (Б92) и Јутарњи програм (Пинк). У обзир су узета и ванредна укључења у програм због екстремности ситуације у пограничним деловима земље. Истраживање је обухватило 1.267 медијских прилога, који су изабрани на основу информативног карактера и кључних речи: *мигранти (мигрантска криза), Србија, ЕУ, Мађарска, граница, избеглице, помоћ, Хрватска*. Укупно време трајања прилога је 131.975 секунде.

У укупном узорку било је 60% стратешки обојених прилога (755), што је изузетно високи проценат (Слика 20). То значи да је су медији током извештавања о кризној ситуацији већински извештавали у складу са политичким циљевима и у складу са већ формулисаним интерпретацијама најчешће политичких субјеката на власти. Стратешки обојени прилози су у фокусу даљег разматрања (Bubanja, 2021:41).



Слика 20. Типови оквира у извештавању о избегличкој кризи 2015. године  
Извор: (Bubanja, 2021:41)

Стратешки прилози су у већини случаја (74,8%) представљали теме дана, што показује да током кризе други политичко - економски догађаји углавном нису били у централном фокусу медија. Жанровски, ови садржаји су најчешће тематски прилози (45,4%), што указује да су медији, након дешавања на терену тражили подобне изворе који би објаснили тачно публици дату ситуацију (Слика 21).

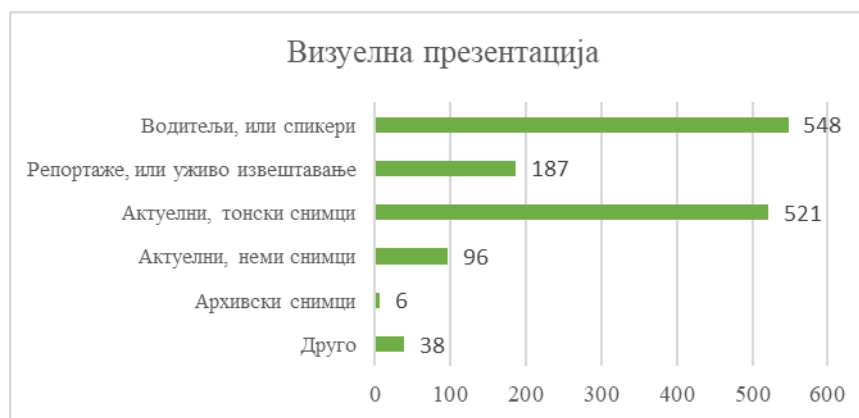
Уживо извештавање чини 14% анализираниог садржаја, што је мали проценат, јер је ово био пик кризе. Уживо извештавања су била део прилога који у се емитовали највише на јавном сервису, а затим и на телевизији Б92. Анкета у анализираниом узорку никада није била засебан прилог, али је део њега у 12, 2% случајева и обухвата разговор са избеглицама. Таквим анкетама приказиване су тешке животне приче ових људи или су се наглашавале њихове жеље да наставе пут ка Европи, што је требало да смањи страх грађана од потенцијалног насељавања избеглица (Bubanja, 2021: 41).



Слика 21. Жанр стратешки уоквирених прилога о избегличкој кризи 2015. године

Поред наведених кључних речи, новинари су приликом извештавања посебно понављали речи: мигранти (246) и избеглице (192).<sup>80</sup> Појам избеглица носи хуманитарни контекст који изостаје када се користи термин мигранти који се у свакодневном говору користи за економске миграције. У извештавању домаћих медија није се правила разлика, већ су се појмови користили као синоними (Bubaња, 2021: 41).

Спикер је уводио публику у тематику прилога и презентовао га (72, 5%), иако у половини узорка аутор прилога није именован (48, 2%). То показује да публика нема кога да позове на одговорност за изговорену реч (Слика 22). Снимак је у 69% случајева актуелан и тонски. Актуелни, неми снимци обухватају презентацију колоне избеглица које или прелазе преко зелене границе или чекају у редовима за регистрацију у близини Прешева. Део прилога биле су и мапе кретања избеглица, прикази, снимци са друштвених мрежа итд. Закључним изјавама новинара или политичких субјеката (63,6%) је догађајима давана победничка перспектива (Исто).



Слика 22. Визуелна презентација у стратешки уоквиреним прилозима о избегличкој кризи 2015. године

Пратећи текст испод прилога је присутан у 35, 6% анализираниог узорка и као и у првој студији случаја обухвата преглед тема дана. Он се појављује као део најаве прилога, најчешће, на јавном сервису или као део телетекста што је специфично за канале комерцијалних телевизија или јутарњи програм на свим каналима који су чинили део

<sup>80</sup> Поред њих, често је понављана и синтагема „европске вредности“.

анализе. Текст испод прилога има различиту форму. Најчешће је дугачак и тада је тешко испратити вест у целини. Пример таквог текста испод прилога је „*Ванредна сеница Бироа за координацију служби безбедности због блокаде хрватске границе. Вучић - ако Брисел до 14 сати не реагује на једнострано затварање границе, Србија ће предузети контра-мере. Последица десетчасовне обуставе - обновљен саобраћај за камионе из правца Хрватске који је био обустављен због пада информационог система. Штета од затварања границе вишемиллионски. Љајић - то је брутално кршење споразума о придруживању и принципа слободне трговине. Хрватски Премијер поручио Србији да шара и шаље избеглице у Мађарску и Румунију*“ (Пинк, Национални дневник, 15.9.2015).

Поред ових, присутни су и краћи под-текстови унутар прилога, најчешће у току увода у прилог од стране спикера/ке или водитеља/ке. Проблем таквих текстова је био што нису пружали значајније информације грађанима и често су се заснивали на претеривању и непровереним информацијама.

- План Б - Хрватска вози мигранте ка Мађарској (Прва, Вести у 18.00, 18.9.2015);
- Шенген на рендгену (РТС 1, Дневник 3, 4.9.2015);
- Избеглице руше Шенген (Исто, 31.8.2015);
- Колосална трагедија (Исто, 4.9.2015);

Закључних изјава нема у 36, 4% прилога, док се остали прилози готово у једнакој мери завршавају или заокурживањем приче од стране новинара или изјавом неког политичког субјекта. Када су у питању теме прилога оне се могу поделити у неколико категорија:

1) *Избегличка криза и Србија* – ови прилози се баве дневним приливом избеглица у Србију, као и ситуацијом у прихватним центрима и на подручју Београда, нарочито у околини железничке и аутобуске станице;

2) *Хумана Србија* – садржаји који се баве истицањем хуманог односа Србије према избеглицама и помоћи која им се пружа;

3) *Европска (не)солидарна унија* – ови прилози се баве неуређеним системом ЕУ о мигрантском питању, прате заседања Европског парламента и Европске комисије и расправе о потенцијалним решењима кризе;

4) *Србија и ЕУ* – различити састанци, посете европских званичника, али и представника међународних организација или амбасадора у оквиру дијалога о процесу придруживања ЕУ посматрају се кроз призму избегличке кризе;

5) *Српско-мађарско пријатељство* – пету категорију чини садржај који се бави ситуацијом изазваном затварањем мађарске границе са Србијом и увођењем новог сета мађарских закона у коме се сви мигранти који илегално пређу границу обележавају као починиоци кривичног дела за које следи затворска казна;

6) *Бивше југословенске републике и однос Србије и Хрватске* – прилози у овом сегменту се могу поделити на: а) прилоге који обухватају ситуацију на српско-хрватској граници и велики број илегалних прелазака избеглица кроз кукурузишта и минска поља, б) садржаје који прате обуставу трговинског саобраћаја између Србије и Хрватске као опомињућу хрватску меру Србији да избеглице шаље у друге државе и в) политичка превирања хрватског премијера Милановића и српских званичника;

7) *Негативна страна политике ЕУ* – мањи број прилога фокусиран је на критике домаћих званичника најчешће на рачун неделовања ЕУ уз суздржавање од јасних и директних деловања и неправовремених потеза у сусрету са избегличком кризом.

Избор теме говори о идеолошкој позадини аутора и уређивачкој политици, јер фокусирањем на одређени садржај медији из мноштва догађаја одабирају оне које препоручују пажњи јавности и тако стварају одређену слику света и дискурс кроз који се одређени процеси и појаве сагледавају. Чак и кад се тема обрађује на вредносно неутралан и непристрасан начин, сама чињеница да се говори о њој, а не некој другој теми усмерава и утиче на став јавности о неком проблему.

Фокус прилога се подудара са претходно утврђеним тематским целинама, па у 37,2% анализираних садржаја у центру пажње је српска хуманост у избегличкој кризи. На

неадекватну реакцију ЕУ на кризу и неопходност доношења заједничког решења фокусирано је 8,3% прилога, док се суочавањем различитих европских земаља са кризом бави 9,4% прилога. Хрватско-српски однос је у фокусу 10, 2% прилога, а деловање Мађарске и њен однос са Србијом у 11,8%.

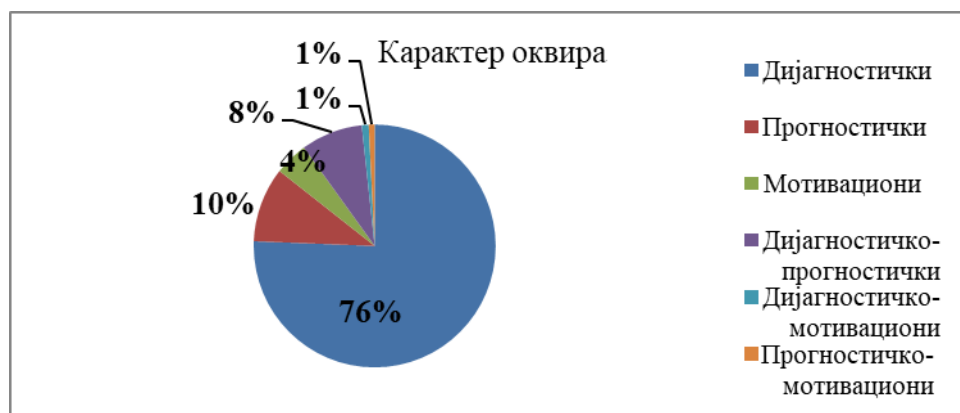


Слика 23. Вредносни контекст (интонираност) стратешки уоквирених прилога о избегличкој кризи 2015. године  
Извор: (Bubanja, 2021:42)

У укупном узорку вредносни контекст прилога делује уједначено (Слика 23), што значи да су и позитивно и негативно (комбиновано) интонирани прилози једнако пласирани током периода анализе. Међутим, прилози се могу окарактерисати као позитивно интонирани када се у њима наглашава организована и саосећајна Србија, а и позитивно и негативно када је фокус на Србији која се понаша „више европски од других европских земаља“ и где је нагласак на чињеници да се друге земље не понашају солидарно као Србија. То показује да се прилози чији је вредносни контекст позитиван и прилози који су „комбиновано“ интонирани уоквирују на сличан начин и да се у већини прилога ојачава слика о организованој Србији. Негативно интонирани прилози који се баве „лошим суседима“ и судбинама избеглица су мање видљиви (Bubanja, 2021:42).

### 10.3. Стратешко уоквиравање прилога о избегличкој кризи 2015. године и „фрејминг“ анализа

Карактер стратешких оквира у извештавању о избегличкој кризи је дијагностички (76%) и такви оквири су усмерени на представљање тога шта је Србија тог дана добро учинила када је у питању брига о избеглицама (Слика 24). Медији само кроз немонтиран материјал и уживо јављање стварају противтежу доминантним оквирима кризних менаџера (Bubanja, 2021:42).



Слика 24. Карактер стратешких оквира у извештавању о избегличкој кризи 2015. године  
Извор: (Bubanja, 2021:43)

Тон обраћања субјеката је морализујући (77, 6%) што указује на одсуство одговорности за дату ситуацију и њено пребацивање на друге, непосредне актере. Субјекти се међусобно



оптужују и привлаче пажњу, а медији у извештавању не иду изван њихових дебата. У анализираном садржају, 58% стратешких оквира је усмерено на понашање Србије у актуелној кризи и истицање њене хумане улоге уз праћење европских вредности. Велики број оквира усмерен је на негативну перцепцију других земаља света које се не понашају као Србија и нису довољно спремне за кризу, нити довољно саосећајне са избеглим људима. Неспособност да ЕУ или неке друге земаља реше кризну ситуацију (како локалног, тако и међународног карактера) се исказује у скоро 91% прилога (Bubanja, 2021: 43).

Аутори оквира су углавном представници владајуће коалиције (38%), затим медији (34%) и страни субјекти (23%). Све остале личности или институције које се појављују у избегличкој кризи доприносе појединачно у процесу стварања оквира у мање од 3% (Исто).

Међу представницима владајуће коалиције истичу се: премијер Србије (110), министар за рад, социјална и борацка питања (70) и министар унутрашњих послова, (23).<sup>81</sup> Код иностраних актера најочљивији су као аутори оквира хрватски премијер (16) и европски комесар за регионалну политику (16).

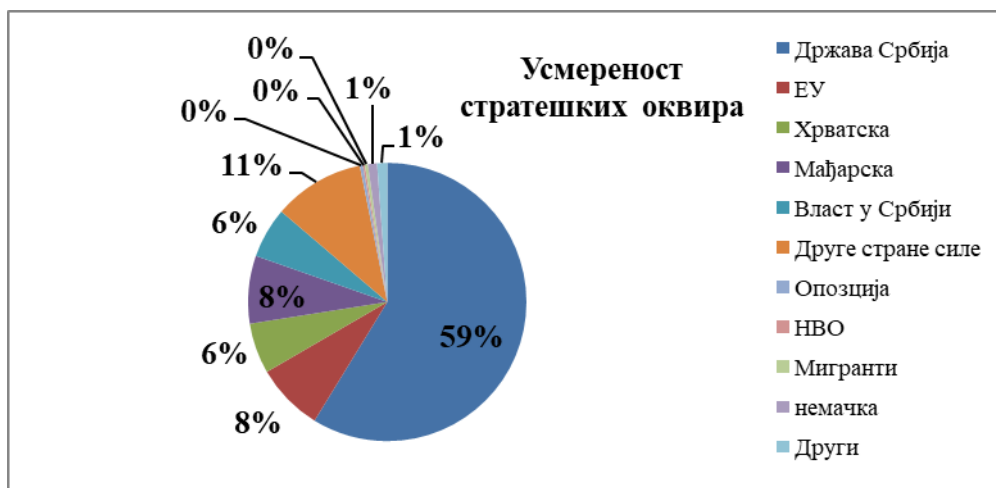


Слика 25. Заступљеност поступака за формирање стратешких оквира о избегличкој кризи 2015. године  
Извор: (Bubanja, 2021:44)

Поступци формирања оквира у овој студији случаја су различити (Слика 25) и указују на неуједначено представљање ситуације. Медијски радници током извештавања о избегличкој кризи највише користе технике фрагментације и селективности (Slavujević, 2009: 80, 81) којима се показују да медији „ваде“ информације из контекста. Чињеница да се то може уочити на програмима све четири телевизије, додатно погоршава ситуацију и указује на одсуство плурализма идеја на домаћем медијском тржишту. Поред тога, драматизација (Willmore, 2021) и виктимизација (Slater et al., 2004) су ту да подигну ниво афективности публике са једне стране и унесу додатни страх, са друге стране, јер публика нема увид у стварну ситуацију на терену. Процесом појачавања (Berbrier, 1998) утиче се на презентацију слике тако што се тужне ситуације чине још трагичнијим. На овај начин се омогућава лакша презентација из појединачне перспективе која онда добија на значају тако што је субјекти додатно „ките“ и наглашавају (Bubanja, 2021:44).

Највећи број оквира окренут је ка Србији, што показује потпуну концентрацију медија на државу и њен однос са кризом. Приказивање доминације Србије у односу на друге земље света у избегличкој кризи је била основни циљ свих домаћих новинара (Слика 26).

<sup>81</sup> У загради је дат број оквира који је формиран под утицајем различитих извора у анализиран узорку.



Слика 26. Усмереност стратешких оквира о избегличкој кризи 2015. године

### 10.3.1. Типови стратешких оквира о избегличкој кризи 2015. године: поступак анализе и кодификација

У анализираном узорку утврђено је по пет простратешких и контрастратешких оквира. Простратешки оквири су оквири којима се истиче хумани приступ Србије избегличкој кризи, али и ствара дистанца у односу на друге земље региона и Европе. Прилози који су уоквирени оваквим „фрејмовима“ су ту да величају значај Србије у кризној ситуацији. Са друге стране, контрастратешким оквирима се истиче бојазан појединаца или организација за неадекватно постављање државе у кризи било због рестрикција или због лажних представа које се јавно пласирају путем медија. Контрастратешки оквири се користе и да укажу на деловање земаља из региона које шаљу поруку да је њихов третман избеглица бољи, транспарентнији, организованији него српски. Овим оквирима врши се трансфер одговорности на страну земаља региона/Европе или на Србију. Наведени оквири били су:

#### А) Простратешки (Вубанја, 2021:44):<sup>82</sup>

1) Србија се у мигрантској кризи понела хумано, одговорно, солидарно и више европски од неких европских држава и пружила је избеглицама сву неопходну помоћ, чиме је доказала да је европска држава, која поштује европске вредности и жели да буде део решења ове кризе (317);

2) За разлику од Србије која је спремно дочекала кризу, европске земље и Европска унија нису на време реаговале и потпуно су неспремне за њу, а што се и види у немогућности да се усагласе око заједничког решења (система квота) и што води сталном кршењу европских вредности и стандарда (112).

3) Хрватска се упркос тврдњама да је спремна за избеглички талас, није добро организовала и својим понашањем крши међународна права и процедуре. Она покушава целокупну кривицу да пребаци на Србију, иако Србија ни за шта није крива и понаша се све време у складу са европском регулативом и највишим моралним, и етичким принципима (85).

4) Србија и Мађарска негују добро-комшијске односе, иако је Мађарска угрозила интегритет Србије и показала несолидарност, суровост и непоштовање европских вредности и људских права и то тако што је изградила зид, ограду, увела нове законе, ставила полицију на своју границу и примењивала непотребну силу (91);

5) Немачка, као један од узора Србије, се понаша солидарно и хумано, и у складу са таквом стратегијом је примила велики број избеглица које ће покушати да интегрише у своје друштво, што треба да буде пример другим земљама како да се изборе са кризом (9);

<sup>82</sup> У загради је наведен број понављања одређеног стратешког оквира.

## Б) Контрастратешки оквири (Bubanja, 2021:45):

6) Србија је хумана, али не постоји системско решење проблема и Влада Србије не поштује бројне међународне прописе у вези са азилом и избеглицама (13);

7) Србија иако је на европском путу, неће трпети неправду и искоришћавање од стране Европске уније, а што значи да се избеглице овде неће враћати и да Србија неће постати сабирни центар за мигранте (23);

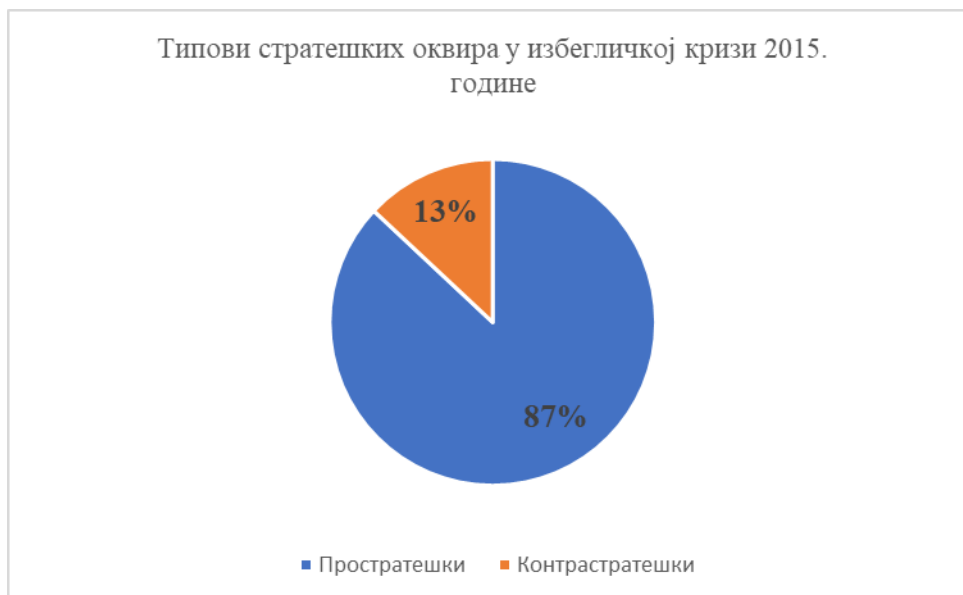
8) Европска унија цени одговорност и хуманост Србије у мигрантској кризи, што и показује кроз похвале, пакете помоћи за које је Србија захвална, иако су износи новчаних донација мањи него што је Србији потребно (26);

9) Хрватска не жели ситуацију као у Србији и Македонији и зато ће применити методе решавања мигрантске кризе, које се разликују од мађарских и почивају на правој хуманости, а не лажној као у Србији, која зарађује на избеглицама (20);

10) Мађарска је једина земља која штити Шенген и понаша се у складу са европским прописима чак иако то значи примену силе (10);

Поред ових постоји и један број несврстаних оквира (49) који се не могу приписати ниједној категорији.

Контрастратешки оквири чине мање од 13% утврђених стратешких оквира са дијагностичким карактером представљеним из угла различитих учесника (Слика 27). То показује да су током извештавања о избегличкој кризи, медији углавном пласирали позитивне (ПРО) оквири у којима се истиче хуманост и солидарност Србије и да је у малом броју случајева долазило до истицања негативних аспеката односа Србије према избеглицама или погледа опозиције, и невладиног сектора као можда и највећег критичара политике Владе РС. Идеје које су јавно публиковане већински су у складу са доминантном идеологијом и сликом коју постављају кључни кризни менаџери без увида у алтернативна гледишта и ставове. Критика која се шаље на рачун интернационалних играча једнако служи за величање одговорног поступања државе у борби са кризом и успешним решавањем локалних изазова подстакнутих кретањем избеглица (Bubanja, 2021:45).



Слика 27. Заступљеност простратешких и контрастратешких оквира о избегличкој кризи 2015. године

Ако се супротстављено мишљење публикује и коментарише, то је алтернатива коју пласирају самостално политички лидери на власти (оквири 7. и 8. је заједно више него других контрастратешких оквира) да би се оградиле од јавних недоумица и страхова и креирали илузију могућности одбира као када је у питању проблем потенцијалног насељавања избеглица на просторе Србије (Bubanja, 2021: 46).

У Табели 8. се може видети карактер стратешких оквира по врсти оквира, а по којој су дијагностички стратешки оквири најбројнији у обе категорије и који са собом носе пребацивање одговорности. Такође, се може уочити да су мотивациони стратешки оквири искључиво простратешки оквири којима НВО углавном јавно апелују и позивају на акцију домаће становништво или одређене државне институције.

Табела 8. Карактер простратешких и контрастратешких оквира у случају избегличке кризе 2015. године

Карактер стратешког оквира	Простратешки	Контрастратешки
Дијагностички	440	79
Прогностички	66	6
Мотивациони	34	0
Дијагностичко - мотивациони	61	1
Прогностичко - мотивациони	6	1
Дијагностичко - прогностички	6	5
Сва три	1	0

Прогностички стратешки оквири су највећој мери простратешки оквири којима се дају предлози деловања у будућности, најчешће када су у питању земље ЕУ, али и понашање Србије у спору који се дешавао на српско-хрватској граници у вези са блокадом теретног саобраћаја и увођењем контра-мера.

Када су у питању поступци стварања оквира простратешких и контрастратешких оквира (Табела 9), различите технике су се користиле и то више њих у једном прилогу. Најбројнији су процеси селективности и фрагментације (Slavčević, 2009: 80, 81) којима се најлакше фокус ставља на одређене информације и утврђује се медијска агенда. Драматичност ситуације се и у простратешким и у контрастратешким оквирима једнако користи и она је уједначена са присутности једне, тј. друге врсте оквира. Употребом емотивног језика (Исто: 83) указује се на тужне судбине избеглица посебно кроз простратешке оквири. Трансформација као поступак није део ове студије случаја. Техникама појачавања и наглашавања (Verbriger, 1998) се нарочито у простратешким оквирима додатно објашњава ситуација на терену, онемогућава се критичка дистанца, а публика се затрпава епитетима и описима који покушавају да се претворе у аргументацију. Техником појачавања у контрастратешким оквирима њихови творци, преко медија покушавају да повежу видљивост наглашавањем одређених детаља и аспеката.

Табела 9. Поступак формирања простратешких и контрастратешких оквира о избегличкој кризи 2015. године

Поступак којим се формира стратешки оквир	Простратешки	Контрастратешки
Персонализација	14	2
Драматизација	397	74
Фрагментација	614	90
Наметање ауторитета	40	4
Селективност	600	92
Премошћавање	2	1
Појачавање постојећих вредности и уверења	337	57
Ширење појмова и ситуација под исти проблем	47	4
Трансформација	0	0
Виктимизација	356	50
Демонизација	32	2
Емотиван језик	411	56

У складу са поделом на простратешке и контрастратешке оквири може се закључити да су представници коалиције на власти доминантни креатори простратешких оквира заједно са медијима који им у томе помажу, па је и смер обојености ових оквира усмерен на позитивно портретисање политике актуелне власти у Србији. Контрастратешки оквири су углавном креирани од стране НВ сектора и појединих земаља из региона, а чија усмереност иде ка

негативном портретисању миграционе политике у Србији. То указује на чињеницу да су оквири усмерени на политичке актере (који их представљају у позитивном или негативном светлу), а не избеглице који би требале да су централни субјекти избегличке кризе. Представници међународних и европских тела и организација иако нису чести предлагачи оквира су у фокусу медија континуирано, јер се домаћа хуманост огледа у количини иностране похвале за исту.

#### 10.4. Субјекти и актери у стратешки уоквиреним прилозима о избегличкој кризи 2015. године

За разлику од претходне студије случаја овде ће увид у карактеристике субјеката и актера бити вршен наизменично, а не у засебним поглављима због превеликог броја истих. Новинари су цитирали 2 субјекта по прилогу и то обично политичаре на власти (број субјеката иде и до 17 по прилогу). Новинари изјаве преносе парцијално (61,2%) и сугеришу шта је важно од дневних догађаја и њихових карактеристика. Са друге стране, прилози углавном имају једног актера (број актера иде и до 15 по прилогу), а 10% прилога уопште није имало актере. Новинари су позицију актера користили за надоградњу и допуњавање изјава доминантних субјеката што је допринело драматичности кризе (Bubanja, 2021: 46). Поређењем изјава субјеката и актера олакшавала се презентација догађаја из унифициране перспективе важних кризних менаџера (59%) што је и најчешћи начин на који су медији презентовали информације о кризи. У 22% прилога медији искључиво цитирају поједине личности које говоре у кризи без даљег тумачења и образложења информација.

У Табели 10. налази се преглед појављивања субјеката и актера по врстама током извештавања о избегличкој кризи. Посебно је уочљиво присуство новинара на позицији субјеката (535) у медијским прилозима, а са којима се публика свакодневно сусретала и доживљавала их је као људе од поверења. Њихова реторика и одабир извора даје стратешку боју самом извештавању. Вредносно неутралан и стратешки обојен прилог могу имати истог извора, али новинар бира како ће информацију пренети.

Табела 10. Заступљеност субјеката/актера по врстама у стратешки уоквиреним прилозима о избегличкој кризи 2015. године

	Врсте	Субјекат	Актер
1.	Републичке државне институције (законодавна, извршна и судска власт, независна државна тела и агенције, итд.)	415	493
1а.	Председник Србије	19	29
1б.	Министри Владе Србије	196	200
1.в	Премијер Србије	122	178
1г.	Остали представници републичких државних институција (законодавна, извршна и судска власт, независна државна тела и агенције, итд.)	56	76
1д.	Покрајинске, локалне државне институције и функционери	22	10
2.	Политичке партије или чланови партија, посланици Србије	8	21
3.	Економски субјекти	15	14
4.	НВО и цивилне организације у Србији	62	78
5.	Домаћи субјекти из образовања и културе	3	0
6.	Посебне професионалне групе у Србији (војска, полиција, лекари )	64	36
7.	Посебне друштвене групе у Србији (жена, деца, омладина)	0	2
8.	Избеглице	191	31
9.	Остале мањинске групе (етничке и верске) у Србији	2	0
10.	Грађани Србије	47	5
11.	Стручњаци у Србији (аналитичари, научне институције итд.)	16	2
12.	Домаћи новинари/медији	535	66

13.	Други домаћи субјекти	9	16
14.	Представници тела Европске уније	88	148
15.	Премијери/канцелари других земаља	104	250
16.	Министри спољних послова других земаља	27	53
17.	Председници страних земаља	23	52
18.	Остали међународни субјекти	139	492

Извор: (Bubanja, 2021: 46, 47)

Прегледом формираних категорија у Табели 10. може се закључити да и у овој студији случаја политички субјекти на власти чине категорију субјеката/актера која се појављује у великој мери (415/439)<sup>83</sup>. Поред тога, поткатегија премијера са овим бројем појављивања на позицији и субјекта иактера (122/178) показује да је тај функционер имао већи утицај у односу на остале кризне менаџере. На актерским позицијама највише се појављују представници републичких државних институција, а у оквиру ове категорије истичу се поткатегије домаћих министара (200) и премијера. Публика је стално контакту са истим личностима, а који и заступају одређену политику и имају унифицирану представу о кризи. Тако је олакшано понављање кључних концепата, фраза и стереотипних слика. Појединачну категорију чини још само председник Србије који се у укупном узорку појављује шест пута мање од премијера и изјаве су му значајно краће (Bubanja, 2021: 47).

Доминација представника владајуће коалиције је очигледна, док су представници опозиције готово невидљиви (и као субјекти и као актери). У овој кризи, НВО су највећи критичари рада власти, јер су давали информације са терена које су указивале на неорганизованост државе и деловање у областима које нису кључне, чиме се подрива хумани и организовани дискурс који власт све време пласира. Ту се посебно истиче Центар за помоћ тражиоцима азила чији директор без обзира на позицију важног кризног менаџера, не добија ни једно актерско појављивање (Bubanja, 2021: 47).

Медији су користили изјаве избеглица да нагласе представе о хуманој Србији и да усагласе медијске поруке са потребама политичара. Зато су избеглице биле углавном на позицији субјеката, а ретко на позицијиактера. Међу иностраним субјектима/актерима посебно су се истицали премијери/канцелари земаља Европе који су били подршка хуманој стратегији Србије, а која се неретко тумачила и као подршка европском путу. У оквиру ове категорије издваја се премијер Хрватске чија је недипломатска реторика олакшала домаћим политичарима да кризу представе онако како они желе. Ситуација на српско-хрватској граници је описивана много страственије од ситуације на српско – мађарској граници уз велику дозу сензационализма, иако су тамо процедура затварања границе и сукоб били много екстремнији (Исто: 48).

У категорију осталих међународних субјеката спадају инострани функционери који нису на позицијама министра/ки спољних послова, председника/це, премијера/ки, већ су на некој другој јавној функцији. Они су често на позицијиактера, јер медији неретко приказују ситуацију са избеглицама у другим земљама да би показали како је Србија организована хумана, али и да би указали на значајне разлике у корист Србије у третману ових људи на њиховом путу ка Западној Европи.

У Табели 11. су наведене улоге које су најчешће имали субјекти и актери у медијским прилозима о овој кризи. Највећи број њих су медији представљали као *шармантне и снажне лидере*, јер је у кризи грађанима потребно вођство без обзира да ли су се налазили на позицији субјекта илиактера. У улози *оца нације* се налазио само премијер Србије, најчешће на позицији субјекта, јер су његова јавна појављивања укључивала обједињење свих кризних информација (Aaldering & Vliegenthart, 2016: 1873/1874; Petrogiannis & Freidenvall, 2022: 9-11; Langhamer, 2018: 179-183; Anker, 2005: 24- 26; Lindermüller, Sohn & Hirsch, 2021: 3-6).

<sup>83</sup> У загради је наведен број појављивања одређених врста субјеката илиактера.

Табела 11. Портретисање субјеката/актера у стратешки уоквиреним прилозима о избегличкој кризи 2015. године

Улога	Субјекат	Актер
Добри људи	327	270
Жртве	198 (100 избеглица)	54
Негативци	12	158
Зликовци	6	28
Лидер	883	1687
Херој	12	3
Отац нације	35	1
Обични људи	526	62

Извор: (Bubanja, 2021: 48)

Као *жртве* су чешће портретисани субјекти, и то углавном избеглице (преко 50%). Личности које се медијски приказују као *негативци* се углавном налазе на актерској позицији и ту спадају представници полиције Мађарске и Хрватске, гласноговорници мађарске избегличке политике, па чак и хрватски премијер (Bubanja, 2021: 48).

Велики број личности у анализираним прилозима представљени су као *обични људи* који су ту да помогну избеглицама на њиховом путу. Некима је то део професионалног ангажмана, а неки саосећају са избеглим људима. Ова категорија, иако масовна, не даје значајне информације о самом току и манифестацији кризе. Актери су дефинисани као *обични људи* око 62 пута и ту спадају грађани Србије који помажу избеглицама, возачи аутобуса заглављени на српско-хрватској граници итд. Реџеп Арифџи, полицајац са југа Србије кога је новинарка *BBC*-а снимила како се игра са дететом које је избеглица, је обично представљен као *херој* и симбол хуманости на позицијиактера.

Број субјекта иактера у избегличкој кризи је обиман и они се могу поделити у неколико категорија које се често заснивају на националној основи због интернационалног карактера кризе.

### 1) Српски функционери, политичари и представници извршне, судске и законодавне власти

Најчешћи извори информација у кризи су функционери на власти и представници извршне, судске и законодавне власти. Они не преносе информације са терена, али дају увид у државни став и спремност државе да се организовано и хумано носи са кризом, што је доминантна одлика домаће стратегије у датом тренутку (Табела 12).

Табела 12. Представници владајуће коалиције, државних институција и опозиције на позицији субјеката/актера у стратешки уоквиреним прилозима о избегличкој кризи 2015. године – учесталост појављивања и укупно време излагања у секундама (с)

	Име и презиме	Говор у (с)	Субјекат – број појављивања	Актер – број појављивања
<b>Представници странака на власти и функционери</b>				
1.	Александар Вучић (СНС, премијер)	6626	122	177
2.	Александар Вулин (ПС, министар одбране)	5015	87	74
3.	Ивица Дачић (СПС, министар спољних послова)	3531	34	36
4.	Небојша Стефановић (СНС, министар унутрашњих послова)	2585	45	52
5.	Томислав Николић (СНС, председник)	835	19	30
6.	Синиша Мали (СНС, градоначелник Београда)	349	6	2
7.	Горан Весић (СНС, градски менаџер БГ)	612	3	0
8.	Кори Удовички (нестраначка личност, потпредседница Владе)	36	1	2
9.	Зоран Панајотовић (помоћник министра здравља)	124	5	2
10.	Славица Ђукић – Дејановић (директорка)	161	1	0

	Клинике „др Лаза Лазаревић“)			
11.	Жељко Сертић (СНС, министар привреде)	61	4	0
12.	Никола Селаковић (СНС, министар правде)	1577	5	1
13.	Расим Љајић (СДПС, министар трговине, туризма и телекомуникација)	799	4	3
14.	Маја Гојковић (председница Скупштине СР)	477	1	0
15.	Срђан Вербић (нестранчка личност, министар провете, науке и технолошког развоја)	24	1	3
16.	Јадранка Јоксимовић (СНС, министарка без портфеља задужена за европске интеграције)	43	4	6
17.	Братислав Гашић (СНС, министар одбране)	226	7	3
18.	Зоран Лончар (нестраначка личност, министар здравља)	123	4	1
19.	Ненад Иванишевић (државни секретар у Министарству за рад, социјална и борачка питања)	47	3	3
20.	Зоран Станковић (Координационо тело Прешево)	329	8	6
21.	Слајана Марковић Стојановић (канцеларија за КИМ)	27	2	0
22.	Зоран Сјелкоћа (Инфо центар за Азил Србије)	43	2	0
23.	Иван Гергинов (помоћник Комесара за избеглице)	97	4	2
24.	Данијела Поповић Роко (помоћница Комесара за избеглице)	1179	3	0
25.	Предраг Марић (начелник за ванредне ситуације)	31	2	0
26.	Весна Књегињић (Министарство здравља)	146	1	0
27.	Раде Дробац (амбасадор РС у Мађарској)	131	1	1
28.	Миодраг Линта (председник СНС коалиције удружење за избеглице)	281	1	0
29.	Вељко Одаловић (генерални секретар МСП)	857	1	0
30.	Александра Јоксимовић (директорка центра за спољне послове)	282	1	0
31.	Иштван Пастор (Савез војвођанских Мађара)	0	0	2
32.	Влада РС	0	0	5
33.	Министарство за рад, социјална и борачка питања	0	0	8
34.	СНС	0	0	2
35.	Комесаријат за избеглице	56	3	16
36.	Србија	0	0	18
37.	Београд	0	0	6
<b>Опозиција</b>				
38.	Бошко Обрадовић (Двери)	21	1	0
39.	Зоран Луговац (ДС)	112	4	3
40.	Радослав Милојчић Кена (ДС) – председник општине Смедеревска Паланка	0	0	3
41.	Бојан Пајтић (ДС)	503	3	1
42.	ДС	0	0	5
43.	Владан Глишић (Двери)	0	0	1



Доминантни субјекти и актери у овој кризи су премијер Србије и српски министар за рад, борацка и социјална питања. Као лица кризе чија је улога да дају правовремене и тачне информације и умире народ јављају се и министар унутрашњих послова Србије и министар спољних послова Србије. Њихова улога у овој кризној ситуацији била је да стварају представу о кризи у складу са очекивањима власти и у складу са политиком Владе РС.

Премијер Србије има највећи број појављивања и најдуже време излагање става о кризи. Он даје најзначајније информације о избегличкој кризи и кроз њега публика добија увид у ток кризе и инострану перспективу. Он организује специјалне конференције за штампу, супротставља се или слаже са ставовима међународних играча и лице је Србије на интернационалном нивоу. Премијер прати мисију немачке канцеларке у избегличкој кризи, што даље треба да обезбеди подршку Немачке процесу евроинтеграција Србије. Током целокупне кризе премијер Србије излаже јасно, озбиљно, његове дигресије су кратке и служе да укажу на доброту и хуманост Србије, а драмске паузе дају тегобну ноту његовом говору о тешкој ситуацији и великом труду и пожртвованости: „*Ми ћемо се понашати у складу са европским духом, спроводићемо европске идеје иако нисмо чланица ЕУ, за разлику од многих који то јесу. Не желим да било ко у Србији паничи на било који начин, водећемо се тиме да сачувамо свој образ, да никада и никако не повредио избегле људе, већ да им помогнемо колико можемо и све ћемо проблеме ми умети и успети да решимо. Замолио бих посебно људе који на било који начин имају утицај на јавност у Србији да не измишљају и да не праве фантазмагричне приче о катастрофама које нас чекају, никаква нас катастрофа не чека, ни у погледу миграната ни у ком другом погледу.*“ (РТС 1, Дневник 2, 15.9.2015). У својим саопштењима, он се креће од оптимистичног и самоувереног вође до тужног и разочараног у истом прилогу. Изјаве су богате високим нивоом персонализације и динамичном невербалном комуникацијом која шаље сигнал понизности пред европским и америчким званичницима или снаге и моћи пред домаћом публиком и хрватским званичницима уз дланове намештене у подигнуту пирамиду као симболом моћи и сталожености. Низ прикривених и стидљивих осмеха прате хвале Србије, али и отворену критику региона, као и озбиљно и љуто лице уз стиснуте зубе када се коментарише реторика хрватских политичара.

Министри у Влади РС имају улогу у портретисању мањих криза које се повезују са избегличком кризом на нивоу Србије. Министар за рад, борацка и социјална питања је и на основу Табеле 12. други најчешћи извор у овој категорији (а и генерално), па и субјекат/актер који је најчешће у центру збивања. Он је медијски представљен као човек обучен за рад на терену и који је увек међу избеглицама и волонтерима, а што треба да укаже публици на његову пожртвованост и укљученост у практично решавање ситуација. Он је гласник кризе који одговара на сва незгодна питања, неформално и језиком обичног човека, без бојазни да ће дате изјаве звучати неумерено или претенциозно. У својим изјавама, он велича деловање Србије у кризи и она се поставља на неосновани пиједестал без аргументације. Такође, нервоза и узбуђеност овог субјекта се читавају кроз јаку гестикулацију, повишен тон, уздахе, бројне дигресије и нервозу. Може се уочити да ће овај министар у овој кризи прокоментарисати све оно што премијер не би и то чини довољно отворено и без потребе да изјаве увија у реторику и флоскуле намењене иностраној јавности. Он је под мањом јавном, европском лупом од премијера и зато отворено коментарише: „*да неће доћи до насељавања избеглица у Србију*“, „*да за разлику од Хрватске, Србија неће превозити избеглице као кромпире*“ или „*да помоћ која се добија од међународних организација и институција не треба да буде помоћ у техничком смислу, улагање у пројекат или допремање стручног људства, већ да је Србији потребна директна буџетска помоћ да плати људе на терену*“ (све телевизије, септембар 2015).

Министар спољних послова је углавном видљив кроз комуникацију са Хрватском током кризе, али и у оквиру бројних састанака на нивоу ЕУ, чији је Србија члан као земља која представља једну од централних тачки на Балканској рути. Он је критичар деловања ЕУ и непостојања заједничког решења који континуирано износи потребу за домаћом самоорганизацијом по овом питању. За разлику од претходне студије случаја, његов

противнички став према Европи много више долази до изражаја и испливава кроз његове изјаве: „ЕУ није успела да изнедри заједничку политику за ирегуларне миграције, свака земља има различити приступ, а унутар ЕУ долази до оптужби, конфликта и блокаде саобраћаја, штету трпи економија и грађани. Тако даје важно да Србија не постане или не остане једна од највећих жртава овакве неодговорне политике“ (РТС 1, Јутарњи дневник, 19.5.2015).

Министар правде иако се не појављује пуно пута, добија велике временске термине излагања од стране медија са задатком да тумачи правне поступке земаља региона и света у кризи. Он има улогу да пребаци одговорност у руке других субјеката, што потврђује навођењем норми и закона као последњом инстанцом сигурности. Изјаве министра правде су у складу са тим озбиљне и јасне уз коришћење професионалног жаргона. Овде време говора не одговара степену видљивости и утицаја самог субјекта (Пинк, Ново јутро, 25.9.2015).

Председник Србије често критикује Европу у свом поступању у кризи, али његове изјаве су изван контекста дешавања на терену, често су неразумљиве и нису од већег значаја за публику, јер не пружају никакве конкретне информације о кризној ситуацији: „До сада су суседне државе бацале сузавац на људе који су били на нашој територији, могло је дође до парадокса да почну да рањавају људе који се налазе на територији Србије што би био преседан и што би изазвало наше лоше односе са њима, без обзира што се не ради о грађанима Србије, али свако ко се налази на територији Србије и ко је уз њену вољу ту, тај мора да буде потпуно заштићен“ (РТС 1, Ово је Србија, 18.9.2015). Изјаве овог типа емитоване су на каналима комерцијалне телевизије, али не и на јавном медијском сервису. Доминација премијера у односу на председничку у избегличкој кризи врло је јасна.

Градоначелник Београда нема велико време излагања, али је међу представницима Власти најзначајније лице када је у питању преглед ситуације у Београду. Његове активности у погледу смештаја избеглица у главном граду и њихова координација је јако слаба, а деловање које је остварено није обухватало егзистенцијална питања избеглица, што се могло видети и из презентованих снимака и изјава попут: „Инфо-пулт ће им обезбедити да на једном месту добију све информације које су им потребне, много ће да учини да њихов боравак у Београду буде квалитетнији и даће им праве информација да што мање времена проведу у папирологији и свему ономе што им је неопходно да натсве свој пут даље“ (РТС1, Београдска хроника, 15.9.2015). Отварање дневног борава за мајке и децу избеглице је можда, било најзначајније деловање овог функционера.

Од представника владајуће коалиције висока времена излагања имају и министар трговине, менаџер Београда, секретар у министарству спољних послова који су специјални гости у одређеним уживо укључењима и тада им се даје већа количина времена за излагање. Број њиховог појављивања који је мањи у односу на друге функционере, без обзира на време излагања, указује на то да се ове личности не могу перципирати као доминантни кризни менаџери.

Помоћница Комесара за избеглице има значајно време излагања, јер је гошћа емисија које имају дуже време трајања, па је њено време излагања велико, али је број њеног појављивања у медијима мали, па је стога и њен утицај ограничен. Слична ситуација је и са председницом Скупштине РС или директорком центра за спољне послове итд. Врло је симптоматично да су у питању све женски субјекти и да ни једна од њих се никада није нашла на позицији актера.

Оно што се у Табели 12. може видети је да су сви истакнути представници много чешће на позицијама субјеката, него актера, док се премијер чешће појављује на позицији актера (мада су оба броја велика). Такође, је видљиво да се многе друге личности појављују неупоредиво мање или се појављују само на позицији субјекта, тј. актера, што их чини већинским невидљивим оку публике.

Анализа је показала да изјаве домаћих функционера иду од умерене реторике премијера који покушава да позове на дијалог, до оптужујућих и осуђујућих изјава других представника власти. То се посебно може уочити током сукоба са Хрватском, јер се српски

премијер у својим јавним наступима увек осврће на хрватске увреде. Он их окреће у сопствену корист тако што их претвара у једносмерне изјаве љубоморе и неприпремљености Хрватске на избеглички талас. Такав је пример и следећа изјава: „*Лично разговарао бих и са црним ђаволом ако је то корисно за Србију, иако то доприноси регионалној стабилности и добрим односима међу народима и државама. Можда није лоше да се и по том питању види разлика. Србија жели добре односе са Хрватском, није могла да дозволи да буде понижавана, саму је себе штитила, успешно се одбранила, али је Србија увек спремна да разговара и увек ће да разговара. Неприхватљиво је и недопустиво да неко вређа председника, институције РС, говорећи да не зна ко су ти људи и који посао обављају. То много више говори о ономе ко је те речи изговорио, него на онога на кога се односе*“ (Прва, Вести у 18.00, 28.9.2015).

Насупрот њему, други домаћи функционери у својим одговорима на хрватске ставове су мање дипломатски и узвраћају једнаким тоном и једнако увредљиво. Дobar пример је министар спољних послова који даје метафоричне, али недвосмислене одговоре типа: „*Морам рећи да он мене много више подсећа на неке јефтине птице, познате по томе што се очерупају пре него што се поједу,*“ (Пинк, Национални дневник, 17.9.2015). То показује да у својим јавним наступима министар спољних послова користи неформалан говор и терминологију попут: „*паркиралишта*“, „*сабирног центра*“, „*жртвеног јарца*“, а који ће га учинити препознатљивим у очима јавности, али и учинити ближим обичним грађанима. Оваква реторика ма колико појединцима била симпатична није имала дипломатски ни професионални карактер, Неке од њих биле су пласиране из Брисела, где су се заступали ставови и прилике Србије.

Поред њега, ситуација из пограничног дела земље углавном је описивана кроз погледе, министра за рад, социјална и борачка питања и министра унутрашњих послова. Излагања министра унутрашњих послова увек су праћена умереним тоном и монотонијом.<sup>84</sup> Без обзира на степен екстремности ситуације описи су дати неконцизно у истом ритму и темпу (РТС 1, Дневник 2, 20.9.2015).

## 2) Опозиција

Представници опозиције у овој студији случаја су малобројни, а о кризи имају сличан став као и представници владајуће коалиције. Они ће у својим малобројним јавним излагањима покушати да укажу на хуман однос и толеранцију према избеглицама, али и да не дају подршку актуелној власти.

Странке ближе десној половини политичког спектра упозоравају на потенцијални проблем насељавања избеглица и указују на различите проблеме попут тероризма и епидемија, које овако велики егзодус људи може да носи са собом. Они ће и континуирано подсећати на избеглице из Хрватске чији статус у Србији и након толико година и даље није решен. Број појављивања и ниска времена излагања указују на невидљивост ових субјеката/актера у кризи. Највећи утицај међу њима има председник ДС који се појавио као гост у емисијама „Око“ (РТС1, Око, 29.9.2015) и „Кажипрст“ (Б92, Кажипрст, 17.9.2015), а што је потом цитирано у дневно-информативним емисијама на овим телевизијама и обухвата прослеђивање алтернативне представе о кризи која је унифицирана и једнострука.<sup>85</sup>

---

<sup>84</sup> То се види у изјавама овог типа: „*Дирнула нас је људскост, показала је лепо, пристојно лице српске полиције, цео свет је дирнут, велики број полицајаца и грађана свакодневно комуницира са избеглицама, пружа им помоћ и чини да им пут учини лакшем, политика владе Србије и премијера Вучића јесте да се они осећају максимално добродошло*“ (министар унутрашњих послова Србије, Пинк, Национални дневник, 10.9.2021).

<sup>85</sup> Представник ДС-а је давао изјаве следећг типа, а које су потом више пута цитиране: „*Влада у сенци сматра да Влада Републике Србије мора хитно да решава горуће животне проблеме избеглица док су у транзиту, а то се пре свега односи на смештај, храну, здравствене услуге и олакшан приступ подизању новца. Влада Србије мора да поштује постојеће прописе и стратегије и мора да поштује међународне принципе и конвенције, а што до сада није чинила у пуној мери*“ (Б92, Вести у 16.00, 11.9.2015).

У Табели 13. дат је преглед осталих домаћих субјеката/актера у избегличкој кризи и време њиховог излагања.

Табела 13. Остали домаћи субјекти/актери у стратешки уоквиреним прилозима о избегличкој кризи 2015. године – учесталост појављивања и укупно време излагања у секундама (с)

	Име и презиме	Говор у (с)	Субјекат број појављивања	Актер број појављивања
<b>Домаће НВО и цивилни сектор</b>				
1.	Радош Ђуровић (директор Центра за помоћ тражиоцима азила)	1659	19	0
2.	Центар за међународну сарадњу	272	4	1
3.	Владимир Петронијевић – Група 484	589	4	0
4.	Саша Јанковић (омбудсман)	135	5	2
5.	<a href="#">Сачувајмо бебе</a>	100	4	0
6.	Милан Антонијевић – YUCOM	351	1	0
7.	Никола Ковачевић – Центар за људска права	282	2	0
8.	<a href="#">Јелица Минић – Форум МО Европског покрета</a>	352	1	0
9.	<a href="#">Међународна организација за мигранте</a>	14	1	0
10.	<a href="#">Мерхамет</a>	34	2	2
<b>Стручњаци: доктори, војска и полиција</b>				
11.	<a href="#">Црвени Крст Србија</a>	284	10	12
12.	Драган Радовановић – председник Црвеног Крста (ЦК) Србије	240	2	0
13.	Ахмет Алими – секретар ЦК Прешево	30	2	0
14.	Михат Сахити – директор ДЗ Прешево	57	5	0
15.	<a href="#">Доктори из различитих здравствених институција који се не понављају више пута у току анализираних узорка</a>	284	16	0
16.	Митар Ђурашковић – Начелник границе полиције	474	2	1
17.	Миленко Божовић – Начелник Управе граничне полиције	492	2	0
18.	Реџеп Арифи – полицајац	196	6	8
19.	Милорад Вељовић – директор полиције	0	0	2
20.	<a href="#">Полиција РС</a>	159	9	13
21.	Милош Кулић – проф. Правног факултета	304	1	0
22.	Небојша Крстић – медијски експерт	557	1	0
23.	Зоран Драгишић – Факултет за безбедност			0
24.	Драгомир Анђелковић – аналитичар	243	2	0
25.	Дејан Вук – аналитичар	203	1	0
26.	Давид Ђенеро – политиколог	395	1	0
<b>Специфичне категорије и категорија осталих</b>				
27.	<a href="#">Грађани Србије</a>	644	31	1
28.	<a href="#">Избеглице</a>	1642	191	28
29.	Возачи аутобуса	174	11	0
30.	Денис Мирковић (шпедитер)	53	3	0
31.	<a href="#">Штарк</a>	22	2	0
32.	Владимир Кеџмановић – писац	329	1	0
33.	Младен Обрадовић (Образ)	27	1	1
34.	Марко Чадеж – председник Привредне Коморе Србије	232	5	1
<b>Представници религијских заједница</b>				
35.	Исак Асијел – врховни Рабин Јеврејске заједнице у Србији	19	1	1

36.	Станислав Хочовар – београдски митрополит и надбискуп	19	1	1
37.	Муфтија Јусуфспахић – председник је Врховног сабора Исламске заједнице Србије,	28	1	1
38.	Александар Секулић (Њакон, Кабинет Патријарха)	15	1	1
39.	Амел Исламовић – Исламска заједница	15	1	0
40.	Ефендија Зиклић	9	1	0
41.	Меулуд Дудић – представник Исламске заједнице у Србији	17	1	0
42.	Муедиб Шахмарић – Исламска заједница Србије	26	1	0
<b>Истакнутији представници медија</b>				
43.	Мирослав Лазањски – војнополитички коментатор и новинар	1229	4	0
44.	Ненад Радичевић (Политика)	538	2	0
45.	Бојан Бркић – уредник СП редакције РТС-а	707	2	0
46.	Момир Турундић (Време)	459	1	0
47.	Бошко Јакшић – политички коментатор	618	1	0
48.	Јован Апостолски (Политика)	554	1	0
49.	Зоран Пановић (Данас)	247	1	0
50.	Катарина Марковић (директорка Тањуга)	1301	1	0
51.	Војислав Туфегчић (Newsweek)	554	1	0
52.	Миливоје Михајловић – директор радио БГ	222	1	0
53.	Драган Бујошевић – директор РТС	0	0	2

### 3) НВО и цивилни сектор

Једна од првих категорија издвојена у Табели 13. је НВ сектор који је и највећи критичар рада власти и он указује на проблеме у пракси. Кризну ситуацију у Београду из друге перспективе даје директор Центра за помоћ тражиоцима азила који је у својим јавним наступима умирујући, али критичан према систему: „Држава мора да узме ствари у своје руке по питању смештаја, асистенције и да се фокусира и активно приступа даљем прихвату ових људи, а питање је да ли и она то може без финансијских средстава, али без државе не може бити говора о одрживом прихвати људи“ (РТС 1, ОКО магазин, 10.9.2015). Уз самопоуздање, аргументацију и брзи говор, он је даје увид грађанима о другој страни кризе, која је медијски готово невидљива. Директор центра за помоћ тражиоцима азила је једини медијски субјекат из ове категорије који има већи број појављивања и цитата и третиран је као алтернативни извор у кризи. Без обзира на то, он не добија ни једно актерско појављивање. Занимљиво је да се изјаве овог субјекта често медијски супротстављају изјавама политичких субјеката на власти, па он добија готово опозиционе карактеристике. Поред њега, саговорник медија је још и Владимир Петровић из групе 484 који указује на неопходност промене начина на који се избеглице третирају у Србији (РТС 1, Јутарњи дневник, 5.10.2015).

Омбудсман, најчешће, је цитиран када признаје да је власт преузела на себе стратегију хуманости и да у кризи поступа добро, што је коришћено да подупре романтизовану, херојску слику Србије. Ово је било значајно из разлога што је омбудсман углавном у фокусу медија као критичар рада власти, па је похвала датог субјекта имала значајну тежину (Прва, Ноћни журнал, 5.10.2015).

### 4) Домаћи стручњаци и појединачни представници медија у Србији

Ову категорију сачињавају доктори, представници полиције који дају преглед ситуације на терену. За саму публику они можда дају и најважније информације када је у питању избегличка криза, јер те чињенице заправо могу да утичу на кретање и понашање људи. Чак иако се појављују више пута, њихова времена излагања су јако кратка, а и најчешће се не

ради о истим људима, тако да се грађанима не пружа прилика да се повежу са одређеним изворима и стекну поверење у њих.

У кризи је интервјуисано много здравствених стручњака, али су именом и презименом истакнути само они који су се у укупном узорку појавили више од једанпут и давали изјаве дуже од 5 секунди. Ту спадају директор ДЗ Прешево, секретар ЦК Прешево, председник Црвеног Крста (ЦК) Србије итд. Сви они се баве организацијом здравствених радника који прегледају избеглице након уласка у Србију. Они својим изјава треба да убеду публику да избеглице са собом неће донети здравствене претње, што је поред тероризма, био један од друштвених страхова о којем се јавно расправљало у медијским прилозима (Б92, Вести у 16.00, 16.9.2015).

Поједини новинари, уредници и репортери су у мањој мери део анализираних медијских прилога и контактирани су као лица која су дуго у послу и баве се спољно-политичким темама. Из тог разлога, они су могли бити значајни извори информација који би публици могли да понуде разјашњење избегличке кризе и предвиде њен даљи ток. Они су најчешће гости јутарњих програма или специјалних укључења када имају довољно времена да опширно износе ставове, а који осликавају и уредничку политику медија за који раде.

### 5) Представници религијских заједница и организација

Избегличка криза значила је да је у покрету велики број људи који укључује и жене, децу, старе. Као челници који позивају на мир, толеранцију, саосећање и помоћ је и велики број религијских субјеката свих вероисповести који сматрају да се овим људима мора помоћи на свим нивоима, иако су акције усмерене на то, углавном локалног карактера. Иако делује да би оваква интеррелигијска порука мира могла пружити утеху многим, ови појединци се појављују једном на позицији субјекта, и једном или ни једном на позицији актера што их чини невидљивим у очима јавности (Пинк, Национални дневник, 11.9.2015)

### б) Избеглице и друге специфичне категорије (остали)

То су људи од којих све креће у овој студији, а који су најчешће у медијским прилозима представљани уз велико непоштовање њихове приватности и јавно приказивање малолетника. Кадрови продубљују дискриминацију и надограђују перцепцију о овим људима као прљавим, неуредним, лењим итд. Избеглице које су део прилога су честе, безимене, повремено се наводи земља њиховог порекла, као главна одредница уз немогућност стицања перспективе о тим људима као било чему осим о жртвама. Изјаве избеглица се користе да допуне изјаве политичких субјеката на власти и потврђују добар и хуман третман од Србије.

Прилози који за изворе информација имају представнике религијских заједница и организација или избеглице показују да чак и у оним садржајима који би могли да буду сконцентрисани на људске приче и хуманост се отвара простор за коментаре и перспективу политичких субјеката на власти: „Католичка црква помаже индивидуално, али већу подршку пружају пројекти Каритаса“ и потом: „Србија је одабрала хумани приступ који подржавају и грађани и друге религијске и хуманитарне организације“ (Пинк, Национални дневник, 11.9.2015).

Остали субјекти и актери су интернационалног карактера и преглед ових појединаца и група се може видети у Табели 14.

Табела 14. Међународни субјекти/актери у стратешки уоквиреним прилозима о избегличкој кризи 2015. године – учесталост појављивања и укупно време излагања у секундама (с)

	Име и презиме	Укупан говор (с)	Субјекат број појављивања	Актер број појављивања
<b>Представници тела, институција и организација ЕУ и УН</b>				
1.	Мајкл Девенпорт ( <i>Michael Hayward Davenport</i> ) – шеф делегације ЕУ у Србији	159	6	8
2.	Доналд Туск ( <i>Donald Tusk</i> ) – председник Европског савета	62	5	10
3.	Мартин Шулиц ( <i>Martin Schulz</i> ) – председник Европског парламента	80	4	5

4.	Франс Тимерманс ( <i>Franciscus Cornelis Gerardus Maria (Frans) Timmermans</i> ) – први потпредседник Европске комисије	47	3	0
5.	УНХЦР (UNHCR)	768	11	34
6.	Федерика Могерини ( <i>Federica Mogherini</i> ) – европска комесарка за спољне послове и безбедност	168	10	17
7.	Мишел Сен Ло - УНИЦЕФ	248	5	1
8.	Бан Ки-Мун генерални секретар УН	29	2	5
9.	Жан Клод Јункер ( <i>Jean Claude Juncker</i> ) – председник Европске комисије	134	7	18
10.	Јоханес Хан ( <i>Johannes Hahn</i> ) – европски комесар за суседску политику и преговоре о проширењу	600	24	49
11.	Наташа Берто ( <i>Natsha Berto</i> ) – портпаролка Европске комисије	53	3	4
12.	Маргитис Шинас ( <i>Margaritis Schinas</i> ) – портпарол Европске комисије	138	7	2
13.	Антонио Гутјерес ( <i>António Guterres</i> ) – високи комесар УН	20	1	10
14.	Амбраш Ер – потпредседник парламентарне скупштине Савета Европе	45	3	7
15.	Јенс Солтенберг ( <i>Jens Stoltenberg</i> ) – генерални секретар НАТО	15	1	0
16.	Кристалина Георгијева ( <i>Kristalina Ivanova Georgieva-Kinova</i> ) – европска комесарка за буџетска питања	18	1	0
17.	Мина Андрејева ( <i>Mina Alexandrova Andreeva</i> ) – портпаролка ЕК	12	1	0
18.	Дејвид Мекалистер ( <i>David James McAllister</i> ) – известилац ЕП за Србију	12	1	3
19.	Франц Богович – посланик ЕП	16	1	0
20.	Најџел Фериџ ( <i>Nigel Paul Farage</i> ) – посланик ЕП	9	1	0
21.	Ги Ферхофштат ( <i>Guy Maurice Marie Louise Verhofstadt</i> ) – лидер либерала ЕП	12	1	0
22.	Маја Коџијанчић – комесарка ЕУ за проширење	0	0	5
23.	Димитрис Аврамопулос ( <i>Dimitris Avramopoulos</i> ) – европски комесар за миграције	0	0	3
24.	Кристијан Данијелс – портпарол ЕК за проширење	0	0	3
25.	Кнуф Флекенштајнер ( <i>Knut Fleckenstein</i> ) – ЕП	0	0	3
26.	УН	0	0	2
27.	ЕУ	0	0	30
28.	ЕК	0	0	7
29.	ЕП	0	0	4
30.	ЕУ Форум	0	0	5
31.	ЕУ Одбор	0	0	5
<b>Представници Хрватске</b>				
32.	Колинда Грабар Китаревић – председница	287	15	19
33.	Зоран Милановић – премијер	1894	42	80
34.	Ранко Остојић – министар унутрашњих послова	124	6	19
35.	Јадранка Косовар (Хрватска демократска заједница – ХДЗ)	52	3	0

36.	Милан Бандић – градоначелник Загреб	9	1	0
37.	Божо Галић – жупник вуковарско-сремски	9	1	0
38.	Миодраг Пуповац – председник српског националног вијећа	255	2	0
39.	Иван Милошевић Домагој (ХДЗ)	14	1	0
40.	Анте Котроманић – министар одбране	38	2	3
41.	Весна Пусић – министарка спољних послова	0	0	6
42.	Томислав Карамарков (ХДЗ)	0	0	3
43.	Дамир Кан (Истарска партија)	0	0	2
44.	Хрватска	0	0	7
<b>Представници Немачке</b>				
45.	Ангела Меркел ( <i>Angela Merkel</i> ) – канцеларка	518	30	67
46.	Аксел Дитман ( <i>Axel Dittmann</i> ) – амбасадор Немачке у Србији	60	3	2
47.	Беата Мерк ( <i>Beate Maria Merk</i> ) – министарка за Европу и регионалне односе Немачке савезне покрајине Баварске	130	6	10
48.	Томас де Мезијер ( <i>Karl Ernst Thomas de Maizière</i> ) – МУП	68	4	1
49.	Михаел Рот ( <i>Michael Roth</i> ) – министар за Европу	44	2	2
50.	Немачка полиција	108	7	0
51.	Франк Валтер Шајенмајер ( <i>Frank-Walter Steinmeier</i> ) – МСП	16	1	0
52.	Мартин Нојермајер ( <i>Martin Noiermeier</i> ) – повереник за интеграције баварске	10	1	1
53.	Зигмар Габријел ( <i>Sigmar Gabriel</i> ) – вицеканцелар	0	0	4
54.	Јоахим Херман ( <i>Joachim Herrmann</i> ) – министар унутрашњих послова Немачке покрајине Баварске	0	0	2
55.	Немачка	0	0	13
<b>Представници Мађарске</b>				
56.	Виктор Орбан ( <i>Orbán Viktor</i> ) – премијер	315	17	54
57.	Петер Сијарто ( <i>Péter Szijjártó</i> ) – МСП	306	14	23
58.	Шандор Пинтер ( <i>Sándor Pintér</i> ) – МУП	61	4	6
59.	Иштван Шимичко ( <i>István Simicskó</i> ) – министар одбране	40	2	4
60.	Золтан Ковач ( <i>Zoltán Kovács</i> ) – портпарол Владе	135	7	12
61.	Јанош Лазер ( <i>János Lázár</i> ) – шеф кабинета премијера	22	2	1
62.	Ендре Сабо – НВО	20	1	0
63.	Жужа Селењи – опозиција	32	1	0
64.	Ференц Ђурчањи ( <i>Ferenc Gyurcsány</i> ) – бивши премијер	0	0	1
65.	Габер Еберхарт – гранична полиција Мађарске	34	2	0
66.	Мађарска	0	0	40
67.	Мађарска полиција	0	0	21
68.	Золтан Балог ( <i>Zoltán Balog</i> ) – министар за људске ресурсе	0	0	2
<b>Представници Аустрије</b>				
69.	Себастијан Курц ( <i>Sebastian Kurz</i> ) – министар спољних послова	22	2	3



70.	Вернер Фајман ( <i>Werner Faymann</i> ) – канцелар	12	1	10
71.	Јохана Микл-Лајтнер ( <i>Johanna Mikl-Leitner</i> ) – МУП	12	1	1
72.	Полиција	24	2	1
73.	Аустрија	0	0	14
<b>Представници САД-а/УК-а/Француске</b>				
74.	Денис Киф ( <i>Denis Kif</i> ) – амбасадор УК у Србији	117	7	5
75.	Дејвид Камерон ( <i>David Cameron</i> ) – премијер УК	41	4	7
76.	Џон Кери ( <i>John Kerry</i> ) – секретар САД	132	5	12
77.	Џон Кирби ( <i>John F. Kirby</i> ) – портпарол Стејт Департамента	47	3	
78.	Франсоа Оланд ( <i>François Gérard Georges Nicolas Hollande</i> ) – председник ФР	8	1	5
79.	Лоран Фабијус ( <i>Laurent Fabius</i> ) – МСП ФР	29	2	2
80.	Франсоази Олсе – ФР конзул у Турској	8	1	
81.	Џо Бајден ( <i>Joe Biden</i> ) – потпредседник САД	0	0	3
82.	Кристин Лагард ( <i>Christine Madeleine Odette Lagarde</i> ) – генерална директорка ММФ-а	0	0	3
83.	Питер Кук ( <i>Peter Cook</i> ) – представник Пентагона	0	0	2
84.	Боб Кокер ( <i>Bob Corker</i> ) – сенатор САД	0	0	2
85.	Крис Смит ( <i>Chris Smith</i> ) – сенатор САД			
86.	Француска	0	0	6
87.	Велика Британија	0	0	4
88.	Николас Саркози ( <i>Nicolas Sarkozy</i> ) – бивши председник ФР	0	0	4
89.	Филип Хамон ( <i>Philip Hammond</i> ) – министар спољних послова ВБ	0	0	2
<b>Остале државе и њихови представници у кризи</b>				
90.	Мирко Церар – словеначки премијер	58	3	1
91.	Борут Пахор – председник Словеније	26	2	3
92.	Роберт Фицо – словачки премијер	17	1	2
93.	Роберт Калник – министар унутрашњих послова Словачке	48	2	0
94.	Бохуслав Сobotка – чешки премијер	72	4	7
95.	Милош Земан – чешки председник	0	0	6
96.	Владимир Путин ( <i>Vladimir Putin</i> ) – председник Русије	15	1	3
97.	Сергеј Лавров ( <i>Sergey Viktorovich Lavrov</i> ) – МСП Русије	20	2	0
98.	Александар Чепурин ( <i>Alexander Chervurin</i> ) – руски амбасадор	23	1	1
99.	Андреј Кортаполов ( <i>Andrey Valeryevich Kartapolov</i> ) – заменик начелника генералштаба војске Русије	19	1	1
100.	Реџеп Ердоган ( <i>Recep Tayyip Erdoğan</i> ) – турски председник	12	1	4
101.	Жан Аселборн ( <i>Jean Asselborn</i> ) – МСП Луксембурга	117	6	3
102.	Митков Чатков – МУП Македонија	9	1	0
103.	Јуха Сипила ( <i>Juha Petri Sipilä</i> ) – премијер Финске	11	1	4
104.	Бергер Бренде ( <i>Børge Brende</i> ) – МСП Норвешке	0	0	3

105.	Арне Сонс Бјорнстад ( <i>Arne Sanes Bjernstad</i> ) – норвешки амбасадор	73	4	1
106.	Кристијан Јенсен ( <i>Christian Jensen</i> ) – МСП Данске	9	1	0
107.	Маријано Рохој ( <i>Mariano Rajoy</i> ) – премијер Шпаније	19	1	2
108.	Морган Јохансон ( <i>Morgan Johansson</i> ) – шведски министар правде	19	1	0
109.	Стефан Ловен ( <i>Kjell Stefan Löfvén</i> ) – шведски премијер	0	0	1
110.	Башар ел Асад ( <i>Bashar Hafez al-Assad</i> ) – председник Сирије	302	2	3
111.	Виктор Понта ( <i>Victor Ponta</i> ) – преијер Румуније	0	0	1
112.	Бојко Борисов – пемиијер Бугарске	0	0	1
113.	Никола Попоски – македонски министар полиције	0	0	2
114.	Моамер Гадафи (Moamer Abu Minijar el-Gadafi) – бивши либијски председник	0	0	3
115.	Анђелино Алфано ( <i>Angelino Alfano</i> ) МУП	0	0	1
116.	Италија	0	0	6
117.	Грчка, Холандија, Русија	0	0	5
118.	Данска, Сирија	0	0	4
119.	Вишеградска група	0	0	4
120.	Турска, Словенија,	0	0	3
121.	Исламска држава	0	0	3
<b>Остали инострани субјекти и актери</b>				
122.	Обични људи, али странци	352	34	0
123.	Штефан Лене – бивши изасланик ЕУ	41	2	0
124.	Дитер Зече ( <i>Dieter Zetsche</i> ) – Мерцедес	16	1	1
125.	Лида Гард ( <i>Linda Gard</i> ) -Human Rights World)	15	1	0
126.	Инострани новинари	108	5	36
127.	Интернационални ЦК	55	4	10
128.	Нагиб Оуси Савирис – египатски милијардер	32	1	1
129.	Данка Сачева – НВО Бугарска	13	1	0
130.	Христо Стефанов – начелник граничне полиције грчко-турска граница	24	2	0
131.	Роберт Ниблет – Etam Haus	18	1	0
132.	Црвени полумесец	0	0	3

## 7) Хрватска и њени званичници

Период који је анализиран је у великој мери укључио хрватске званичнике, нарочито након затварања мађарске границе када је миграциони пут преусмерен на Хрватску. Посебан нагласак треба ставити на премијера Хрватске који је један од доминантних субјеката и који уз непрофесионалну и недипломатску реторику постаје звезда прилога.<sup>86</sup> Таква реторика олакшала је домаћим политичарима да кризу представе како они желе. Србија бира да у том вербалном рату буде наводно „изнад сукоба“ и позива се на више вредности уз „ударце испод паса“. На изјаве хрватског премијера углавном реагују политички субјекти из Србије који се налазе на хијерархијској лествици испод њега. Хрватски премијер користи сваку прилику да укаже на чињеницу да је Хрватска чланица ЕУ, док је Србија кандидат и сваки

<sup>86</sup> Таква је изјава на пример: „Србију не прозивам, али им препоручујем да мало сниже тон, шарај мало брате, шаљи то у Мађарску и Румунију, шаљи у Хрватску, ми ћемо на све стране па ћемо онда сутра у Бриселу разговарати како ствар да решимо без Вучићеве екипе, деловањем на извор, а то су Турска и Грчка“ (РТС 1, Дневник 2, 22.9.2015).

догађај посматра из дате перспективе која показује комплекс више вредности. Иако у самој кризи припадност Унији није много значила, јер је приступ избегличкој кризи почивао на локалним стратегијама, премијер хрватске је волео да показује да Србија у одређеним „играма за велику децу“ на међународном нивоу неће учествовати, када се скупе „они“, чиме је већ постојећи јаз између бивших југословенских република продубљиван.

Генерално, ситуација на српско-хрватској граници је описивана много страственије уз велику дозу сензационализма, од ситуације на српско-мађарској граници, иако су тамо процедура затварања границе и сукоб били много екстремнији. Политички субјекти обе стране користе стереотипно представљање које је у вези са предрасудама које земље вуку из ратног периода - деведесетих година прошлог века. Тако хрватски премијер у својим изјавама алудира на криминалну и насилну прошлост Србије, која је вечито усмерена на неки вид преваре. Једна од многих таквих изјава била је и: „Сигурно ћемо у неком тренутку отворити границу, пратићу прецизно шта раде и опет ћемо је затворити. Понудио сам Вучићу колико год аутобуса треба да заједнички од југа према северу превозимо те људе, нема одговора, то је постала економска грана у Србији. Они то наплаћују, ми то радимо као права држава“ (Б92, Вести у 20.00, 23.9.2015). Када се медијски фокус пребаци на друге учеснике кризе попут: економских организација или грађана, изјаве које се пласирају теже миру, толеранцији, међусобном поштовању и сарадњи. У анализираном узорку хрватски премијер има стратегију напада и самоодбране и у овој кризи презентован је као „лош дечко“ против кога се води борба много више, него против чињенице да ЕУ нема реакцију на избегличку кризу, нити адекватна решења.

На позицији субјекта, хрватски премијер се често налази, али га медији два пута више постављају у позицију актера. То се може објаснити чињеницом да су домаћи медији његове поруке често користили на начин да се изјаве домаћих политичара поставе у прилозима насупрот његовим и да се укаже на континуитет и дипломатски одговор Србије на хрватску критику.

Председница Хрватске је најчешће део медијског садржаја у преткризном периоду, тј. пре преусмеравања избегличког тока, јер је њена улога била да потврди спремност Хрватске на кризу (Б92, Вести у 20.00, 16.9.2015). Заједно са хрватским министром унутрашњих послова, председница Хрватске била је део бројних састанка у ЕУ, па је у том контексту била на актерској позицији.

Хрватски министар унутрашњих послова је критичар деловања и политике ЕУ који указује да је Хрватска у великој мери препуштена сама себи. Он заједно са хрватским премијером упућује критику Србији: „У центру у Принциповцу било је 200 људи за конференцију премијера Вучћа, а кансије тамо није било никога. То је само призивање стања да то тамо функционише“ (РТС1, Дневник 2, 26.8.2015).

Министарка спољних послова Хрватске је личност која је у кризи на актерској позицији перципирана од стране домаћих медија као значајна. Домаћи политичари су је често јавно позивали да реагује због увођења мера и затварања путева, али њени одговори нису никада цитирани и она се никада није нашла на позицији субјекта.

### **8) Мађарска и њени званичници**

Мађарска је врло специјалан учесник избегличке кризе која у својој политици искаче из европског патерна мира, солидарности и толеранција и позива на затварање граница. Како због политике отворених граница, Србија пропушта велики број избеглица, Мађарска да би смањила прилив уводи велики број мера. Иако је изградња ограде, зида, а касније и увођење новог сета закона наилазило на критике домаће јавности, она никада није обухватала реторику која је позивала на насиље и подсмех као у случају са Хрватском. То се није десило чак ни када је сузавац завршио на територији Србије након што су избеглице покушавале да након увођења новог законодавства и правила пређу мађарску границу и када је угрожен интегритет Србије. Осуда јавности је била видљива након што су мађарски полицајци претукли екипу РТС-а (РТС1, Ово је Србија, 17.9.2015), али осим РТС-а и Б92, друге телевизије нису у већој мери коментарисале дати инцидент, нити су политички актери

преузели веће акције, осим упућивања протестне ноте. У сваком тренутку се радило на представљању добросуседских односа уз прерастање у саборце када је у питању понашање Хрватске у октобру 2015. године (РТС 1, Дневник 2, 23.9.3015). На тај начин, народу Србије се сугерисало да су догађаји били случајни, а и зид престаје да се спомиње.<sup>87</sup> Истиче се сарадња Мађарске и Србије, што се и манифестује кроз заједничко отварање фабрика и прихватних центара и потом кроз заједничку осуду Хрватске због лоше миграционе политике. Овакво понашање домаћих власти се могло посматрати из европске перспективе у смислу да је Мађарска као стара и утицајна чланица ЕУ могла да помогне Србији у процесу придруживања и да је Влада Србије зато и одабрала да се толерантно постави према свим активностима ове земље.

Поред хрватског премијера, једини човек који је перципиран као лош дечко кризе јесте премијер Мађарске чије изјаве се често пренесе и цитирају, јер са собом носе посебан ниво дискриминације и расизма: „*Морамо бранити Мађарску и Европу. Мађарска је земља са 1000 година старом хришћанском културом, не желимо да глобано кретање људи промени Мађарску, ово није оно за шта смо се борили кроз све ратове и комунизам*“ (Прва, Ноћни журнал, 15.9.2015). Насупрот њему, министар спољних послова Мађарске је много чешће на позицији субјекта и јасно видљив у домаћем дискурсу. Он носи са собом поруку смиривања мађарско-српских односа у избегличкој кризи из зоне супарништва прелази у зону саиграча у партији против неспремне и неорганизоване Хрватске: „*Већина избеглица је регистрована, хрватски премијер то сматра шоу програмом. То није смешно, хрватски премијер треба да води изборну кампању у Хрватској, а не у Мађарској и Србији*“ (РТС 1, Дневник 2, 23.9.3015).

Мађарски премијер и министар спољних послова чешће су актери у домаћим прилозима него субјекти. Поред њих домаћој публици представљени су још: мађарски министар унутрашњих послова, министар одбране, као и портпарол мађарске Владе и који су саговорници медија у тренуцима подизања зидова и избијања сукоба на мађарско-српској граници. Ови појединци указују на мађарску одбрамбену граничну политику, на зидове који нису препрека за српске грађане, али препрека јесу и који отворено истичу примену силе мађарских оружаних снага из угла одбране Европе од нехришћана.

#### **9) Немачка и њени званичници**

Србија је на европском путу и подршка силе као што је Немачка јој значи пуно у том тренутку. Домаћа Влада одлучује да прати политику немачке канцеларке у датој кризи која заузврат исказује подршку Србији због њеног хуманог приступа.

Немачки званичници често долазе у Србију што је праћено јавним похвалама, уз индикацију да Србија поштује европске вредности. То се посебно може уочити приликом истицања састанака немачке канцеларке и српског премијера, а на иницијативу немачке канцеларке (Б92, Вести у 16.00, 7.9.2015). Том приликом, избегличка криза је само једна од тема која се спомиње и тада је већи нагласак на подршци коју Србија добија од Немачке, него на другим детаљима.<sup>88</sup>

Најцитиранија личност у овој категорији је немачка канцеларка чија се излагања на европским састанцима пренесе и интерпретирају, јер представљају упутства којима ће се и Србија водити.<sup>89</sup> Она се стога у медијским прилозима налази и на позицији субјекта и на позицији актера. Иако је велики број немачких представника током анализираних периода

<sup>87</sup> Министар унутрашњих послова је тако сугерисао: „*Поновно отварање граничног прелаза, отварање границе у кризним временима и од стране Србије и од стране Мађарске показује да су одговорне државе оне државе које умеју да управљају оваквим кризама*“ (Прва, Вести у 18.00, 20.9.2015).

<sup>88</sup> Део разговора који су медији представили је обухватао изјаву премијера Србије: „*Ми смо спремни иако нисмо земља ЕУ да преуземемо део терета на себе, уверен сам да ће и цела ова акција у целој овој кризи која потреса Европу показати да ће Србија бити земља од користи и која ће да пружи озбиљну помоћ својим европским партнерима*“, одговор немачке канцеларке је био да је српски премијер ту да би они „*другарски разговарали како могу заједнички да поступе у кризи*“ (Б92, Вести у 16.00, 7.9.2015).

<sup>89</sup> Такве су биле изјаве: „*Политика азила се мора спроводити и државе чланице имају одговорноат, али треба прогласити и земље сигурног порекла да би се у Италији, Грчкој ситуација довела под контролу*“ (Б92, Вести у 16.00, 1.9.2015)

посетио Србију, друга по реду највидљивија је била министарка за Европу и регионалне односе немачке савезне покрајине Баварске<sup>90</sup> која је заједно са премијером Србије посетила новоотворени прихватни центар и указала на значај бриге према избеглим људима и похвалила напоре Србије да у кризним временима сачува људскост и добронамерност (Пинк, Национални дневник, 3.9.2015).

#### **10) Представници Европске уније и Уједињених нација**

Европска унија и њени представници, али и представници УН-а значајни су учесници избегличке кризе. На почетку периода који је покривен анализом, медији су презентовали различите изјаве представника ових међународних организација попут: „Европа мора да нађе средњи пут, акција, треба време“ (РТС 1, Дневник 3, 31.8.2015) или „Имамо огроман број миграната који потпадају под Женевску конвенцију и не можемо их све оставити у једној земљи. Они морају да се расподеле и терет мора да буде подељен“ (РТС 1, Дневник 2, 5.9.2015) или „Мањак Европе у ЕУ, мањак уније у ЕУ, пола милина људи дошло је до Европе, без дискриминације избеглица“ (РТС1, Дневник 2, 9.9.2015). У октобру, како се криза даље развијала, медији су преносили и изјаве следећег типа: „Не треба повлађивати природном пориву да се свако повуче у љуштину својих граница, једино решење је снажна Европа и заједничка политика. Криза резултат неуспеха Уније да се реше сукоби на Блиском истоку“ (Пинк, Национални дневник, 5.10.2010). Садржаји овог типа показују да ове међународне организације нису биле ефикасне у свом деловању у решавању избегличке кризе, јер су за њу биле неспремне, релативно неорганизоване, а одлуке које су доносиле нису биле обавезујуће, што је значило да ће свака држава појединачно решавати проблем избеглица на својој територији. Поред тога, у истом периоду ове организације нису успеле да нађу адекватно и заједничко решење кризе и око њега су се континуирано сукобљавале.

Велики број представника ЕУ и њених тела је у сталном фокусу због расправа у Европском Парламенту, али и због подршке коју је Србија тражила као земља кандидат у самој кризи. Та подршка је некада била материјална, некада техничка, а некада је било потребно да буде и вербална. Србија, као земља кандидат, покушава да задобије европску пажњу и докаже колико је напредовала на свом демократском путу. То је посебно евидентно континуираним истицањем да Србија има жељу да учествује и буде део европског решења кризе, али и да дели европске вредности и поступа „европејскије“ од бројних чланица Уније.<sup>91</sup>

На месту субјекта и актера посебно се истиче европски комесар за суседску политику и преговоре о проширењу који је током анализираних узорка више пута дао вербалну подршку Србији<sup>92</sup> и зато је често и у медијском фокусу, али и представници организација као што је УНХЦР, који су континуирано на терену помагали избеглицима. Европски комесар за суседску политику и преговоре о проширењу је представљен као човек ЕУ који је у сукобу између Србије и Хрватске заправо указао на одговорност хрватских власти, што значи да је јавна перцепција и на интернационалном нивоу скренута са Србије као кривца која је ту улогу, често, у прошлости носила.

<sup>90</sup> Министарка за Европу и регионалне односе немачке савезне покрајине Баварске је цитирана од стране домаћих медија: „Овде се види да избегличка катастрофа погађа и Србију као и зеље ЕУ, а Србија ради оно што би требало да раде земље чланице - региструје избеглице“ (Пинк, Национални дневник, 3.9.2010).

<sup>91</sup> Најбољи пример су изјаве српског премијера на Бледском стратешком форуму: „Ми немамо навику да плачемо, ми не припадамо ЕУ иако нам је чланство циљ, али како се десило да Србија није градила зидове на граници са Македонијом? А што би нам било лако. Неке земље су то урадиле, а ви сте ћутали. Ми смо већи Европљани и од вас Европљана и када је реч о мигрантима и о неким другим питањима и то је оно што нам треба у будућности, право, а не наводно партнерство“ (РТС 1, Дневник 2, 31.8.2015).

<sup>92</sup> Подршка Србији је давана кроз изјаве: „Не свиђа ми се овакав речник и није ми се никада ни свиђао ни приватно ни као политичару. Ово не би треба да је ниво односа, забринут сам због ситуације на српско-хрватској граници, својим очима сам видео ову колону камиона дугу преко 10 км. Европски представници су покушали да буду у контакту са обе земље, овај проблем се може решити подизањем блокада, нема алтернативе. Ту нема шта да се преговара“ (РТС 1, Ово је Србија, 25.9.2015).

Шеф делегације ЕУ у Србији, председник Европског савета, високи комесар УН, председник Европског парламента, први потпредседник Европске комисије, председник УНИЦЕФА-а, европска комесарка за спољне послове и безбедност појављују се често на актерским позицијама и указују на одређена упутства различитих органа ЕУ која су имала последице и по деловање, понашање и политику Србије у кризи.

### **11) Велика Британија, САД и Француска**

Француска као земља ЕУ је једна од држава која је пратила визију немачке канцеларке и која је заједно са Немачком иступала више пута покушавајући да укаже на неопходност солидарности у овој ситуацији. Већа видљивост француских актера није постојала у домаћој презентацији кризе.

Велика Британија и САД као две државе које по овом питању нису делиле исте обавезе ко земље чланице Уније имају врло ограничен став када је у питању криза и нису превише отворене за пријем избеглица, иако су због свог светског положаја у прилици да прихвате већи број избеглица. У контексту анализе, ове две земље су финансијери и донатори када је у питању помоћ избеглицама у Србији, а која се јавно приказује и представља кроз посете британских и америчких званичника прихватним центрима (Пинк, Национални дневник, 4.9.2015).

### **12) Аустрија и њени званичници**

Као земља транзитне зоне, али и земља дестинације, Аустрија је често у фокусу кризе, али је у домаћим медијима углавном на актерској позицији. У већини прилога Аустрија се посматра кроз лупу хуманости и посебно брижног прихвата избеглица (РТС 1, Дневник 3, 31.8.2015).

### **13) Остале државе**

Избегличка криза потресла је читав свет па су бројне државе биле оне чланице ЕУ или не, део медијских садржаја када је у питању сама криза. Ту се посебно истиче Русија као земља која званично врши интервенције на подручју Сирије (РТС 1, Дневник 2, 8.9.2015), али и Турска која је прихватила највећи број избеглица (у том тренутку преко два милиона људи) (РТС1, Јутарњи програм, 5.9.2015).

### **14) Други инострани субјекти**

У ову категорију спадају субјекти које није било могуће груписати под одређене државе и њихове званичнике. То су представници НВО из иностранства или специфичне врсте стручњака, али и обичних људи који су покушавали да помогну избеглицама. Они су као субјекти видљиви у домаћим прилозима и служе за поређење са домаћим стручњацима и грађанима.

Иако се може уочити да се исте личности понављају и на позицији субјеката и на позицији актера, треба обратити пажњу и на следеће чињенице:

А) Међу иностраним личностима и организацијама мали број њих се уопште појављује на позицији актера. Оне личности које се на тим позицијама, ипак налазе су много чешће медијски презентоване као актери, него као субјекти. Ту спадају: немачка канцеларка (67 актер, 30 субјекат), европски комесар за суседску политику и преговоре о проширењу (49 актер, 24 субјекат), мађарски премијер (54 актер, 17 субјекат), инострани новинари (36 актер, 5 субјекат), високи комесар УН (10 актер, 1 субјекат) итд.

Б) Постоје организације, институције, па и личности које се појављују само на позицији актера, попут хрватске министарке спољних послова (6), мађарске полиције (21) или премијера Бугарске и Румуније. Најчешће су то државе саме, па се тако Мађарска као актер помиње 40 пута, Немачка 13 пута, Хрватска 7 пута, а Европска унија око 30 пута.

Међународни субјекти и актери у домаћим медијским прилозима, имали су улогу да на првом месту представе реакцију европских земаља на избегличку кризу. Она је била доста хаотична и неуједначена и разликовала се од земље до земље. То је новинарима служило као противтежа за изјаве домаћих политичких субјеката који су истицали добру организацију Србије, поготово у односу на земље региона и суседе (РТС1, Дневник 2, 3.9.2015). Са друге стране, залагање појединих значајних европским играча за миран, хуман и саосећајан

третман избеглица служио је да додатно укаже на залагање Србије да постане пуноправна чланица ЕУ, јер се истицало да у свом понашању у кризи она негује европске вредности и принципе (Пинк, Национални дневник, 7.9.2015).<sup>93</sup>

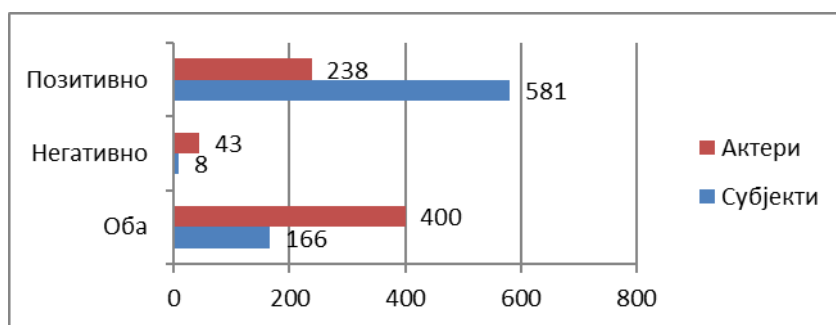
В) Међу домаћим актерима има мало оних који не спадају у категорију владајуће коалиције. Представници НВО скоро никада нису актери прилога, као ни представници струке од доктора, преко аналитичара, политиколога итд. Повремено се чланови полиције појављују као актери, али се онда говори о полицији у глобалу, а не појединачним члановима задуженим за одређене секторе.

Г) Опозиција у Србији је невидљива и као субјекат и као актер.

Д) Исте доминантне личности који су владајући субјекти су и доминантни актери. Ако се анализира, заправо, актерске позиције држе четири личности, а то су: премијер Србије (најцитиранији 177 пута), затим министар за рад, борачка и социјална питања Србије (74), српски министар спољних послова (36), српски министар унутрашњих послова (52) и председник Србије (30).

Субјекти у прилозима углавном нису долазили у сукоб (у свега 6,75% прилога постоји сукоб између субјеката). У 8% прилога долази до персонализације субјеката углавном са аспекта представника власти у коме се говори у множини „ми као Србија“ или премијер Србије који полази у својим излагањима од себе: „*Ја не знам шта је проблем свим другима, поготово онима који имају руту 35 км, па затварају путеве према Србији*“ (РТС1, Дневник 3, 17.9.2015) и где се наглашава његов лични труд и залагање да би се све завршило повољно за Србију. Он је често симболизација државе појединачно: „*Питао сам лично европске званичнике шта је то Србија погрешила, где смо ми криви и проузроковали овакву меру. Одговор Србија није нигде погрешила и Србија ништа није учинила. Реаговаћемо, радићемо...*“ (Прва, Вести у 18.00, 22.9.2015). У 19,7% анализираних прилога није представљен било какав критички осврт на дате догађаје.

Субјекти су (Слика 28) углавном позитивно интонирани, док су актери најчешће портретисани истовремено и позитивно и негативно што показује да се прави разлика између ставова два супротстављена актера (53%), док су у 31,5% актери интонирани позитивно.



Слика 28. Вредносни контекст (интонираност) субјеката/актера стратешки уоквиреним прилозима о избегличкој кризи 2015. године

Тон обраћања субјеката је доминантно морализујући (77,61% - 586 прилога) што указује на чињеницу да су субјекти углавном давали изјаве којима се истицала хуманост Србије која је посао у кризи обављала боље, одговорније, толерантније и више европски у односу на

<sup>93</sup> Током посете премијер Србије Немачкој долазило је до слагања изјава овог типа: „*Србија трпи притисак због миграната и неопходно је заједничко деловање, мигранти улазе из земље ЕУ у Србију и иду у земљу ЕУ*“ (немачка канцеларка), „*Избеглице и мигранти су две категорије, економски мигранти из земаља попут Пакистана, Авганистана, Конга и избеглице из Сирије и Ирака. Србија се понашала одговорно у оба случаја, озбиљно, европски, иако је само земља кандидат. Нисмо прва земља Европе у коју су крочили, али смо прва која их је регистровала, обавила медицинске прегледе и интервенције. Ово није проблем Немачке, ово је проблем целе Европе не само ЕУ и ми смо спремни да сарађујемо и са Немачком и другим земљама ЕУ да та питања решимо*“ (премијер Србије) (Пинк, Национални дневник, 7.9.2015)

друге земље.<sup>94</sup> У кризним ситуацијама унутар избегличке кризе попут сукоба са Хрватском, одговорност се морализујућим изјавама пребацивала на Хрватску или Северну Македонију.<sup>95</sup> Такође, треба истаћи да се у преко 20% прилога тон није могао сврстати у категорију морализујућег или подчињавајућег.

Као и у претходној студији случаја, субјекти/актери женског рода су означени црвеном бојом, док се код субјеката/актера означених плавом бојом није могла утврдити родност. Свега 10,2% укупних субјеката/актера чине припаднице женског рода, док се код 18,3% њих није могла утврдити родност/пол. Жене се углавном налазе за позицији субјеката са кратким временима излагања, док су на позицији актера већински невидљиве. Изузетак су немачка канцеларка и председница Хрватске.

### 10.5. Језик стратешки уоквирених прилога о избегличкој кризи 2015. године

У Табели 15. је приказана учесталост употребе језика рата, игре, спорта и такмичења, али и употреба метафора и статистичких података као елемената који указују на стратешку обојеност прилога и чије специфичности кроз све три студије случаја ауторка жели да уочи.

Ове елементе истакао је и Танкард (Tankard, 2001:101) на својој листи од 11 елемената за идентификацију и упоређивање медијских и стратешких оквира. Уз помоћ њих се уочава стратешки потенцијал прилога, јер се лакше уочава кривљење оквира, пристрасност садржаја и широки контекст кризе.

Табела 15. Језички показатељи стратешке обојености у укупном узорку у процентима (%) у извештавању о избегличкој кризи 2015. године

Метафоре	25,7
Језик спорта	10,3
Језик такмичења	8,4
Језик игре	16,3
Језик рата	25,7
Статистика	51

Наведене синтагме, изрази и различите језичке формулације су неједнако затупљене. Језика спорта и такмичења није било много, иако је поређење саставни део бројних медијских прилога. Са друге стране, језик рата, стратешки употребљене метафоре и статистика су значајно учесталије. Ако се узме у обзир целокупна присутност ових елемената може се закључити да су прилози о избегличкој кризи имали стратешки карактер који се могао уочити и кроз обраћање извора, субјеката и медијских радника.

У наставку текста употреба ових језичких формулација биће детаљније образложена. Између употребе метафора у стратешком смислу, али и језика спорта и такмичења и игре долази до преклапања, истовременог коришћења и усаглашавања. Сви заједно сачињавају једну игру речи у којој медији и политички субјекти као извори информација заједно учествују. Њиховим коришћењем и комбиновањем ствара се утисак да је избегличка криза вид такмичења и обухвата подела на тимове. „Екипа“ Србије почива на заједништву и усаглашеним реакцијама и акцијама и која не греша, али ако се то случајно деси, она то чини

<sup>94</sup> То се потврђује изјавама попут: „Ми немамо навику да плачемо, ми не припадамо ЕУ иако нам је чланство циљ, али како се десило да Србија није градила зидове, оградe на граници са Македонијом што би нам било лако. Неке земље су то урадиле а ви сте ћутали. Ми смо већи Европљани и од вас Европљана и када је реч о мигрантима и о неким другим питањима и то је оно што нама треба у будућности право, а не наводно партнерство“ (РТС 1, Дневник 2, 31.8.2015).

<sup>95</sup> То показују изјаве попут. „У нашој земљи ти људи прођу око 600 км и остају много дуже него што у остали у Хрватској која има тај проблем два дана, ми имамо четири месеца. Све те избеглице су прошле су кроз нашу земљу и ми смо их на леп начин примили и наставићемо то да радимо. Ја не знам шта је проблем свим другима, поготово онима који имају руту 35 км, па затварају путеве према Србији. Можда ми не умемо да кукамо, не умемо да плачимо, можда не умемо да тражимо паре, можда би требало неко други боље од мене да то ради. Не знам о чему је реч“ (Пинк, Ново јутро, 18.9.2015).



уз велику дозу емоција и без лоше намере.<sup>96</sup> Најприсутнија је дискурсна стратегија раздвајања, где се други представљају као историјски непријатељи. Та другост, је обично негативна у односу на нас (Milinkov & Strika, 2018: 111). Изјаве субјеката, формулисане у складу са оваквим језиком, медији преносе без критичког осврта на сам догађај.

#### 10.5.1. *Метафоре као елемент стратешки уоквирених прилога о избегличкој кризи из 2015. године*

Метафоре коришћене у овој студији случаја могу се поделити у три категорије које служе да опишу:

##### **а) Миграциони талас и избеглице:**

- Путеви смрти (одлазак из Сирије) (РТС 1, Јутарњи програм, 4. 9. 2015.);
- Једначина са пуно непознатих (Балканска рута), (Исто, 8. 9. 2015.);
- Врућ кромпир који нико не жели у својим рукама (избеглице) (Исто, 31. 8. 2015.);
- Река и данас тече пругом Хоргош – Реске (избеглички талас ка Мађарској), (РТС 1, Дневник 2, 13. 9. 2015);
- Закон великих бројева (РТС 1, Око магазин, 31.8. 2015);
- Муслимански гнев (Исто);
- Велики стампедо са Блиског истока (Пинк, Ново јутро, 29.8.2015);
- Несташни момци пустиње (Исто, 6.9.2015);
- Ова река више не може да тече ка северу и северо-западу (РТС 1, Дневник 1, 17.9.2015);

##### **б) Србију и деловања Србије:**

- Права оаза мира (Пинк, Ново јутро, 29. 8. 2015);
- Српски медији су такви да могу да пишу и о инвазији Марсоваца (Исто);
- Светла тачка Европе у овом тренутку (Исто, 28. 9. 2015.);
- Право мало балканско чудо (Исто, 26. 9. 2015.);
- Жуто лицемерје (коментари на рачун ДС) (Исто, 25.9.2015);
- Кикирики сума (износ помоћи ЕУ) (РТС 1, Око магазин, 31. 8. 2015);
- Србија је показала своје европско лице (РТС 1, Дневник 1, 3.9.2015);
- Нема разумног објашњења за заустављање жила куцавица (РТС 1, Јутарњи програм, 22.9.2015);

##### **в) Став Европе и европских земаља:**

- Прави се рачун без крчмара (решење за кризу без учешћа свих европских земаља) (Б92, Вести у 20.00, 18. 9. 2015);
- Земље ЕУ су „а la cart“ (ЕУ држи све опције на столу без повлачења конкретних потеза) (РТС 1, Дневник 2, 4.9.2015);
- То је корак у добром смеру, али је кап у мору за укупан број избеглица (Исто, 6.9.2015);
- Сви су ћутали правили се енглеске краљице (ЕУ која не жели да сноси одговорност) (Пинк, Ново јутро, 31.8.2015.);
- Ко држи тај даљински у својим рукама? (Исто, 6.9.2015);

---

<sup>96</sup> О томе говоре изјаве: „Шта треба да изигравам хероја што су све те избеглице су прошле су кроз нашу земљу и ми смо их на леп начин примили и наставићемо то да радимо. Ја не знам шта је проблем свим другима, поготово онима који имају руту 35 км, па затварају путеве према Србији“ (Прва, Вести, 18.9.2015), али и: „Урадили смо све, пронашли се на најтолерантнији начин, солидарност смо показали, једини смо који их региструју, обављамо медицинске прегледе, лечимо, нудимо преноћиште за разлику од свих других. Не знам шта смо ми скривили да бацају сузавац и водене топове на нашој територији. Србија ће умети да заштити своју земљу, своју територију, суверенитет, интегритет, надамо се свеобухватном ЕУ решењу да га се држимо, а не да ми штитимо европске вредности, а европске земље се понашају свакако само не европски. Ми то не разумемо, али немамо много избора морамо да се понашамо у складу са уставом и наставићемо да будемо и толерантни и солидарни према избеглицама...“ (Пинк, Ново јутро, 17.9.2016) .

- Подривање хришћанских корена (РТС 1, Дневник 1, 3.9.2015);
- Видљиво је све голим оком (РТС 1, Дневник 3, 31.8.2015);
- Свесна да цунами није далеко, а одлучна да се од њега одбрани (РТС 1, Јутарњи програм, 1.9.2015);
- Поноћ је исписала нове странице историје старог континента (Исто, 15.9.2015);

У 25,7% анализираних узорака (Табела 15) користе се метафоре које указују на победнике и губитнике, имплицира се на потребу такмичења и мерења снага и указује на *хероје* и *жртве* итд. Ове метафоре служе да се публици привуче пажња уз необичну терминологију коју ће запамтити, али која ће са собом пренети и поруку.

#### *10.5.2. Језик спорта, такмичења и игара у стратешки уоквиреним прилозима о избегличкој кризи 2015. године*

Када је стратешки оквир заснован на спортском моделу, он јасно указује да је победа у одређеном догађају једина опција. У таквим прилозима се не трага за заједничким решењем или консензусом где би обе стране остале пријатељи. Победа је једина мотивација и новинари треба да наводе публику да се усредсреди на политичара који побеђује и његове тактике и стратегије. Тако се губи фокус са квалитета игре у јавној, политичкој арени. Политичари постају извођачи, спортисти, глумци са пажљиво дизајнираним порукама које остају препознатљиве.

Језиком спорта указивано је на Србију као један тим и екипу и Европу и њене земље као други, где Србија одбија да учествује у процесу враћања избеглица или њиховог специфичног „добацивања“ између европских земаља. Неки од примера језика спорта коришћених у анализираним прилозима су:

- Земље морају да уклоне своје блокаде и окончају непоштenu игру (Пинк, Национални дневник, 29.8.2015);
- Играју пинг – понг са људима (РТС 1, Дневник 2, 27. 9. 2015);
- Вучићева екипа (Исто, 22. 9. 2015);
- Важно је да се спусти лопта (Пинк, Ново јутро, 23. 9. 2015);
- На политичком терену у Србији много је активније (Б92, Вести у 16.00, 25.9.2015);
- Ово је утакмица и даје се аутогол целом овом региону (РТС 1, Око магазин, 24. 9. 2015);
- Одговорност за решење кризе је на оснивачима ЕУ, који лоптицу тешке ситуације пребацују искључиво на Србију (Све телевизије, 18.9.2015).

Када је у питању такмичарски говор, он је углавном део поруке које су размењиване између представника владајуће коалиције и хрватског премијера:

- Губимо трку са временом (РТС1, Дневник 2, 6. 9. 2015);
- Хрватска солидарност трајала је свега два дана, а српска 4 месеца (Исто, 18.9.2015.);
- Ми ћемо се понашати у складу са европским духом, спроводићемо европске идеје, иако нисмо чланица ЕУ, за разлику од многих који то јесу, понашамо се више европски од европских земаља (Све телевизије, континуирано понављање);
- Бриго моја пређи на другога (Исто, 18.9.2016);
- Орао не лови муве, а ми смо орао (Исто, 18.9.2016);
- Ја не знам шта је проблем свим другима, поготово онима који имају руту 35 км, па затварају путеве према Србији. Можда ми не умемо да кукамо, не умемо да плачемо, можда не умемо да тражимо паре, можда би требало неко други боље од мене да све то ради. Не знам о чему је реч (Прва, Вести у 18.00, 17.9.2015);
- Шарај брате (Исто, 22.9.2015);
- На испиту хуманости и етичности смо сви пали (Пинк, Ново јутро, 4.9.2015);
- Хрватска је пала на европском тесту (Б92, Вести у 16.00, 22. 9. 2015);

- Људи на економске мере можете да реагујете економским мерама, али на лудило не можете да реагујете никако, јер бисте онда били исти (Исто, 24.9.2015);
- Ово није прича о два овна на брвну, овде се зна на чијој је страни одговорност и кривица за све (Б92, Вести у 20.00, 24. 9. 2015).
- У односу према избеглицама се не може играти двострука игра (Пинк, Национални дневник, 17.9.2015).
- Морам рећи да он мене много више подсећа на неке јефтиније птице, познате по томе што се очерупају пре него што се поједу (Исто, 18,9.2015);

Извештавање новинара у избегличкој кризи често почива на „шеми игре“ у којој се кандидати такмиче за предност. Више је пута указано да се инсистира на поделама између нас и њих у различитом контексту, при чему се таква инсистирања могу и обележити одређеним изјавама.

Језик игре у анализираном садржају има следеће форме:

- Све се врти као бумеранг (РТС 1, Јутарњи програм, 22.9.2015);
- Велика мигрантска прича као велика сеоба народа постаје најтрагичнија прича 21. века, обећане земље, библијски егзодус стотине хиљада људи и сударање са капијама Европе које се гради, а свет је као глобално село (РТС 1, Око магазин, 31.8. 2015);
- Избеглице нису бројеви, то су људи (Исто, 10.9.2015);
- Ситуација се мењала као температура (Исто, 17.9.2015);
- Вода када је проспете, свуда нађе пут (Исто, 24.9.2015);
- Врата Европе која треба да се бар отшкрину (РТС 1, Дневник 2, 15.9.2015);
- Балкан не сме постати паркинг (РТС1, Дневник 2/3, 17.9.2015);
- Није 5 до 12 него 12.10 (РТС1, Дневник 3, 17.9.2015);
- Ми смо у сендвичу између два дела ЕУ (Б92, Вести у 16.00, 4.10.2015);
- Светионик миграција (Прва, Вести у 18.00, 11.9.2015);
- Ми се представа не играмо (Исто, 26.9.2015);
- Пошто свакога дана из његовог несесера или пернице изађе сијасет увреда, псовки на рачун Србије и ја не желим лично на то да одговарам (Прва, Ноћни журнал, 26.9.2015);
- Квоте избеглица су само кап у мору (Б92, Кажипрст, 15.9.2015).

Овакво извештавање се не бави суштинским питањима, јер су новинари фокусирани на изворе информација који треба да објасне шта се дешава на терену, уместо да самостално опсервирају ситуације и догађаје и презентују их публици, а извори да служе за добијање оних података који нису доступни радом на терену и увидом у догађај. Тако су медијски радници сконцентрисани на својства и мотивацију политичара, а не на питања управљања и решавања кризе. Оквирима игре често се указује на однос Србије и Европе у кризи.

### *10.5.3. Језик рата у стратешки уоквиреним прилозима о избегличкој кризи 2015. године*

Анализиран узорак садржи и конфликтне, кризне оквире који у себи садрже језик рата. Кроз такво обраћање субјеката исказана је критика или напад на друге актере. Овакав језик упућује на насиље између политичара. Употреба језика рата са собом носи више новинарске интерпретације и процене политичара укључених у сукоб. Овде се интервенција тумачи као степен у којем новинари спроводе одређене мисије и поткрепљују изјаве политичких субјеката, пристрасним уредничким ставовима и уводима, уместо да делују као објективни посматрачи.<sup>97</sup> Употребом оваквих изјава заузимају се стране у извештавању, а публика

<sup>97</sup> Пример тога су изјаве новинара попут: „Србија је за хиљаде миграната прва оаза мира на путу ка срцу Европе“ (Пинк, Ново јутро, 29.8.2015), „Доза хуманости, здрава брига за људе у невољи, земља која не диже ограда, даје им помоћ и место да предухну и наставе пут за бољим животом“ (РТС 1, Јутарњи програм, 1.9.2015), „Ако живите у Мађарској или Србији, а овде се налази ова ограда кажите ми шта она значи? Ограда која задржава Србију унутра, задржава уљезе“ (Б92, Вести у 20.00, 1.9.2015).

наводи да пружи подршку истакнутој опцији. Не пружа се увид у аргументе друге стране, нити се пружа перспектива осим оне коју поставља актуелна власт:

- Ми сада преговарамо у белим рукавицама (Б92, Вести у 20.00, 24.9.2015);
- Мађарка диже зидове наравно према варварима (Исто);
- Србија пили грану на којој седи (Исто),
- Реакција ЕУ је као да се ово дешава на другој планети (Исто, 21.9.2015);
- Орао пао (Исто, 18.9.2015)
- Не треба бити Баба Ванга да се знају губици (Б92, Вести у 16.00, 23.9.2015)
- Компромис је дакле да ухватимо ове људе Сиријце и Авганистанце и да их као кромпире ставимо у вреће (Исто, 26.9.2015)
- Отровне стрелице које су летеле из Београда ка Будимпешти и обрнуто (Исто, 18.9.2015);
- Претварање објективне невоље у предност (РТС 1, Око магазин, 10.9.2015),
- Људска права као димна завеса за борбу на овом простору (Исто, 31. 8. 2015);
- Србија и Македонија као предсобље Европе и које нису ни лук јеле, ни лук мирисале, а треба да снесу део одговорности, трошка и читаве муке (Исто, 31. 8. 2015);
- Стављање Србије у карантин (РТС 1, Дневник 2/3, 18.9.2015);
- Србија је држава онолико колико Милановић није државник (РТС 1, Дневник 2, 28.9.2015).
- Ситуација на мосту је данас личила на ратну зону, а онда им је мађарска полиција показала шта значи када се примени сила не бирајући средства (Исто, 16.9.2015);
- Побеснели Макс (Исто, 28.9.2015).
- Србија није сабирни центар (РТС 1, Дневник 3, 15.9.2015);
- Хрватска је нацртала име, веру и нацију на граници (РТС 1, Шта радите бре, 24.9. 2015);
- Орбан није добио велике пацке из Брисела (Пинк, Ново јутро, 6.9.2015);
- Лично разговарао бих и са црним ђаволом ако је то корисно за Србију (Прва, Вести у 18.00, 28.9. 2015);
- Гвантанаму у Европи (бацање сендвича у кампу Реске) (РТС 1, Дневник 1 и 2, 11.9.2015);

Употреба језика рата, које у укупном узорку на основу Табеле 15. није било мало (25,7%), води додатној драматизацији ситуације која може подићи ниво панике и страха међу публиком, уместо да јој пружи информације о кризи и упутство за понашање у истој. Тако публика добија детаљнији опис кризе уз пренос атмосфере, али чији је задатак да делује на емоције, а не разум публике.

#### *10.5.4. Статистички подаци и псеудоаргументација у стратешки уоквиреним прилозима о избегличкој кризи 2015. године*

Медији користе у овој кризи статистику да појачају одређене тврдње и ставове различитих субјеката, што се може уочити у половини анализираних узорка (51%). Њима се описује дневни прилив избеглица, висина добијене помоћи, број повређених или болесних итд. У анализираним узорку може се уочити и аргументација која је непримерена за извештавање било кога типа и која почива на:

##### **А) Говору мржње и дискриминацији:**

- Нека се врате одакле су дошли (Б92, Вести у 20.00, 12. 9. 2015);
- Примео бих избеглице у свој дом ако би то значило да остали неће кренути пут Европе (Исто);
- Грађани Хрватске неће улазити у трамваје запушеног носа (Пинк, Ново јутро, 25.9.2015);

## **Б) Пренаглашавању и сензационализму:**

- Мађари ће морати да пуцају по људима ако мисле да спрече продор избеглица (Прва, Вести у 18.00, 3.10.2015);
- Јуче сам носио крваву децу до амбулантних кола и та деца нису ништа крива (Б92, Вести у 16.00, 17. 9. 2015);
- Та жена мора да је неки велики стручњак, укинули Шенген, Даблин, а сад за нас да важи све што за њих не важи. Јел то сама смислила или јој је неко помогао? (РТС1, Дневник 2, 22.9.2015),
- Замолио бих посебно људе који на било који начин имају утицај на јавност у Србији да не измишљају и да не праве фантазмагоричне приче о катастрофама које нас чекају. Никаква нас катастрофа не чека, ни у погледу миграната, ни у ком другом погледу. Пред Србијом је динамичан раст (Исто, 15.9.2015).

## **В) Политичко бојење хаоса:**

- У ЕУ постоји недостатак Европе и у Европи постоји недостатак Уније, није време за страх већ за одлучну и јединствену акцију ЕУ због хуманости, људског достојанства и историјске правде (Б92, Вести у 20.00, 9. 9. 2015):
- Пропадоше завереничке теорије свих у Србији, таман сам се понадао да ће да дође једно милион и по у Србију, али нема ништа од тога (Исто, 25. 9. 2015):
- Не дај боже да смо ми некога назвали дивљацима. Ко зна шта би нам данас радили? Били бисмо део свих светских вести (Прва, Ноћни журнал, 26. 9. 2015);
- Питао сам лично европске званичнике шта је то Србија погрешила, где смо ми криви и чиме смо проузроковали овакву меру? Одговор је Србија није нигде погрешила и Србија ништа није учинила (Прва, Вести у 18.00, 22.9.2015);
- Понудио сам Вучићу да заједно од југа до севера организовано превозимо те људе, али нема одговора то је постала економска грана у Србији (Исто, 23.9.2015).
- Много сам солидаран и толерантан када треба да узем паре, а када треба нешто да дам, па макар само осмех и мало пажње одједном та солидарност нестаје (РТС1, Дневник 2, 19.9.2015).

Оваквим изјавама скреће се пажња публике са значајних и доминантних чињеница у кризи и пласирају се индивидуалне представе и перцепције које треба да обезбеде лакше убеђивање и појачају већ стечено поверење у одређене кризне менаџере. Поред тога, као вид псевдоратумената оне служе да скрену пажњу публике и то углавном почивајући ан инсинуацијама, етикетирању и приписивању одређених својства појединачним групацијама или личностима.

*10.5.5. Лого и стереотипне слике у стратешки уоквиреним прилозима о избегличкој кризи 2015. године*

У свим анализираним прилозима присутан је лого телевизије који се увек налази у горњем десном углу. Осим тога, у свега 7 прилога представљен је лого одређене политичке странке.

Како стереотипним сликама у теоријском делу није посвећена већа пажња, ни у анализи се баш због њиховог значаја неће у већој мери образлагати детаљи ових слика, али ће се као и у претходној студији случаја констатовати њихово постојање. У анализираним узорку су присутни стереотипни снимци избеглица на њиховом путу ка избегличким камповима или снимци њиховог боравка у парку у Београду код железничке станице.

## **10.6. Телевизијска презентација избегличке кризе из 2015. године као предмет анализе**

Кризна ситуација је доминантно представљена у широком контексту (92, 8%) што је у складу са природом кризе која ја глобална (Vubanђа, 2021: 52) и значи да се деловање Србије представља кроз поређење са другим земљама региона и света. Како је Србија земља кандидат за чланство у ЕУ, криза је била тест на коме се испитивало у којој мери Србија

прати европске препоруке. У мањој мери криза је приказана кроз национални оквир и узак фокус и то најчешће у оним прилозима који су потпуно били сконцентрисани на људске приче појединачних избеглица у Београду или су били сконцентрисани на унутрашње последице сукоба у пограничним деловима земље на живот грађана у Србији (Слика 29).



Слика 29. Контекст избегличке кризе 2015. године

Пошто је Србија одабрала хуману стратегију и успешно је спроводила, широк контекст је био пожељан и због поређења између одговорних и успешних „нас“ и оних других који нису довољно озбиљно приступили решавању мигрантског питања. Током извештавања о кризи у скоро половини прилога (48%) је наглашавана разлика између Србије и других земаља било региона или Европе које нису поступале у кризи довољно организовано и људски, као Србија (Bubanja, 2021: 52). Тиме се додатно истицала позитивна слика о Србији.

Избегличка криза се описује као криза губитка (32,4%), јер обухвата расељавање више милиона људи под притиском рата и терора (Слика 30).<sup>98</sup> Таква слика је била ојачана немогућношћу ЕУ да установи јединствену мигрантску политику и пронађе адекватно решење. Са друге стране, за разлику од многих земаља, Србија је за свој однос према избеглицама добила интернационалне похвале и служила је као пример како се треба поставити у кризи. Зато је за Србију, појединачно, ово криза победе и добитка, што показује 23% прилога (Bubanja, 2021: 52).<sup>99</sup>



Слика 30. Начин на који је криза приказана у стратешки уоквиреним прилозима: избегличка криза 2015. године

У више од половине узорка (59,2%) медијски прилог наговештава тежњу да се одржи затечено стање и ту се пре свега мисли на одржавање континуитета у хуманом приступу

<sup>98</sup> О кризним оквирима који упућују на губитак, тј. добитак у кризи и понашање субјеката у кладу са кризним последицама писали су Халахан (Hallahan, 1999: 214, 215), Капела и Џејмисон (Cappella & Jamieson, 1997: 47), Патерсон (Patterson, 1993: 57–58) итд.

<sup>99</sup> У овом случају стратешки фрејм који указује на победу би гласио „Србија се понаша хумано и одговорно, брине о мигрантима, поштујући европске вредности и европска правила и ЕУ то похваљује“ (Б92, Вести у 20.00, 16.9.2015) “, док би фрејм губитка био: „Србија се понаша отворено и пријатељски за разлику од Хрватске која криши међународне споразуме и против које ће се правда тражити правним путем или контра мерама“ (Б92, Вести у 20.00, 21.9.2015).

Републике Србије. Са друге стране, када прилог има улогу да укаже на неопходност промене затеченог стања, он није фокусиран на Србију, већ истиче апел на промену политике Мађарске или Хрватске или неопходност увођења заједничке политике и решења ЕУ.

#### *10.6.1. Презентација кризне ситуације у стратешки уоквиреним прилозима о избегличкој кризи 2015. године*

Опис тренутне ситуације је дат у 93% прегледаног садржаја, што је изузетно висок проценат и обухвата преглед ситуације са граница Србије или из прихватних центара (Bubanja, 2021: 53).

У 96% анализираним узорка, медији се баве наводним узроком кризе, тј. назначено је да је избеглички талас изазван ратом. У највећем броју прилога медији не разматрају узроке рата (67%) који је покренуо кризу, па се она и не декларише на основу категорија које је претходно утврдио Кумс (Coombs, 2007; Coombs & Holladay, 2002) као кризу насталу техничком, тј. људском грешком (Исто: 53).

У прилозима су наведене различите последице кризе, међу којима се посебно истичу: а) затварање граничних прелаза, главних саобраћајница и возних путева, па чак и теретног саобраћаја на граници са Србијом (139), б) примена силе у контроли избегличке руте (бацање сузавца и употреба водених топова у екстремним случајевима) (38), в) изградња зидова и ограда како би се спречио даљи улазак избеглица, али и доношење нове законске регулативе (58); г) велики број уморних људи, нарочито жена, деце и старих којима је потребна свака врста помоћи (89) итд.

У 74,5% испитаног садржаја субјекти се баве проценама ситуације. Највећи број прилога фокусиран је на процену броја избеглица који су ушли/изашли из Србије или неке друге земље, затим број избеглица у прихватним центрима или просечног времена које је потребно за регистрацију избеглица. Процене се односе и на касније предложен систем квота као потенцијалног решења за расподелу избеглица и колики је то број избеглица које би земље Уније појединачно требале да прихвате и интегришу у своје друштво. Поред тога, процене обухватају и бројеве повређених у сукобима избеглица и граничне полиције, сумама потенцијалне помоћи државама за забрињавање избеглица итд.

Предлог решења дат је у 46,5% прилога, што је низак проценат и не отвара могућност спекулација. Таква ситуација се може објаснити чињеницом да Европа није успела да усвоји решење које је општег карактера, већ су све одлуке почивале на државама чланицама. У свега 6 прилога се наговештава да је за решавање кризе важно зауставити сукобе на Блиском истоку. У прилозима који су фокусирани на Србију, решење за затварање граница је увек враћање на снагу слободе кретања људи и робе (Bubanja, 2021: 53) .

Слика о кризи није поједностављена, јер то није у интересу актера на власти и није у складу са изабраном хуманом стратегијом деловања Србије. Поједностављењем би се умањивали и напори Србије, чиме би њен хумани третман избеглица изгубио на значају. Ипак, у малом броју прилога (свега 4 прилога), када медији извештавају о проблемима локалног карактера, али у вези са избегличком кризом врши се поједностављење кризне ситуације, јер се покушава да се развије представа о постојању контроле и да српски политичари држе ствари у својим рукама на дипломатском нивоу.

#### *10.6.2. Презентација одговорности у стратешки уоквиреним прилозима о избегличкој кризи 2015. године*

О питању одговорности за покретање или ток избегличке кризе се не дискутује често (24,1%), а када медији о кризној одговорности спекулишу, она се може посматрати из два угла. У ужем смислу, медији покрећу дискусију о одговорности за догађаје на територији Србије, а који су проузроковани кретањем избеглица. У овом случају, одговорност се у потпуности скида са Србије и преноси на Мађарску (17%), Хрватску (37,3%) или Македонију итд. У ширем смислу, одговорност је у рукама ЕУ (40,5%), која није у стању да донесе системско решење за кризу (Исто).

Када је у питању избегличка криза у највећем броју прилога (67%), новинари не спекулишу порекло кризе и не декларишу је као кризу насталом техничком, тј. људском грешком.

У 22,6% прилога медији говоре о различитим сегментима који су локалног карактера и где у оквиру велике избегличке кризе, имамо више мањих локалних сукоба. Такав локални сукоб настаје када због превеликог прилива избеглица у кратком временском периоду Хрватска затвара своје граничне прелазе према Србији и зауставља трговински саобраћај или када Мађарска затвара граничне прелазе и поставља војску иза подигнуте оградe. Поред тога, истицање разлика се у оквиру ове глобалне кризе може посматрати на неколико различитих нивоа. На нивоу државе Србије, разлике између власти и опозиције се готово не истичу уопште, јер је Србија заузела хумани приступ, који се није могао оспорити и који је добио похвале на интернационалном нивоу. Разлике се пак у оквиру ове кризе посматрају на регионалном и међународном нивоу. Најчешће се прави разлика између Србије као хумане земље која поступа у складу са европским вредностима и принципом солидарности за разлику од земаља ЕУ (181 прилог), а потом се и прави разлика између Србије и Хрватске и степену њихове припремљености за кризу и степену организованости (93 прилога), да би се на крају правило поређење између српске хуманости и мађарске нехуманости (72 прилога). Разлике у понашању различитих земаља ЕУ, а које нису Мађарска и Хрватска, је сконцентрисано у 64 прилога.

У 98% прилога апелује се на морал и културу (Galtung & Ruge, 1965: 66-71) и солидарност са избеглим људима независно које тематике и фокуса је прилог. Дobar пример је: *„Имамо армију волонтера, али апелујемо да је потребно је обезбедити већи број професионалног кадра. Људи могу да нам помогну на различите начине, али најбоље што ће се укључивати у систематизовани одговор Црвеног крста“* (Пинк, Ново јутро, 29.8.2015) или *„Србија показује своју праву слику свету кроз ово што се сада дешава. Мислим да као што смо били солидарни једни према другима у време поплава, тако се сада показује једна људска солидарност и наш позитиван однос и сјајна организација. Ми показујемо да када је тешко, ми можемо и ту сарађује и цивилно друштво и републички органи и органи локалне самоуправе. Стварно је импресивно и на тај начин свако је са својим понашањем амбасадор Србије“* (РТС1, Дневник 1, 1.9.2010)“

Екстремни ставови о кризи нису учестали у овој студији случаја, али се могу идентификовати у форми ставова углавном мађарских политичара (понекад медијских радника) о односу Мађарске према кризи. У складу са тим, медији су преносили изјаве мађарског премијера и његових сарадника које су били следећег карактера:

- Европљани ће због избеглица постати мањина на свом континенту (РТС 1, Дневник 2 и 3, 4.9.2015);
- Прилив избеглица у Европу прети да подрије њене хришћанске корене (РТС1, Дневник 1, 3.9.2015);
- Мађари третирају избеглице страшно, то је Гвантанамо у Европи (РТС1, Дневник 1 и 2, 11.9.2015);
- Пријем избеглица с Блиског истока и Северне Африке на територију наше земље носи са собом три велика ризика: ширење заразних болести, тероризам исламске државе и стварање нових гета (Исто);
- Мађарска је земља са хиљадугодишњом хришћанском културом и не желимо да се наша земља мења због глобалне миграције. Мађари желе да живе у реду, миру, безбедности, а не у хаосу (Б92, Вести у 16.00, 14.9.2015)
- Изградња зида са Србијом, значи да избеглице треба да се врате тамо одакле су и дошле (Б92, Вести у 20.00, 12. 9. 2015);
- Примио бих избеглице у свој дом ако би то значило да остали неће кренути пут Европе (Исто, 12.9.2015);
- Мађарска полиција храни избеглице као животиње у обору (Пинк, Национални дневник, 11.9.2015).



Све изјаве су дискриминаторске иако нису широм Европе наишле на осуду. Мађарска није претрпела „пенале“ због оваквог дискурса иако јој је скретана пажња да став и понашање нису у складу са европским вредностима. Ипак, Мађарска је једина која је контролисала „капију Европе“ и успоравала проток избеглица на Запад.

#### **10.7. Елементи симболичке политике у презентацији избегличке кризе 2015. године**

Анализа је показала да стратешки оквири који су коришћени у извештавању о избегличкој кризи 2015. године обезбеђују реализацију симболичке политике са нагласком на политичке субјекте на власти. Они су доминантни извори у кризи и официјелни кризни менаџери који коментаришу сваки догађај у кризи независно да ли он долази из области здравства, безбедности, спољне политике итд. То истовремено значи да и велики број тих субјеката даје информације за које нису стручни: „*Они не носе са собом никакве болести и сукобе, они само пролазе овуда*“ (министар за рад, социјална и борачка питања – Пинк, Национални дневник, 15.9.2015). Велики број појављивања политичких субјеката на власти и континуирано сусретање публике са њима у време кризе доводи до персонификације политике, где се државне стратегије деловања у кризи претварају у личне одлуке, планове и решења: „*Нисам ја затворски чувар, нећу ја да узмем новце да бих држао избеглице на силу. У Србији раде све безбедносне службе, а МУП добро ради свој посао*“ (министар за рад, социјална и борачка питања – Пинк, Ново јутро, 4.10.2015).

Домаћа алтернативна гледишта о избегличкој кризи су од стране медија ретко приказивана, а ако и јесу публикована су заједно са доминантним и већ успостављеним дискурсом о кризној ситуацији. Домаћи алтернативни став о кризи дају представници НВО, а не опозиционе странке, углавном директор Центра за заштиту и помоћ тражиоцима азила.<sup>100</sup>

Чињеница да је избегличка криза била интернационална је значила да су деловање и поруке политичких субјеката на власти преношене на макро ниво и стављане у контекст државног става и деловања. То се најбоље види у изјавама премијера Србије који се више пута у току анализираниог периода обраћа интернационалној публици уз висок ниво драматизације.<sup>101</sup> Србија носећи са собом хуману стратегију решавања кризе, а уз помоћ медија, утицала је на презентацију расподеле моћи између државних институција, приватног и невладиног сектора, па чак и појединачних учесника кризе и покушавала да успостави план деловања у кризној ситуацији. Тај план почивао је на организованости и људскости. Тако се у изражавању политичких субјеката на власти може уочити понављање поређења између Србије као успешног борца у избегличкој кризи чије методе почивају на саосећању и хуманости, на супрот другима који су: неорганизовани, сурови, неспремни итд. Ово поређење је увод, разрада или закључак већине анализираних медијских прилога и има задатак да исправи установљену представу о Србији као насилној држави из прошлости.

Деловање државе и политичких субјеката и свих других учесника у кризи могло се посматрати на два нивоа. Први ниво односи се на позиционирање Србије и њену реторику на европској сцени, где је било значајно успоставити односе са бројним интернационалним играчима који носе различите количине моћи и утицаја под својим окриљима. Ту се посебно истицао однос Србије и Немачке<sup>102</sup> и Србије и Мађарске<sup>103</sup>. Други ниво је био националног

<sup>100</sup> Његове поруке које су медији публикова су најчешће имале следећу форму: „*Губимо трку са временом, време угрожава живот ових људи, на отвореном су и у нехуманим условима. Мајке и деца су мокри, немају где да се склоне. Потребни прихватни центри за до 10.000 људи, цео Београд прихвата људе, Београд може да буде светионик миграције...*“ (Прва, Вести у 18.00, 11.9.2015).

<sup>101</sup> Погледати фусноте 89. (172 страна) и 92. (174 страна).

<sup>102</sup> Током избегличке кризе канцелрка Немачке и српски премијер више пута су разговарали. Прилози који су пратили овакве састанке преносили су изјаве и поруке следећег карактера. „*Србија није чланица ЕУ, али због чињенице да мигранти у Србију улазе из Грчке која јесте и улазе у Мађарску, Србија је погођена проблемом избеглица, а проблем морамо другарски да решимо.*“ (немачка канцелрка). Премијер Србије је на овакве изјаве одговарао: „*Ово није проблем Немачке или било које појединачне земље, ово је проблем целе Европе, не чак ни*

карактера и захтевао је стварање представе о кризи која је почивала на контролисаности, организованости и сигурности како за грађане Србије, тако и за избеглице.<sup>104</sup>

У порукама којима су се државе чланице обраћале међународном јавном мњењу, па и домаћој публици, истицала се разноликост националних интереса унутар ЕУ.<sup>105</sup> То је указало на разлику у моћи између држава чланица и продубило је јаз, јер су поједине државе виделе прилику да се унутар Уније направе промене. Поред тога, неспособност Уније да заједнички приступи процесу решавања кризе и предложи јединствено и свеобухватно решење онемогућило је било какве ефикасне акције на нивоу држава чланица, али и држава кандидата, које су биле под још већим притиском него иначе (Lutovac, 2016: 47, 48).<sup>106</sup> ЕУ је континуирано пратила како се ове државе постављају у кризи, што је за многе од њих био тест демократичности и значило је додатно доказивање и показивање европског потенцијала тих земаља.

Као земља кандидат за чланство у ЕУ, Србија се налазила у фази испуњавања бројних критеријума и пролазила је кроз процес реформи. Пет година касније, после прве студије случаја, Србија је опет на још једном европском испиту који је требала да положи да би показала да може бити пуноправна чланица ЕУ. Влада Србије је избегавала да се упушта у тумачење узрока избегличке кризе, али и у анализу политика великих сила према том питању. Ипак, у више наврата изражено је очекивање и апел да ЕУ усагласи заједничку политику и постави јасне и јединствене стандарде према избегличкој кризи које је Србија спремна да прати. Влада Србије је од лета 2015. године водила активну политику у избегличкој кризи, која би се могла сажети у четири кључне тачке (Исто):

а) Створити позитивну слику о Србији у свету инсистирањем на хуманом односу према избеглицама;<sup>107</sup>

б) Ојачати савезништво са Немачком пратећи њену избегличку политику;<sup>108</sup>

в) Не дозволити да Србија преузме (пропорционално) више обавеза према избеглицама од других земаља, посебно оних из окружења;<sup>109</sup>

---

*само Уније. Ми смо спремни да сарађујемо и са Немачком и свим другим земљама, да та питања решавамо, спремни да иако нисмо део ЕУ да свој део одговорности понесемо“* (РТС 1, Јутарњи програм, 8.9.2015).

<sup>103</sup> Неки од састанака са представницима Мађарске медијски су представљани уз помоћ следећих порука: *„Мигранти дођу и прођу, проблеми дођу и прођу, а комшије остану. Тако ћемо се понашати и градити бољу будућност за оба народа“* (министар унутрашњих послова Србије). *„У Европи влада лицемерје и они не говоре отворено о величини проблема, али критикују оне који говоре. Мађарска тврди да је ово не само највећа криза већ и масовна миграција становништва која се неће зауставити и нико не предузима ништа, само нас оптужују“* (министар спољних послова Мађарске). *„Србија не може да дозволи да буде жртва непостојања јединствене политике ЕУ, а са друге стране, Србија се потрудила да се понаша достојанствено у овој ситуацији, коректно и према мигрантима и према државама у нашем окружењу“* (министар спољних послова Србије) (РТС1 Дневник 2, 18.9.2015).

<sup>104</sup> То се најбоље илуструје кроз изјаве политичких субјеката на власти: *„Избеглице дођу у Приштину, ми их региструјемо, дамо им храну, воду, медицинску помоћ, људи дођу у Београд и бирају своју руту, тако смо се понашали и тако ћемо се понашати“* (РТС 1, Дневник 2, 26.9.2015).

<sup>105</sup> Разноликост интереса држава у оквиру ЕУ су представљане кроз поруке следећег типа: *„Прошла ноћ ми је отворила очи видели смо каква је зорка настала, надам се да ће то бити позив за буђење да тако више не можемо да наставимо“* (аустријски канцелар) (РТС 1, Дневник 2, 5.9.2015), или *„Мађарска је земља са хиљадугодишњом хришћанском културом и не желимо да се наша земља мења због глобалне миграције. Мађари желе да живе у реду, миру, безбедности, а не у хаосу“* (мађарски премијер) (Б92, Вести у 16.00, 14.9.2015).

<sup>106</sup> О томе сведоче и изјаве попут: *„У ЕУ постоји недостатк Европе и у Европи постоји недостатк Уније, није време за страх већ за одлучну и јединствену акцију ЕУ због хуманости, људског достојанства и историјске правде“* (Б92, Вести у 20.00, 9.9.2015).

<sup>107</sup> Овај став Србије илуструју изјаве типа: *„Према људима односимо се као према људима. То је једини начин и једино се Србија на овом путу према мигрантима односи баи тако“* (РТС 1, Дневник 3, 31.8.2015)

<sup>108</sup> Овакав план Србије показују ставови политичких субјеката који се огледају у изјавама следећег облика: *„Ово није проблем Немачке или било које појединачне земље, ово је проблем целе Европе, не чак ни само Уније. Ми смо спремни да сарађујемо и са Немачком и свим другим земљама, да та питања решавамо, спремни да иако нисмо део ЕУ да свој део одговорности понесемо“* (српски премијер) (РТС 1, Јутарњи програм, 8.9.2015);

г) На унутрашње-политичком плану спречити да оваква политика изазове негативне последице на популарност Владе. Зато је српски премијер често слао поруке које је требало да умире публику и изграде представе о стабилности кризе и сигурности како народа, тако и избеглица у кризи.<sup>110</sup>

Политичке елите су тако на интернационалном нивоу градиле слике и значења о Србији која се успешно носи са кризом и то боље од других европских земаља. Овакве представе су публиковане независно од свакодневних дешавања у току кризе, што је ојачано истоветним погледом на кризну ситуацију свих чланова Владе Србије који су уједначено говорили о кризној ситуацији. Такво понашање политичких субјеката на власти, који су и главни извори информација медија је на линији резултата истраживања Сарцинелија (Sarcinelli, 1987: 59), а који се односе на тврдњу да се аргументација политичких субјеката на власти заснива на позивању на више вредности (слободу, хуманост), а што омогућава самоподржавање ставова доминантних субјеката у кризи и обезбеђује подршку од стране других актера (функционери локалног карактера, представници цивилних органа власти).<sup>111</sup> Опозиција је имала идентичан поглед на кризу, али њене интерпретације кризе нису добиле јавну презентацију или су тумачене као покушај нарушавања стабилности и европског пута Србије (свега 5 појављивања).

Када се деловање Србије посматра кроз интернационалну перспективу у домаћим медијима, хуманост је увек стављана у европски контекст према којем постоји двојак однос. Србија је хумана за Европу, али и упркос њој. Са једне стране, континуирано се истиче српско добротинство које је веће од европског, где се Србија велича и издваја у односу на друге европске земље. Како су стратегије ношења са кризом државе бирале самостално без претераног утицаја чланства у ЕУ на дати одабир, Србија је сопственим избором показала да у себи поседује мало „Европе“ и да јој је место у ЕУ. Домаћи политичари истицали су неопходност да Србија буде део европског решења када год до њега да дође и да је спремна да учествује у подели „терета“ – избеглица, без обзира на то што није пуноправна чланица ЕУ.<sup>112</sup> Тако се истовремено публици слала збуњујућа порука која се по потреби може искористити, како за указивање значајне повезаности са европским принципима, тако и за указивање разлика. Истовремено, како је дубље грабила у евро-итерацијске процесе, Србија је на један сасвим другачији, селективнији начин покушала да се ослободи терета прошлости деведесетих који се везивао за нехуману, ригорозну и криминалну Србију. Пласманом ове представе, Србија је покушала врло јасним резом да се лиши колективних наратија прошлости. Ова хуманост требала је да покаже евидентан напредак Србије која је отишла ка демократичности и толеранцији и пружи представу о једном новом ентитету који сада ношен

---

<sup>109</sup> Овакав став је илустрован у изјавама следећег типа: „*Не можемо да дозволимо да ми будемо једина жртва, осим самих тих људи који су мигранти. Зато је за нас та идеја да се све избеглице враћају, а да при томе још долазе из грчке и Македоније неприхватљива јер Србија није сабирни центар*“ (Б92, Вести у 20.00, 15.9.2015);

<sup>110</sup> „*Замолио бих посебно људе који на било који начин имају утицај на јавност у Србији да не измишљају и да не праве фантазмагоричне приче о катастрофама које нас чекају. Никаква нас катастрофа не чека, ни у погледу миграната ни у ком другом погледу. Пред Србијом је динамичан раст, Србија је у годинама и ове године и наредне три године земља исконског и динамичног економског раста. Ми само морамо да радимо још више, да се боримо још више, и резултати неће да изостану и да данас у ситуацији када смо најцењенији у свету после много година и то треба да искористимо да своју земљу позиционирамо онако како смо ту позицију изгубили у претходних 25 година*“ (РТС 1, Дневник 2, 15.9.2015).

<sup>111</sup> Такве су биле изјаве следећег типа: „*Приче и ова представа говоре о Остојићу, наша страна оличена у Александру Вучићу није хтела ни да разговара и одбијала је да разговара да мигранте третирамо као кромпире, као парадајз, као стоку, ми их не трпамо у вагоне и не водимо их на Хоргош као што их не водимо ни на Товарник, они сами људи одлучују где ће да иду. Ми се представа не играмо*“ (Б92, Вести у 16.00, 26.9.2015).

<sup>112</sup> То показују изјаве типа: „*То није тако велика ствар за организовану државу, желим да кажем да смо реаговали на европски начин и да смо тим људима показали једну хуману европску страну, усуђујем се да кажем чак и у овој згради ЕУ да смо чак понекад показали да смо већа Европа од неких европских држава. Желео бих да додам да иако нисмо чланица, спремни да узмемо нашу квоту избеглица, надам се да ћемо моћи да допринесемо свеобухватном ЕУ решењу*“ (Пинк, Национални дневник, 1.10.2015).

европским вредностима улази у међународну утакмицу, и која је, пре свега, тимски играч спреман на сарадњу.

Када је реч о националном нивоу, он је значајно разноврснији по питању елемената и аспеката на које треба скренути пажњу. Иако су медијски прилози о кризи апеловали на организованост, снимци са терена показивали су неуређеност, алкавост, нечистоћу, редове избеглица. Изјаве политичких субјеката на власти су се заснивале на истицању организованости и саосећања, а видео снимцима није придавана пажња. То се могло уочити нарочито у емисијама јавног сервиса попут Београдске хронике, Јутарњег програма (РТС 1, Јутарњи програм, 5.9.2015), али и Јутарњег програма на телевизији Пинк (Пинк, Ново јутро, 5.9.2015). Невладин сектор је апеловао да је неопходна свеобухватна реформа и рационализација азилног система и довођење у склад са европским и међународним стандардима.<sup>113</sup> Ипак, ови оквири су били тако мало видљиви да их је хумана слика у потпуности прогутала и на њих се није јавно скретала пажња, јер би то значио и подизање њихове видљивости.

Домаћој публици, заправо, Закон о азилу (Službeni Glasnik, 2007) није никада јавно представљен и објашњен.<sup>114</sup> Из овог разлога, приче о азилу повећавале су страх становништва од насељавања избеглица на српској територији. Ипак, овакви ставови су брзо препознати и неутралисани, јер су политички субјекти на власти као одговор на такве коментаре пуштали у етар поруке које су се заснивале на „српској снази и инату“ и у потпуности негирали овакав сценарио.<sup>115</sup> Простор за маневрисање у оквиру оваквих тема није био неограничен, јер су политички субјекти могли лако да изгубе кредибилитет. Зато су кризни менаџери, углавном функционери на власти истицали да Србија неће постати „сабирни центар“, нити „паркинг за мигранте“.<sup>116</sup> Такође, је указивано да су закони који би до тога и могли да доведу престали да важе, јер би ланац њиховог деловања почео много раније, пре него што захвати домаћу територију.<sup>117</sup>

Са друге стране, медијски су били испраћени захтеви које су Брисел и поједине државе чланице ЕУ упутиле Србији поводом великог броја неоснованих захтева за азил српских грађана. За Србију је на европској агенди питање од посебне важности било одржив повратак и прихват наших држављана, чији захтеви за азил нису одобрени у ЕУ. Заправо, избегличка криза је само додатно прогурала ово питање, јер је прихват избеглица значио мање места за домаће мигранте или је указивао на чињеницу да ће велики број њих бити враћен да би се створио простор за људе из ратом захваћених подручја (Beogradski centar za ljudska prava, 2017). Ово питање је било слабо видљиво у медијима, а јавни функционери у вези са овом темом су се ругали и шалили. Приликом посете министарке за европске послове Баварске, стекао се утисак неразумевања идеје и концепта одрживог повратка, а што је било видљиво у

---

<sup>113</sup> Овакви апели били су видљиви у изјавама следећег типа: „Људи у блату, по конвенцијама свака земља је дужна да прими избеглицу, потребна државна надградња, држава мора да узме ствари у своје руке по питању смеиштаја, асистенције, и да фокусира и активно приступа даљем прихвату ових људи, а питање је да ли и она може без финансијских средстава, али без државе не може бити говора о одрживом прихвату људи“ (РТС 1, Око магазин, 10.9.2015).

<sup>114</sup> Чињеница да је одређени број избеглица изразио намеру да затраже азил, није била јасна у смислу да то истовремено није значило да је захтев за азил и одобрен. Заправо „намера“ је значила само да је избеглицама био омогућен боравак и слободно кретање у земљи у року од 72 сата, пре него што су били у обавези да поднесу и службени захтев за добијање азила, што већина њих није чинила, већ је у том року напуштала Србију (Beogradski centar za ljudska prava, 2017).

<sup>115</sup> То потврђују и изјаве: „Сваке године губимо 35.000 људи, па код нас нико други неће доћи, неће нас спасити, ја не могу да учествујем тим идијотским теоријама не могу другачије ни да их назовем“ (Прва, Вести у 18.00, 19.9.2015).

<sup>116</sup> „За нас је та идеја да се све избеглице враћају у Србију, а да при томе још долазе из Грчке и Македоније је неприхватљива, јер Србија није сабирни центар“ (РТС 1, Дневник 3, 15.9.2015).

<sup>117</sup> Такве су изјаве министра за рад, социјална и борачка питања: „Даблински споразум, увођење тешког речника у политички живот, наставак политике жица, јер ти људи неће остати у Србији два дана, него пет, али онда ће кренути у Румунију или Хрватску, Босну и Херцеговину, док се Споразум о ремисији односи само на наше грађане“ (Пинк, Ново јутро, 4.9.2015).

изјавама: „Кажу да политички азиланти оду тамо и добију по 500/600 евра на месечном нивоу што је више од просечне плате у Србији. Немцима је потребно шест месеци да их врате, они за то време апсолутно ништа не раде, још ако на неко дете могу да добију још неки новац онда се врате и опет тако. Ви само смањите те паре и видећете да нема политичких азиланата“ (РТС1, Дневник 2, 3.9.2015).

Избегличка криза пробудила је и страх од исламизације Србије, што се медијски често враћало до историјске борбе против Турака и одбране српства. У суштини, то је био страх за идентитетским променама, које су већ биле присутне под дејством процеса европских интеграција. Акутни страх од корених промена, којима се губи оно што нас чини Србима, стварало је додатно таблоидизован јаз између „нас и њих“.<sup>118</sup> Ова идентитетска неусаглашеност је покушала да се надомести чињеницом да су јавно представљане приче о избеглицама које су требале да изазову саосећање и које су биле у складу са одабраном стратегијом државе у кризи. Такође, на сарадњу и мир позивали су сви чланови заједнице поред политичара, а то су били спортисти, уметници, али и обични људи који су излазили и помагали људима (РТС1, Београдска хроника, 4.9.2014). На тај начин, није се могло оспорити да је постојао континуирани труд да се помогне овим људима.

Стално су се повлачиле паралеле између ових избеглица и избеглица из 1991. и 1992. године. Ситуација није била слична, али је била дубоко уроњена у домаће политике сећања и носила је са собом искуства многих, а који су у њима могли пронаћи саосећање за ове људе.<sup>119</sup> Заправо, чињеница да је Србија прошла сличне догађаје у прошлости утицала је и на одабир државне стратегије која је онда имала јасне основе. Тако су се жртве и историјски дискурс искоришћавали, а медији су у томе одиграли важну улогу, јер су парцијалним представљањем дали легитимитет одређеним друштвеним вредностима.

Поред избегличке кризе, домаћа публика је била у прилици да сведочи и доноси судове о две мање кризе које су се дешавале истовремено са избегличким таласом и могу се преципирати као њен део. Прва кризна ситуација таквог типа, десила се на граничном прелазу са Мађарском, када је поред зидова и ограда, вршено насиље над избеглицама, а и становништвом Србије (бацање сузавца и пуцање из водених топова), а чиме је угрожен интегритет Србије. У овом случају о томе се није расправљало због дугогодишњег чланства Мађарске у ЕУ и њеног потенцијалног утицаја на процес придруживања. Сва морализујућа реторика која је била усмерена на насилне мађарске методе је системски утишавана, а примена силе и угрожавање интегритета Србије није стављано у први план. У фокус је стављано мађарско-српско пријатељство, а које је прерасло у заједничку дипломатску борбу против Хрватске у данима који су следили.<sup>120</sup> Чињеница да је Мађарска до тада изградила зид, ограду, затворила путеве ка Србији, а онда и нанела штету самој држави и њеним грађанима, остала је део само репортажа појединих медија.

У току периода који обухвата анализа, Србија се конфротирала и са Хрватском. Овај сукоб је био динамичнији и видљивији због сукоба из прошлости, уз понављајући дискурс о „нама и њима“. Хрватски званичници су то користили због додатних гласова на изборима, али и због чињенице да је у датој ситуацији на међународном и националном плану било неопходно пронаћи кривца. Медији су нефилтрирано преносили изјаве хрватских политичара које су биле стратешки обојене и указивале су у на доминацију Хрватске над Србијом, што је првобитно почивало на европском чланству Хрватске (иако то у овој кризи и у том тренутку, није било превише значајно). Поред тога, недипломатска реторика Хрватске

<sup>118</sup> Тако су представници десничарских покрета изјављивали: „Огромна криза која носи економске, здравствене безбедносне ризике и грађани Србије имају права да знају колика је и каква намера ЕУ да од Србије направи највећи азилантски центар у Европи. Борићемо се против намере ЕУ да у Србију насели 400.000 азиланата“ (Б92, Вести у 16.00, 30.8.2015).

<sup>119</sup> То се истицало и у политиком дискурсу: „Ми колико можемо да помажемо, али ја видим да је то највећи проблем у целој централној и западној Европи. Ми то у Србији не доживљавамо на такав начин јер смо ми имали 300.000, 400.000, 500.000 избеглица наших српских избеглица са простора бивше Југославије“ (РТС1, Дневник 3, 1.9.2015).

<sup>120</sup> Погледати фусноту 101 на 184. страни.

обојена појмовима: „варвари“, „муве“, „овнови“,<sup>121</sup> пласирана је са задатком да потчини и унизи Србију. Алудирано је и на слику о Србији из деведесетих када се о њој дискутовало као примитивној и насилној. Ратна и криминална прошлост повезивана је са садашњом избегличком стратегијом Србије, која је „тајно превозила избеглице ка Принциповцу“, „усмеравала их ка Хрватској“ и која је од избеглица правила државни бизнис.<sup>122</sup> Истицањем дипломатског пута<sup>123</sup>, али бригом о избеглицама, Србија је успела да добије подршку одређених европских званичника,<sup>124</sup> што је ову локалну кризну ситуацију и зауставило. Победничка реторика од стране српских званичника није изостала и величана је од стране домаћих медија.<sup>125</sup> Оваквом анализом се може закључити да су се у презентацији симболичке политике медији и политички субјекти на власти користили језиком игре и такмичења, спорта и метафорама најешће да би нагласили јаз између Србије и најчешће Хрватске, али и других земаља.

Симболичка презентација миграционе политике Србије у периоду анализе обухватила је коришћење симболичких ресурса, како би се добила подршка и легитимитет за политику коју је тадашња Влада спроводила, али и да би се формирала једна представа о кризној ситуацији која је била доступна широкој публици и која представљала медијску стварност. Поруче које су представници српске дипломатије преносили јесте да је Србија спремна да помогне, да се понаша као чланица Уније, да поштује европске и демократске вредности, а што је било у складу са планом немачке канцеларке о мирном решавању избегличке кризе. То је требало да буде потврда о континуираном раду Србије да постане чланица Уније. Стога је и доминантан оквир избегличке кризе простратешки оквир који представља Србију као земљу која у кризи делује организовано, хумано и саосећајно поштујући европске вредности и са тежњом да допринесе и учествује у европском решењу избегличке кризе. Овакав оквир део је наратива о Србији као европској земљи која почива на демократским вредностима и толеранцији, а који је успостављен са променама које су наступиле 2000. године и који се без обзира на промену власти се није променио.

## **11. АНАЛИЗА ТРЕЋЕ СТУДИЈЕ СЛУЧАЈА: БЕСПРАВНО РУШЕЊЕ ОБЈЕКТА У ГРАДСКОЈ ЧЕТВРТИ САВАМАЛА У ХЕРЦЕГОВАЧКОЈ УЛИЦИ У БЕОГРАДУ 2016. ГОДИНЕ – КРИЗА У САВАМАЛИ**

Трећа студија случаја одвија се непуних годину дана касније у односу на претходну студију. Она је пример националне кризе, локалног карактера која се односила на престоницу Србије, али која је без обзира на то обојена променом власти, медијском пасивношћу и неадекватном реакцијом на кризну ситуацију.

### **11.1. Друштвени контекст у коме долази до кризе у Савамали 2016. године**

Од 2012. године Србија се постепено померила од умереног страначког плурализма ка систему са преобладавајућом странком. Велика концентрација моћи у рукама СНС, а посебно премијера, утицали су на све већу забринутост у редовима опозиције и значајног дела јавности због могућег скретања ка апсолутистичкој владавини и урушавању демократије. Оцене Европске комисије о стању демократије у Србији су већ, у том периоду, указивале на

<sup>121</sup> То су изјаве: „Мађарка диже зидове наравно према варварима“ (Б92, Вести у 20.00, 24.9.2015), „Орао не лови муве, а ми смо орао“ (Исто, 18.9.2016) и „Ово није прича о два овна на брвну, овде се зна на чијој је страни одговорност и кривица за све“ (Исто, 24. 9. 2015).

<sup>122</sup> Такве су биле изјаве хрватског премијера: „Понудио сам Вучићу да заједно од југа до севера организовано превозимо те људе, али нема одговора то је постала економска грана у Србији“ (Прва, Вести у 18.00, 22.9.2015).

<sup>123</sup> „Пошто свакога дана из његовог несесера или пернице изађе сијасет увреда, псовки на рачун Србије и ја не желим лично на то да одговарам“ (Прва, Ноћни журнал, 26.9.2015)

<sup>124</sup> Европски комесар истицао је: „Нисте сами, ви сте Европљани, могу само да апелујем на друге да не подижу границе сада када смо успели да их срушимо“ (Б92, Вести у 20.00, 25.9.2015).

<sup>125</sup> Ово најбоље илуструју следеће изјаве: „Србија је држава онолико колико Милановић није државник“ (РТС 1, Дневник 2, 28.9.2015) или „Морам рећи да он мене много више подсећа на неке јефтиније птице, познате по томе што се очерупају пре него што се поједу“ (Пинк, Национални дневник, 17.9.2015).

политичке и економске притиске на медије, свеопшту слабост институција, недовољну независност правосуђа и недовољно конкретне резултате у борби против корупције (Lončar, 2016: 49).

Период између избора 2014. и 2016. године обележило је неколико догађаја који су битно утицали на карактер и ток кампање за ванредне парламентарне изборе 2016. године. Како је борба против корупције била главна тема претходних избора, очекивало се да ће владајуће странке испунити нека од својих изборних обећања. СНС је изградила репутацију и освојила поверење бирача, јер је током претходних кампања инсистирала на чињеници да је корупција највећи проблем са којим се Србија суочава. Ипак, са овим проблемом није успела да се избори ни до избора 2016. године (Stojiljković, 2014a: 8, 9). У центру пажње, биле су и владавина права и транспарентност јавног сектора, јер су департизација и професионализација јавне управе биле, такође, неостварена изборна обећања (Stojiljković, 2012a).

У овом периоду стигла је и ослобађајућа пресуда лидеру СРС-а, Војиславу Шешељу, пред Хашким трибуналом. То је отворило питање односа који ће се успоставити између некадашњег лидера и СНС-а, чији су оснивачи били иницијални чланови и сарадници Шешеља, али и повратка деведесетих година прошлог века и ауторитарне власти на домаћу политику сцену.

У таквим околностима се спекулисало о расписивању ванредних парламентарних избора након само две године. Ванредни избори се могу расписати из два разлога: 1) политичке неопходности, 2) политичких прилика и шанси (Strøm & Swindle, 2002: 575). Избори су неопходни када су политичке прилике нестабилне и када постоји политичка, друштвена или социо-економска криза, па је немогуће да влада одржи већину у парламенту. Тада су они неизбежни и оправдани. Када се ванредни избори расписују због политичких бодова, то значи да политичари (најчешће председници влада) виде шансу која им може донети корист за партију или за себе лично. У ситуацији када у Србији постоји одређена друштвена и политичка стабилност (одсуство социјалних и политичких конфликта) и када Влада има више од 4/5 подршке у парламенту (202 од 250 посланика), онда нема сумње да би узроци расписивања ванредних парламентарних избора били освајање нових политичких шанси и реизбор тадашњег председника Владе Републике Србије (Stojanović, 2016: 70). Уз подршку коју су он и његова странка уживали у јавном мњењу, избори су одржани ради обнове и продужења мандата до 2020. године, али и ради помоћи СНС-у на локалним изборима (Stojanović & Casal Bértoa, 2016).

Тако су једанаести ванредни парламентарни и локални избори одржани 24. априла 2016. године и од октобарских промена ово су били седми по реду избори за народне посланике. На изборима је учествовало око 20 регистрованих изборних листа, а владајућа коалиција окупљена око Српске напредне странке (СНС) задржала је већину на нивоу Републике и преузела АП Војводину и највећи број локалних самоуправа. Победник избора 2016. године била је СНС која је за две године значајно повећала број гласова (Vučićević, 2016: 24, 25). Иако Влада још увек није формирана у време кризних дешавања која је предмет анализе у овом случају, као и у свим контекстима кризе, у Табели 16. дат је преглед друге Владе Александра Вучића која је оформљена у августу 2016. године, а болдована су имена министара који су били значајни кризни менаџери и учесници у наведеној кризној ситуацији.

Како се криза догађа у моменту када је стара Влада распуштена, а нова Влада Републике Србије још увек није формирана, о значајним учесницима кризне ситуације, политичким субјектима на власти и официјелним творцима појединих стратешких оквира у самој студији говориће се у складу са њиховим позицијама које су добили по формирању Владе у августу 2016. године. На тај начин, у фокус се стављају позиције моћи и функције, а не појединачне личности. Такође, обзиром да кризна ситуација почиње након изборне ноћи, у данима које следе била је вођена значајна полемика која се односила на изборне резултате. Велики број опозиционих странака покушавао је да укаже на крају избора, велики број белих гласачких

листића и намештање процентуалне победе, ипак таква реакција је након неког времена угашена.

Табела 16. Састав друге Владе Александра Вучића 2016. године<sup>126</sup>

Ресор	Политичар	Детаљи
<b>Председник Владе Србије</b>	<b>Александар Вучић (СНС)</b>	до 31. 5. 2017.
	Ивица Дачић (СПС)	В.Д. од 31. 5. 2017.
<b>Први потпредседник Владе, министар спољних послова</b>	<b>Ивица Дачић (СПС)</b>	
<b>Потпредседник Владе Србије, министар унутрашњих послова</b>	<b>Небојша Стефановић (СНС)</b>	
Потпредседник Владе Србије, министарка грађевинарства, саобраћаја и инфраструктуре	Зорана Михајловић (СНС)	
Потпредседник Владе Србије и министар трговине, туризма и телекомуникација	Расим Љајић (СДПС)	
Министар одбране	Зоран Ђорђевић (СНС)	
Министарка државне управе и локалне самоуправе	Ана Брнабић (нестраначка личност)	
Министарка правде	Нела Кубуровић Кисић (СНС)	
Министар привреде	Горан Кнежевић (СНС)	
Министар финансија	Душан Вујовић (нестраначка личност)	
Министар пољопривреде и заштите животне средине	Бранислав Недимовић (СПС)	
Министар културе и информисања	Владан Вукосављевић (нестраначка личност)	
Министар просвете, науке и технолошког развоја	Младен Шарчевић (нестраначка личност)	
Министар рударства и енергетике	Александар Антић (СПС)	
Министар за рад, запошљавање, борачка и социјална питања	Александар Вулин (ПС)	
Министар омладине и спорта	Вања Удовичић (СНС)	
Министар здравља	Златибор Лончар (СНС)	
Министарка без портфеља задужена за европске интеграције	Јадранка Јоксимовић (СНС)	
Министарка без портфеља задужена за демографију и популациону политику	Славица Ђукић Дејановић (СПС)	
Министар без портфеља задужен за регионални развој и координацију рада јавних предузећа	Милан Кркобабић (ПУПС)	

Извор: Тањуг, Изабрана нова Влада РС, 11.8.2016, преузето са:

<https://www.srbija.gov.rs/vest/271024/izabrana-nova-vlada-republike-srbije.php>

Уопште, странке опозиције су између 2014. и 2016. године континуирано покушавале да скрену пажњу на теме демократског управљања и грађанских слобода и указивале на проблеме партиократије, нетранспарентног трошења јавних финансија и проблеме коруптивних и тајних уговора. Проблем је био у томе што су се представници опозиције много више бавили емоцијама публике и потенцијалних бирача, него што су заиста нешто радили и доприносили видљивости и активностима. Подсећања на мрачну прошлост и упозорење да би могло доћи до слома друштва и демократије више су плашила грађане, него што су имала било какву другу улогу (Lončar, 2016: 67).

Када је у питању економска ситуација у земљи одређени макроекономски показатељи су били охрабрујући. Инфлација је била прилично ниска, а незапосленост је била у сталном паду према званичним статистикама. Ипак, јавни дуг је у том раздобљу стално растао, па је на крају 2015. године износио 77 посто БДП (61,2 % на крају 2013. године). Негативну економску слику додатно је бојило заустављање инфраструктурних пројеката, попут

<sup>126</sup> Поједине функције и личности су у табели наглашене (*болдиране*), јер су то особе које су имале значајнију улогу у кризној ситуацији.



одустајања Русије од изградње „Јужног тока“, а и Србију су у пролеће 2014. године погодиле разарајуће поплаве (Vučićević, 2016: 25). Јавни расходи и приходи су били усклађенији, међутим, консолидација прорачуна је спроведена захваљујући уштедама које су постигнуте смањењем пензија и плата у јавном сектору. Оваквим мерама терет фискалне консолидације пребачен је на грађане, који су тиме додатно осиромашени. Уштеде на другим пољима нису спроведене. Реформа управе, јавних предузећа, предузећа у стечају и оних с већинским државним власничким уделом, није спроведена. Свеукупно, економска политика нове владе представљала је наставак политика претходних српских влада – привлачење страних улагања уз отварање нових радних места, али без јасне стратегије индустријског развоја, као и наставак борбе против корупције (Исто).

На крају, посебно се истицао проблем медијске цензуре који је постао актуелан још пред изборе 2014. године, јер су тада обарани медијски сајтови на којима су били публиковани текстови који критикују власт, укидане су ТВ емисије које су биле критички настројене према власти и отпуштани су критички настројени новинари (посебно – укидање „Утиска недеље“ и отпуштање Оље Бећковић). До избора 2016. године питање слободе медија постало једно од кључних показатеља слабости демократије у Србији (Lončar, 2016: 50, 51).

### *11. 1.1. Медијски контекст у Србији 2016. године*

У 2016. години положај медија у Србији се погоршао у односу на претходне године обухваћене анализом. Материјални положај медија био је све гори како због дугогодишње економске кризе, тако и због недовршене приватизације и суфинансирања медијских садржаја из буџета државе. Поред тога, положај медија отежавао је велики број медија (који није носио са собом информативни плурализам), што је значило и мале зараде за медијске раднике. То је показало и истраживање „Репортера без граница“ (RSF), који су указали на негативан тренд пада медијских слобода у Југоисточној Европи. Србији је додељено 59 место на листи, што је било боље од резултата 2015 године (67 место) (Jovićević, 2017). Иако је по овом годишњаку Србија напредовала, по извештају Фридом Хауса из априла 2016. године, Србија је била једна од 199 држава (које учествују у истраживању) у којој су медијске слободе најбрже опадале. Србија је губила поене у свим категоријама које се посматрају као индикатори слободе медија: утицај политичких и економских структура, притисци на новинаре, напади на новинаре итд. (Freedom House, 2016).

Највећа новина на медијском тржишту 2016. године била је нов Закон о оглашавању (Paragraf, 2016). Током јавне расправе поводом Нацрта закона НВО и медијска удружења указала су на то да област „јавног оглашавања“ није уређена ни медијским законима, ни законима који уређују оглашавање. Власт је обећала да ће се ова врста оглашавања регулисати посебним законом, што још увек није учињено. Док се оглашавање државних органа и јавних предузећа на радију и телевизији обавља без правила и надзора, оглашавање у штампи се остварује кроз систем јавних набавки, који дозвољава избегавање позива за набавку, директно уговарање, изостављање непожељних конкурената итд. уз врло формалну контролу надлежног министарства. Овом политиком настављено је нетранспарентно и арбитрарно одлучивање о распоређивању јавног новца (Matić, 2018: 60).

Када је реч о Јавном медијском сервису, 2016. година је требала да буде пионирска, јер је успостављање новог извора финансирања било предвиђено за почетак године. Ипак, крајем 2015. године донет је посебан Закон о привременом уређивању наплате таксе за јавни сервис (Paragraf, 2016а), као и Уредба о финансирању јавних медијских сервиса из буџета Републике Србије у 2016. години (Pravno-informacioni sistem RS, 2016) и сходно њима почетак примене претходно декларисаног „самосталног“ финансирања одложен је до 31. децембра 2016. године. Такође, почетком 2016. регулаторно тело је именовало нове чланове Управног одбора РТС-а и Управног одбора РТВ-а, а који нису били „из реда угледних стручњака из области које су од значаја за обављање послова установа јавног медијског сервиса“ као што је предвиђено Законом о јавним медијским сервисима. Након победе СНС-а на покрајинским

изборима 2016. године, нови Управни одбор РТВ-а сменио је управу РТВ-а, као и значајан број уредника и новинара (Matić, 2018: 61).

Током кампање за изборе 2016. године, дошло је до кршења медијских кодекса и констатована је предност владајуће странке у извештавању о изборној кампањи и нејасно разграничење државних и страначких активности. Посматрачка мисија ОЕБС-а (OSCE, 2016) оценила је да су активности Владе и владајуће странке у склопу информативног програма биле доминантна тема. Мисија ОЕБС-а је упозорила на коришћење државних ресурса за потребе промовисања представника владајућих странака (Исто).

Након избора и добијања већине и у покрајинском парламенту, дошло је до смене тадашњег „уредничког дела“ јавног сервиса Аутономне Покрајине Војводине, што се доводило у везу са политичком непогодношћу дотадашњег руководства. Због скретања пажње медија на оваква дешавања баш након избора, у лето 2016. године информативна служба Српске напредне странке приредила је изложбу под називом „Нецензурисане лажи“. На њој је приказано преко 2.500 текстова, карикатура, насловних страна новина и ТВ емисија, објављених у последње две године, а које се критички односе према председнику Владе и Влади. Сврха изложбе је била да се покаже да у Србији нема цензуре (Beogradski centar za ljudska prava, 2016: 49).

Иако је Влада Србије имала велику подршку представника Европске уније који у јавним наступима подржавају рад Владе и реформе које се спроводе, оцена стања у медијима није била позитивна. Напротив, Европска комисија оценила је да медијски закони нису били у потпуности спроведени, као и да приватизација медија није довела до веће транспарентности власништва. Већина медија је током 2016. године била наклоњена коалицији на власти и позитивно је извештавала о активностима владајуће коалиције и председника Владе. Актуелна власт је скоро сваку критику или примедбу изнету у медијима или на конференцијама за штампу оцењивала као покушај рушења председника Владе или целе Владе, не уздржавајући се од веома увредљивог начина обраћања новинарима. Власт и други центри моћи доживљавали су медије као средства за личну промоцију и места за нападе на политичке противнике користећи се непристојним речником, популистичком аргументацијом и етикетирањем (Beogradski centar za ljudska prava, 2016: 205-211).<sup>127</sup>

#### *11.1.2. Омбудсман и повереник за информације од јавног значаја и заштиту података о личности као актери у кризи у Савамали 2016. године*

За трећу студију случаја од изузетног су значаја биле институције омбудсмана<sup>128</sup> и повереника за информације од јавног значаја и заштиту података о личности<sup>129</sup> као специфични видови државних органа који треба да штите права грађана. У складу са својим функцијама, повереник и омбудсман (као и Повереник за заштиту равноправности и Државна ревизорска институција, Агенција за борбу против корупције) на годишњем нивоу

<sup>127</sup> У мониторингу који је, у периоду од 1. марта до 31. августа 2016. године, спровео Савет за штампу, оцењивано је осам дневних новина: *Политика*, *Данас*, *Вечерње новости*, *Блиц*, *Ало*, *Курир*, *Информер* и *Српски телеграф*, а у погледу поштовања Кодекса новинара. Поразан је податак да је у том периоду професионални кодекс прекршен у 3.191 тексту објављеном у овим новинама. Забрињавајуће је што је у 2016. години, према изјавама чланова Савета за штампу број прекршаја новинарског кодекса порастао чак за једну трећину у односу на исти период 2015. године (Beogradski centar za ljudska prava, 2016: 208-211).

<sup>128</sup> Заштитник грађана или омбудсман је независан и самосталан државни орган, задужен да штити и унапређује поштовање слобода и права. Он контролише, проверавајући наводе, притужбе или поступајући по сопственој иницијативи, да ли органи државне управе, републички јавни правобранилац, органи и организације које врше јавна овлашћења према грађанима поступају у складу са законима и другим прописима РС или начелима рада добре управе (Омбудсман, 2021).

<sup>129</sup> Повереник за информације од јавног значаја и заштиту података о личности (у даљем тексту: повереник) је самосталан државни орган, независан у вршењу своје надлежности, који врши послове заштите података о личности, и чији је широки делокруг надлежности утврђен чланом 77. Закона о заштити података о личности. Повереник врши своја овлашћења, у складу са овим законом, на територији Републике Србије, а поступа у складу са законом којим се уређује општи управни поступак, као и сходном применом закона којим се уређује инспекцијски надзор, ако овим законом није другачије одређено (Повереник, 2021)

предају извештај који указује на различите видове престапа коју су учињени током текуће године, али и представљају различите видове препорука самих органа како да се унапреди рад државног сектора тако да буде по мери грађана, чије интересе и треба да заступа (Državna revizorska institucija, 2014: 7-10).

Ако се у 2016. години сагледа реакција власти на деловање ових независних институција које штите људска права може се стећи утисак да представници владајуће већине нису схватили да независна тела нису представници опозиције, већ контролни део власти. Ово неразумевање улоге независних тела често је и извор проблема са којима се ова тела сусрећу у напорима да се грађанима омогући пуно уживање и заштита њихових права (Исто). У складу са тим, извештаји ових институција иако су публиковани, те године нису стављени на дневни ред пленарне седнице Народне скупштине на којој би се и разматрали. Такође, те године, надлежни органи су више пута подносили тужбе против Повереника због његових реакција када је у питању слобода информисања и доступност података (Beogradski centar za ljudska prava, 2016: 208-211).<sup>130</sup>

Задатак омбудсмана и повереника био је да заштите јавни интерес грађана и очувају право јавности да зна, али и онемогуће било какве врсте злоупотреба грађана од стране законодавних, извршних или судских органа власти, ипак то није увек било могуће без обзира на труд ових институција цивилног друштва (Исто). Један од најупадљивијих примера неодговорног односа власти према правима грађана да буду обавештени јесте сам случај Сававала у коме је владало потпуно одсуство информација.

### *11.1.3. Дуготрајно преткризно стање: „Афера пиштољ“ и „Београд на води“*

Нелегално рушење објеката у градској четврти Сававала као кризни догађај је био специфичног карактера не само зато што је пратио изборну ноћ, већ и због чињенице да јасних навода да до овакве ситуације може доћи у том тренутку није било. Ипак, данас, када се са дистанце сагледа ова криза могу се уочити неки елементи и догађаји који су можда и неколико година раније могли да наведу на закључак да је овај степен криминалитета подржан од највиших органа власти, ипак могућ.

Један од првих таквих догађаја јесте прљава кампања која је вођена против заштитника грађана која је почела током 2014. године. Тада су јавно изнете информације из архиве Министарства унутрашњих послова, а поводом контраверзног случаја самоубиства из 1993. године које је било почињено оружјем за кога се сматрало да је незаконити поседник био заштитник грађана – Саша Јанковић. Кампања клевете вођена је преко таблоидних медија који су инсинуирали да је Саша Јанковић на неки начин одговоран за смрт свог пријатеља из студентског доба. Истрага полиције из 1993. године је закључила да је Јанковићевим пиштољем извршено самоубиство, али су медији довели у питање ове налазе, ослањајући се на владине изворе и званичнике владе и владајуће странке. „Афера пиштољ“ трајала је скоро месец дана, а циљ је био да се умањи Јанковићев лични кредибилитет и да се припреме услови за његово разрешење. То је било важно, јер се у јавним круговима спекулисало да би омбудсман могао бити и будући председнички кандидат за изборе 2017. године, па је у складу са тим доживљаван као претња и опозициони представнички кандидат. Као одговор на ову кампању, коалиција група цивилног друштва и појединаца покренула је контра-мобилизацију за подршку омбудсману. Састанак премијера и омбудсмана, организован под међународним притиском, окончао је кампању клеветања (Владисављевић, 2019: 306).

---

<sup>130</sup> У мају 2016. године Републико јавно тужилаштво поднело је тужбу Управном суду у Београду против Повереника, јер је од Министарства одбране тражио да Фонду за хуманитарно право (ФХП) достави податке чије би објављивање, како оцењује тужилац, „угрозило одбрану земље, националну и јавну безбедност, као и личну безбедност официра и подофицира“. Фонд за хуманитарно право оценио је да подношењем тужбе Републичко јавно тужилаштво злоупотребљава законска овлашћења у циљу заштите појединаца и институција од одговорности за злочине из прошлости, на уштрб права јавности да зна, те да ове тужбе заправо представљају отворени напад на службу повереника за информације од јавног значаја и заштиту података о личности (Beogradski centar za ljudska prava, 2016: 41).

Након тога, а током 2015. и 2016 године, извештаји и изјаве омбудсмана су континуирано сензационалистички и подривајући коментарисани у медијима уз наглашавање да заштитник грађана није надлежан за различита питања и да је опозициони пиун и страни плаћеник који напада државне институције.

Други такав догађај, у вези је са јединим од предизборних обећања СНС-а и део је економског плана који је представљен 2012. године, а који се односи на значајне инфраструктурне пројекте. Такав пројекат и окосница ове економске ставке био је „Београд на води“. Уговор о заједничком улагању у пројекат „Београд на води“ потписан је у априлу 2015. године између председника Управног одбора „Игл хилс“ (*Eagle Hills Properties*), Мухамеда Алабара (*Mohamed Ali Alabbar*), директора предузећа „Београд на води“, Александра Трифуновића и министарке грађевинарства, саобраћаја и инфраструктуре, Зоране Михајловић у име Владе Србије.

Пројекат је био оспораван и пре потписивања уговора,<sup>131</sup> а контроверзе су се наставиле и након тога. Јавност је обавештавана о причама о улагању партнера из Уједињених Арапских Емирата (УАЕ) од више милијарди долара уз дискутабилну поделу профита, а и помињане су стотине хиљада нових радних места за које су српски радници требали да имају предност. Такође, правни систем Републике Србије је прилагођен потребама страног инвеститора, а власт се оглушила о примедбе стручне јавности да такав пројекат није добар за Београд и да му није место у градској четврти Савамали (Stevanović, Marković, Rudić, DCV, 2015).

Посебан проблем представљала је чињеница да је Закон о експропријацији прецизно одређивао у којим случајевима се може утврдити јавни интерес за експропријацију. У те случајеве нису спадали пословни и стамбени објекти намењени продаји, као ни објекти који служе туризму и угоститељству, а што је „Београд на води“ подразумевао. Зато је Влада Србије донела посебан закон којим је изградња „Београда на води“ проглашена јавним интересом. То је представљало проблем зато што тако отворена могућност да се концепт јавног интереса потпуно запостави путем лекс специјалиса и већине у Парламенту. Тако је омогућена експропријација приватног власништва због приватног интереса који је посебним законом проглашен за јавни (Исто).

Трећи догађај који је могао да наговести случај рушења и оно што ће се дешавати након њега је у великој мери био повезан са реакцијом јавног мњења на пројекат „Београд на води“, а која је била оличена у низу јавних окупљања и демонстрација. Посебну улогу у томе је имала иницијатива „Не да(ви)мо Београд“ која је покренута 2014. године, када је давала подршку омбудсману, приликом „Афере пиштољ“. Иницијатива је била формирана са јасним образложењем и циљем и то као група људи различитих профила, занимања и уверења, окупљених око заједничког циља да се: „бори у јавности и кроз надлежне институције против пројекта „Београд на води“, и праксе градских и државних органа да проналазе креативне начине заобилажења, кршења или мењања постојећих закона, правила и процедура развоја града“ (N1, 2016). Циљ је био да се истакне да је дати пројекат превара српске политичке елите која је спроводи у сарадњи са режимским медијима. Број окупљених грађана на протесту је варирао, али независно од броја окупљених, медији нису јавност обавештавали о грађанском револту, бар када су у питању телевизије са националном фреквенцијом (и јавни сервис и комерцијалне телевизије). Символ протеста била је велика жута патка као синоним за политичку или новинарску превару. Патка ће остати обележје свих окупљања која ће постати још масовнија након кризног догађаја који је и предмет анализе у овој студији случаја.

---

<sup>131</sup> Постојале су контроверзе о стварној вредности пројекта, као и процентуалном власништву између државе Србије и компаније „Igl hills“. Такође, на првом представљању пројекта, јуна 2014. године, речено је да ће централни парк Београда на води имати 37,5 хектара, да би потом у прегледу површина централног парка била утврђена скоро 14 пута мања површина од 2,7 хектара итд. (Stevanović, Marković, Rudić, DCV, 2015).

#### 11.1.4. Кризна ситуација и анализа јавног дискурса о кризи у Савамали 2016. године

У ноћи између 24. и 25. априла 2016. године, а дан након парламентарних избора, организована група људи са црним фантомкама на лицу и у црним униформама је уз помоћ тешке механизације и багера срушила низ приватних објеката у градској четврти Савамала у Херцеговачкој улици у Београду. За догађај, шира јавност је сазнала касније, јер медијског покривања догађаја није било.

Наведена лица су користећи палице и батеријске лампе, а уз примену физичке силе и претње, извлачила грађане које су се затекли у датим објектима и возилима на овом подручју и потом им физички онемогућавали да оду било где. Људима су одузети мобилни телефони, а возила и објекти су претресени (Beogradski centar za ljudska prava, 2016). Након што су узели оружје пронађено у објектима и видео записе са камера за обезбеђење, срушили су више објеката уз помоћ довозене механизације. Након два сата маскирана лица су напустила овај део града претећи затеченим грађанима да никоме не кажу шта се десило. Ипак, више њих је позвало дежурну службу Полицијске управе Београда, а неки су и отишли до полицијске станице Савски венац и пријавили догађаје који имају обележја кривичних дела. Нико од полицијских службеника се није појавио на месту догађаја. Нико од медија није био на лицу места и обавестио ширу јавност о томе шта се десило у самом центру главног града (Beogradski centar za ljudska prava, 2016).

По питању овог случаја, а након неколико дана, први се јавности обратио градоначелник Београда који је уверавао грађане о безбедности и сигурности Београда и указивао на чињеницу да ће се случај рушења истражити (Прва, Вести у 18.00, 4.5.2016).<sup>132</sup> Уз велику дозу самопоуздања и без изражавања било какве забринутости или сажаљења, први човек града није дао никакве значајне информације о догађају. Његов говор је био хладан, смирен, а лице мирно и без већег показивања узрујаности и стреса. Градоначелник Београда је континуирано у својим јавним обраћањима негирао било какву умешаност власти у рушење наведених објеката, иако за такве тврдње није имао доказа, нити је аргументовано бранио такав став. Није долазило до пребацивања одговорности, нити решавања проблема, већ је стратегија порицања била доминантан метод ношења са кризом. То показују и изјаве: *„Немам коментар на такве ствари, дакле тиме се бави тужилаштво, бави се полиција, не бави се град Београд. Значи ја могу да одговорам на питања која су везана за моју надлежност. Дакле, град Београд, градске институције нису учествовале у томе и неколико сам пута то поновио, поновићу то сада и вама немам коментар на такве ствари, јер се нисам бавио тиме, ни на који начин град Београд није у томе учествовао“* (Б92, Вести у 20.00, 7.5.2016).

Једанаестог дана од спорног догађаја, Више јавно тужилаштво у Београду наложило је полицији да истражи случај рушења објеката у Савамали и достави тужилаштву извештај о утврђеним чињеницама (Влис, 2016). Међутим, убрзо после овог налога на терен је изашла механизација Београд пута и Градске чистоће да, по решењу Комуналне полиције, рашчисти шут који је остао након рушења и тако је угрозила поступак обезбеђења доказа. То је урађено уз дозволу град Београда, а са циљем да се на месту срушених објеката, што пре крене са изградњом паркинга за потребе пројекта „Београда на води“ (Beogradski centar za ljudska prava, 2016: 34, 110).

По притужби великог броја грађана, омбудсман је спровео поступак контроле законитости и правилности рада Министарства унутрашњих послова у овом случају и утврдио да Полицијска управа за Град Београд МУП није благовремено и ефикасно

---

<sup>132</sup> Прво обраћање градоначелника Београда по питању рушења објеката у четврти Савамала је носило са собом пребацивање одговорности са градских органа власти: *„Нисам се распитивао обзиром да се не мешам у рад надлежних органа, дакле људи који се баве тиме. Оно што је важно и што сам већ рекао, али поновићу и вама, нити град Београд, нити било која институција града Београда није у томе учествовала и то је дакле оно за шта сам ја одговоран, да контролишем њихов рад, а ово остало препуштам онима чији је то посао“* (Прва, Вести у 18.00, 4.5.2016).

поступала (B92, Вести у 20.00, 9.5.2016).<sup>133</sup> Будући да је бесправно рушење објеката узнемирило јавност у Србији, затражена је информација од Вишег јавног тужилаштва у Београду ко је поступајући тужилац. Информација је добијена тек после интервенције повереника за информације од јавног значаја и заштиту података о личности (у даљем тексту: повереник) (Beogradski centar za ljudska prava, 2016: 34, 110).

Деловање по дужности омбудсмана и повереника и њихово континуирано позивање власти на одговорност изазвало је серију догађаја у вези са кризом. Тако су Поверенику стизале претње путем друштвених мрежа („*Настави да се интересујеш за акцију људи под фантомкама и бићеш у прилици да се сретнеш*“), а које су јавно презентоване и публиковане и од стране медија обухваћених анализом (B92, Вести у 20.00, 4.5.2016). У вестима су приказивани постови и расправе у коментарима на званичној Твитер страници повереника (РТС 1, Дневник 2, 4.5.2016). Ипак, повереник је покушавао да медијско извештавање које је по овом питању било изразито таблоидно, јавно неутралише и смањи већ изражену забринутост и страх јавности. Са друге стране, омбудсман је након публикавања резултата истраге истицао да је прислушкиван, што је оспоравано од стране власти. Представници владајуће коалиције су овакве изјаве користили да се шале на рачун омбудсмана и подривају његовог интегритет. Овога пута, реакција је долазила од министра унутрашњих послова који је истицао да је случај испитан, али да је омбудсман одбијао да по том питању сарађује са полицијом. Омбудсман је ово, потом, негирао (Прва, Вести у 18.00/Ноћни журнал, 12/13.5.2016).

Министар унутрашњих послова је у складу са nereаговањем полиције био једно од кључних лица кризе које је давало изјаве у вези са рушењем у Савамали обзиром на чињеницу да је управљање полицијом било део његовог ресора. Министар је у својим монотоним излагањима, пуним дигресија и спорим темпом, одговорност пребацивао са полиције: „*Биће расветљено рушење бесправних објеката у централној београдској четврти Савамала, а испитаће се и наводи омбудсмана Саше Јанковића да полицаја у том случају није реаговала. Нема одговорности полицијског врха и треба сачекати завршетак истраге и извештај тужиоца да би се утврдило шта се заиста десило*“ (РТС1, Дневник 2, 12.5.2015).

Премијер се током ове кризе више пута обраћао јавности. На самом почетку се истицала чињеница да власт није умешана, „*али и да јесте да то није много важно, јер су објекти били нелегални и бесправни и да их је свакако требало порушити, али током дана*“. Оваква реторика и изјаве сличног типа су јасно показивале негирање и неуважавање људских права. Поред тога, оне су затварале могућност даље дискусије на ову тему, јер се од главних државних челника није добила јавна критике, нити израз жаљења и адекватна осуда поступка. Шта више, јавни наступи премијера, а после и других функционера са собом су носили поруке коју су јавност требале да убеди да су дати објекти били ругло центра Београда, као регионалног центра и да је дати простор био поприште „*скитница, наркомана, змија и пацова*“. Питање људских живота, уништене имовине, претрпљеног страха није ни у једном тренутку спомињано, али се радило на јавном унижавању власника објеката и њиховом повезивању са криминалном прошлошћу и криминалним групама (Мучибабић & Алексић, 2016).

Премијер када говори на тему Савамале, лако се пребацује и на друге теме које вешто преплиће са случајем рушења објеката. Он тада углавном истиче свој успех у решавању других криминалних случајева, па се наслућује да ће тако бити решен и сваки други случај, па и Савамала итд. Премијер никада самостално не иницира говор на ову тему, већ је под притиском новинарских питања приморан да говори о њој. О бесправном рушењу у

---

<sup>133</sup> Заштитник грађана је овим поводом дао следећу изјаву: „*У поступку контроле утврђене су чињенице и околности које недвосмислено указују да је у раним јутарњим часовима 25. априла у београдском насељу Савамала већем броју грађана, прекршено право на слободу и безбедност, неповредивост физичког и психичког интегритета и заштиту имовине и то дрским и вандалским понашањем веће групе маскираних лица, а да надлежни орган - полиција при Министарству унутрашњих послова, није предузимала мере и радње које су за такав случај прописане и потребне.*“ (B92, Вести у 20.00, 9.5.2016).

Савамали говори ниподаштавајућим тоном који временом постаје изнервиран, када и повисује глас и више гестикулира. Неретко, премијер држи паралелно дланове и на тај начин наглашава оно што говори.

Специфичан тренутак у овој кризној ситуацији је изненадна смрт чувара из Савамале на Војномедицинској академији, а који је сведочио да су га људи са фантомкама везивали (Пинк, Национални дневник у 16.00, 25.5.2016). Иако, је касније потврђено да је умро од болести и погоршаног стања изазваног ранијим обљењима, за опозицију је ово био разлог да се укаже на мафијашку и криминалну прошлост, која се „кумовски“ везивала за уклањање сведока. Том приликом, посебан фокус је стављен на министра здравља који је као представник власти негирао овакву повезаност, углавном врло збуњено, али сталожено, уз оптужбе на рачун омбудсмана и повереника који су о овим темама говорили у јавности (Б92, Вести у 20.00, 25.5.2016). Спорност јавних излагања омбудсмана и повереника огледала се у изношењу личних података пацијента, али које су ове институције цивилног друштва дефинисале као информације од јавног значаја. Министар здравља своја расположења мења у току самих излагања, када од поспаности и ниског тоналитета, постаје човек који кроз узбуђеност преноси одговорност за дизање панике и кршење права грађана на цивилни сектор (Б92, Вести у 20.00, 25.5.2016).

Опозиционе странке се у овом случају удружују и заједнички реагују на пад демократичности у Србији, исказујући своје незадовољство и осуду кроз протест. Протести опозиције увек пролазе малобројно и мирно, неуверљиво, где се под окриљем борбе за људска права крије незадовољство због изборних резултата. Самоуверени, јасни, кратки уз дозу емоционалног говора и сензационализам говоре углавном представници ДС-а и ДСС-а (Прва, Вести у 18.00, 14.5.2016).<sup>134</sup> Они се у овој студији случаја не доживљавају као прави „противници“ власти. Избори су прошли, а утакмица је изгубљена и зато на њихова јавна излагања реакцију имају различити чланови СНС-а, али не и доминантни државни функционери.

Оно што је можда посебна одлика овог догађаја јесте да је он акумулирао велику количину јавног незадовољства. Угрожавање основних људских права у ноћи између 24. и 25. априла 2016. године изазвало је иницијативу „Не да(ви)мо Београд“ (НДБГ) да покрене додатне грађанске протесте, а ради исказивања незадовољства грађана због начина на који су се власти поставиле у самом случају. Тражено је да се лица са фантомкама пронађу и снесу одговорност (Kolarić, 2016). Протести грађана у организацији НДБГ почели су у мају, а неке од одлика ових протеста су биле (Исто):

- 1) Организовани су преко друштвених мрежа,
- 2) Највећи број информација о иницијативи, и протестима могао се наћи на страницама непрофитних информативних медија;
- 3) О протестима, масовни и комерцијални медији дуго нису извештавали, а када се извештавање није могло избећи због масовности протеста, оно је било пристрасно, прорежимско и уз маргинализацију самих протеста.

Ово је био први одговор јавности и грађанска критика власти који је у периоду анализе медијских садржаја постајао све масовнији, јер иза њега није јавно стајала ни једна политичка странка. Тако су идентитет и специфичност овога протеста били у једном другачијем пољу, у пољу друштвености које зна да политика политичких партија није политика, већ да стварна политика настаје кроз праксу јавног и друштвеног деловања и подизања грађанске свести (Исто).

---

<sup>134</sup> Током протеста опозиције поводом рушења објеката у Херцеговачкој улици поруке које су пласирали чланови ДС и ДСС биле су: „Кршење људских права никада неће проћи незапажено и ми овде нисмо представници странака, ми смо овде представници грађана Србије који не дозвољавају да их застрашују, који не дозвољавају да закон спроводе људи у фантомкама, да закон спроводе насилници, да закон спроводи мимо свих институција“ (представник ДС) и „Данас се обраћам као забринута грађанка, мајка и бака. Свако од нас је угрожен, свакоме од нас може се десити да се једнога дана вратимо кући и да више не нађемо своју кућу јер је она разрушена током ноћи“ (представница ДСС) (Прва, Вести у 18.00, 14.5.2016).

Као и код претходних протеста у организацији ове иницијативе, симбол побуне била је велика жута гумена патка на надувавање. Чланови иницијативе су се на овим окупљањима обраћали маси уз велику дозу нервозе, повишен тон, дрхтав глас и видно узбуђени (Прва, Ноћни журнал, 25.5.2016). Некада су говори били праћни мањком самопоуздања или су текстови говора били написани на папиру, а што је резултирало и мањком поверења у саме организаторе. У зависности од говорника гестикаулација је била више или мање ужурбана, али оно што је било недискутабилно јесте да су говорници изгледали као део масе и обични грађани Србије.<sup>135</sup>

Извештавање медија на тему Савамале је доста каснило или га није ни било, а медији су тешко долазили до информација. Питања о рушењу у Савамали постављали су новинари комерцијалних, локалних медија и то најчешће током других догађаја који су били у фокусу пажње. Такође, већина снимака који су пратили прилоге и изјаве о Херцеговачкој су биле стереотипне фотографије порушених објеката насупрот велелепном и срећеном делу улице на коме су стајале заставе и жардињере за потребе промоције пројекта „Београд на води“. Та „покривалица“ је континуирано и увек снимана из истог кадра, који је публици омогућавао да пореди „ружноћу“, са једне, и „лепоту“, са друге стране.

#### 11.1.5. Посткризни период у кризи у Савамали 2016. године

Случај Савамала не добија свој епилог, али је на конференцији за новинаре, 8. јуна 2016. године, премијер изјавио да иза онога што се догодило у Савамали стоје највиши органи градске власти у Београду. Он их потом оправдава речима: „*мислили су да раде у најбољој намери, за државу и град, нису ништа радили за себе*“, истакавши да ће лица са фантомкама сносити кривичноправну, прекршајну и сваку другу врсту одговорности. Ипак о тој одговорности и пет година након рушења, јавност и даље не зна много (Пинк, Интервју са премијером, 29.5.2016).

У мају 2018. године на суду је утврђено да је за случај Савамала крив само један човек – шеф ноћне смене у полицији Горан Стаменковић. Он је на основу Споразума о признању кривице, проглашен кривим за несавестан рад у служби и осуђен на пет месеци затвора, односно на две године условне казне. Добијена казна била је испод минимума прописаног законом, јер је уместо шест месеци, добио пет, што је било довољно да остане на позицији на којој јесте, јер би са шест месеци мора да буде суспендован са положаја или да добије отказ. Убрзо након суђења, Стаменковић добија и потврду о легализацији своје четвороспратне зграде у Миријеву. Ни пет година касније полиција ни тужилаштво нису урадили свој део посла, а јавност и даље не зна ко су људи с фантомкама на главама и палицама у рукама (Vandović & Šodanović, 2021).

Европски парламент још од 2018. године у својим годишњим извештајима инсистира на ефикасним истрагама случајев од великог јавног интереса, међу којима се налази и Савамала.

## 11.2. Медијски прилози о кризи у Савамали 2016. године: узорак и основни подаци

За потребе треће студије случаја анализирани су у медијски прилози у периоду од 4. априла 2016. године до 31. маја 2016. године. Реч је, укупно, о 142 медијских прилога који су анализирани, а који су одабрани на основу кључних речи: *Савамала, рушење, фантомке, протест, полиција, омбудсман, прислушкивање, одговорност, Херцеговачка*. Укупно време трајања прилога је 30.983 секунде.

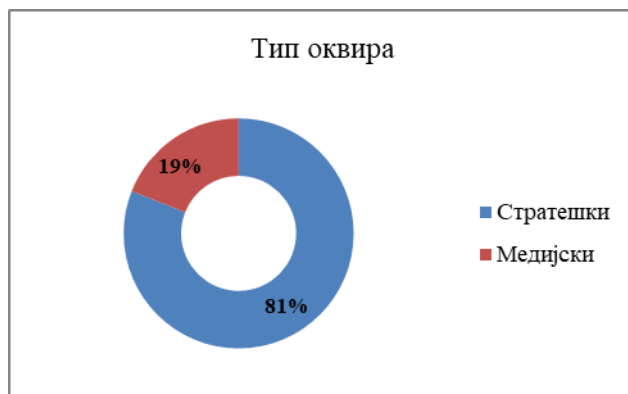
Анализирани у прилози у оквиру информативног програма на телевизијама са националном фреквенцијом, а који су обухватили садржаје емисија: Дневник 1, Дневник 2 и Дневник 3 на РТС, затим Вести на телевизији Прва и Б92, Национални дневник и јутарњи програм на телевизији Пинк, али и кратке емисије: Шта радите бре, Ово је Србија,

<sup>135</sup> Такав тип јавног наступа и излагања дао је један од ланова организације НДБГ: „*Опомињу да је од догађаја у Свамали прошло месец дана, а да одговорни нису пронађени и кажњени. Ми морамо да им покажемо достојанство данас, ми морамо да станемо изнад тих подела изнад насиља и да покажемо наше лепше лице, јер они се крију иза фантомки, а наша лица су овде*“ (РТС 1, Дневник 3, 25.5.2016).



Београдска хроника, Тако стоје ствари (РТС), 150 минута и Ноћни журнал (Прва). У обзир су узете конференције за штампу које су директно преношене, најчешће на РТС и уживо гостовања, најчешће премијера на телевизији Пинк. У односу на прве две студије случаја, ова студија је представљала изазов због слабог извештавања медија о њему.

Од укупног броја погледаних прилога, 81% прилога је било стратешки обојено (115). То показује значајно већи степен рутинизације медијске праксе и указује на унифицираност медијског садржаја на свим каналима који су били део анализе, али и једнострано начин извештавања у кризи. Прилози који су били стратешки обојени јесу они који су били у фокусу даље анализе и разматрања (Слика 31).



Слика 31. Типови оквира у извештавању о кризи у Савамали 2016. године

Око 60% анализираних узорка сачињавали су прилози који су чинили вести дана. Оно што је важно нагласити јесте да се многи од ових прилога нису тематски односили на кризу, али су питања новинара учинила да различита гостовања политичких субјеката у оквиру дневно-политичких и промотивних активности постану и прилози о Савамали. Већина прилога се састоји од два дела у коме је први део у вези са конкретним догађајем због којег су медији и присутни, а други део се односи на рушење у Савамали. Ово је постизборни период и посткампањски период када се финализирају нека изборна обећања и приказује грађанима да је власт истрајна у својим активностима и посвећености.

Редни број прилога било је могуће одредити само у појединим случајевима, тако да ова категорија иако предвиђена истраживањем, ни у овој ситуацији није узета у обзир.

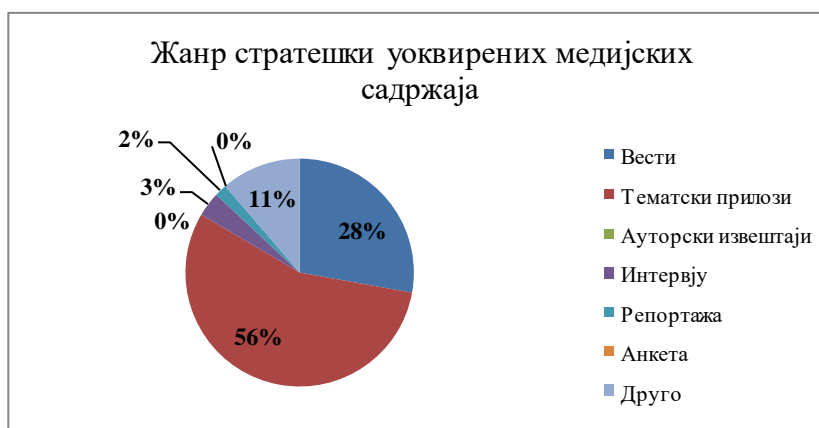
Поред већ споменутих кључних речи на основу којих су прилози и претраживани и потом и узети у обзир за анализу, у већини садржаја се могло приметити понављање појмова: *фантомке, неправни објекти, полиција, Савамала, град, прислушкивање и закон*. Овде се посебно истицао термин „фантомке“ који је континуирано довођен у везу са дешавањима из прошлости, нарочито са хапшењем бившег председника Србије 2000. године од стране лица са фантомкама (РТС 1, Конференција за штампу првог мандатара скупштине Србије, 24.5.2016; Б92, Вести у 20.00, 6.5.2016).<sup>136</sup> Поред тога, више пута је јавно расправљано о њима као модном детаљу, где се оне могу купити, чему оне заправо служе, која је њихова цена, поређене су са чарапама итд.<sup>137</sup>

Стратешки обојени прилози који су били део анализе су били различитог жанра. Тематски прилози чинили су 55,6% узорка (64). Ови прилози се заснивају на изјавама владајућих политичких представника о самом случају и то углавном негирањем умешаности

<sup>136</sup> Ово потврђују и изјаве: „Приче о фантомкама нам причају људи који су организовали фантоме са фантомкама да прескачу ограду да хватају и хапсе председника републике“ (РТС 1, Конференција за штампу првог мандатара скупштине Србије, 24.5.2016); „Онда имате у протеклих десетак дана како је премијер направио неку паралелу о употреби фантомки у Србији онда и то добија неку политичку позадину, а по мени то треба да се раздвоји, прво да се утврди шта је било, како је било, па онда могу странке да наставе да оптужују у парламенту ко је носио чарапе на глави“ (РТС 1, Јутарњи програм, 28.5.2016).

<sup>137</sup> Таква је изјава: „Балиша Божовић зна где чарапу и да купи, те за главу и у бојама дуге, зелену, жути и црвену, ја не знам где има то, мада су ми рекли...“ (Пинк, Интервју са премијером, 29.5.2016).

органа власти у кривични догађај, без аргументације самих субјеката, али и без новинарског истраживања догађаја и околности у којима се рушење догодило (Слика 32).



Слика 32. Жанр стратешки уоквирених прилога о кризи у Савамали 2016. године

Репортажа има укупно две у целокупном узорку и оне прате протесте у вези са реализацијом пројекта „Београд на води“, али који су након овог догађаја постали масовнији. Након рушења објеката у Херцеговачкој улици, ови протести добијају и другачији тоналитет, јер су се залагали за откривање и одговорност оних који нанели штету у градској четврти Савамала. Протести су са овим догађајем постали и медијски презентовани јавности и са канала телевизија са националним покривањем, што пре рушења у Херцеговачкој улици није био случај. Вести чине 27,8% узорка, што је друга најбројнија категорија. У анализираном узорку нема ауторских извештаја, нити анкета као самосталног прилога. Анкета је саставни део једног прилога и то оног који прати протесте и заснива се на разговору са учесницима. Три пута се уживо преносила премијерова конференција за штампу или су субјекти позивани на интервју у оквиру дневно информативних емисија, али је и рађен интервју са премијером уживо као засебна емисија једнократног трајања.

Оваква жанровска структура прилога показује да је уживо извештавање у коме нема контроле над садржајем допуштено када је извор политички субјекат на власти и када ће он у издвојеном телевизијском термину публици испричати све шта жели и како жели. Такође, чињеница да не постоје ауторски извештаји или медијски формати који почивају на критичком ставу према ситуацији/проблеми указује да су медијске слободе ограничене и да одређени степен цензуре постоји. Доминација тематских прилога који су обрађени у медијским редакцијама значи и примену устаљених рутинских извештавања са идентичним изворима и начинима презентовања догађаја.

У 87% прилога је у фокусу водитељ или спикер који наглашава учешће медијских радника у самој презентацији тема. Новинари са телевизија које нису биле део узорка за истраживање, јер немају националну фреквенцију, јесу они на које се вербално скреће пажња, а чиме се указују на то да следи део медијског прилога у коме ће се говорити о рушењу у Савамали. Активни тонски запис је део 52,2% медијских садржаја, што указује на чињеницу да су изјаве субјеката централни делови прилога. Архивски снимак постоји у 15,6%, прилога, што је највише него у свим претходним студијама случаја. Овом врстом снимака се грађански протести пореде са протестима деведесетих, а најчешће се праве паралеле између људима са фантомкама из Савамале 2016. године и хапшења некадашњег председника 2000. године уз помоћ људи са фантомкама. Преноси конференција за штампу премијера Србије, посебно формиране емисије у којима се разматрају после изборна дешавања, укључујући и рушење у Савамали и уживо укључења у дневно-информативне емисије у којима водитељ ради интервју са различитим политичким субјектима чине 16,5% узорка (Слика 33).



Слика 33. Визуелна презентација у стратешки уоквиреним прилозима о кризи у Савамали 2016. године

Аутор прилога није истакнут у 63,6% прилога. Ово је изузетно високи проценат прилога чији аутор није наведен, чиме се ствара осећај да новинари само преносе изјаве субјеката, без активног учешћа у стварању садржаја. Поред тога, на овај начин, медијски радници не уносећи коментаре нити представљајући другу страну у потпуности скидају одговорност са себе.

Пратећи текст се јавља у 27, 8% прилога и он може имати форму вести дана које се на комерцијалним телевизијама смењују у дну екрана или се јавља као натпис на екрану током најаве прилога од стране водитеља или спикера. Примери таквог текста су:

- Чији град? (РТС 1, Дневник 3, 25.5.2016)
- Рушили идиоти (Исто);
- Тужилаштво испитује претње Шабићу (Б92, Вести у 20.00, 4.5.2016);
- Синиша Мали: Бесмислено је да шеф кабинета стоји иза рушења у Савамали (Исто, 7.5.2016);
- Вучић: Тврдим да Саша Јанковић није био прислушкиван (Исто, 11.5.2016);
- Омбудсман: МУП да се извини грађанима због Савамале (Исто, 11.5.2016);
- Фантомке крију истину (Исто, 10.5.2016);
- Шабић: непримерене су тврдње да су срушени објекти нелегални (Исто, 12.5.2016);
- Сведок рушења у Савамали преминуо на ВМА (Исто, 25.5.2016).

Текст испод прилога у виду прегледа вести дана већински се појављује у емисијама на телевизији Б92. Закључних изјава нема у 33% прилога.

Када су у питању теме прилога оне се могу поделити у неколико целина:

1. Слике о рушењу објеката у Херцеговачкој улици – прилози који дају увид о ставовима различитих политичара о рушењу објеката у Савамали;
2. Притисак на институције цивилног друштва – другу категорију обухватају прилози који прате ставове и активности институција омбудсмана и повереника у конкретном случају;
3. Протести и жута патка – мали број прилога обухвата грађанске протесте као јавну реакцију на догађаје. Тек након подизања броја учесника протеста и њиховог континуираног понављања, медији су почели да преносе и ову страну кризне ситуације;
4. Други – посебну категорију прилога обухватају медијски садржаји који се односе на другу врсту активности попут: отварања фабричких постројење, различитих врста посета представника власти или обраћања у којима је тема рушења у Савамали непосредно укључена да би и потом постала централна тема самог прилога. Овим прилозима медији домаће политичке субјекте и политику чине делом оних садржаја који нужно не морају бити директно повезани са политичким ставовима.

Оваква подела по темама показује да у три од четири тематске области доминира став политичких субјеката на власти о рушењу објеката у Херцеговачкој улици. У прве три тематске области ставове градских функционера и министара заокружује премијер у својим јавним излагањима или целокупну интерпретацију кризне ситуације даје премијер (тема 4).

Само једна тематска целина садржи алтернативни поглед на кризу са малобројним члановима опозиције и НВО.

У фокусу прилога је била чињеница да су објекти који су порушени у Херцеговачкој улици у Београду били бесправни и да су били „*ругло Београда, као и да их је заправо требало срушити, али у току дана*“ (РТС 1, Дневник 2, 11.5.2016). Поред тога, медији ће указивати на рад државе и државних органа да реше „Случај Савамала“ и пронађу одговорне појединце, али и истицати добри и упоран рада полиције на датом случају. Континуирано се наговештавало да држава није одговорна за рушење и да је Србија у процесу напретка који покушава да се умањи оваквим причама.

На Слици 34. приказан је вредносни контекст стратешки уоквирених медијских прилога. Највећи број прилога је негативно интониран и у њима се врши осуда рушења објеката у Херцеговачкој улици од стране власти и цивилног друштва. Тада се врши и пребацивање одговорности са власти на опозицију која би потенцијално могла чинити оваква злодела како због „историје са фантомкама“, тако и због незадовољства изазвног изборним резултатима.



Слика 34. Вредносни контекст (интонираност) стратешки уоквирених прилога о кризи у Савамали 2016. године

Када су прилози истовремено медијски приказани и као позитивни и као негативни, истиче се неодговорност починиоца и делимична осуда оних који су уништавали туђу имовину, али само из разлога што то није вршено у другим околностима, а не зато што је сам чин рушења био погрешан. Позитивно интонирани прилози су они у којима се истиче напредак Србије и ефикасност полиције у решавању сличних случајева, што доводи до слања поруке да ће и ова ситуација бити брзо разрешена.

### 11.3. Стратешко уоквиравање прилога о кризи у Савамали 2016. године и „фрејминг“ анализа

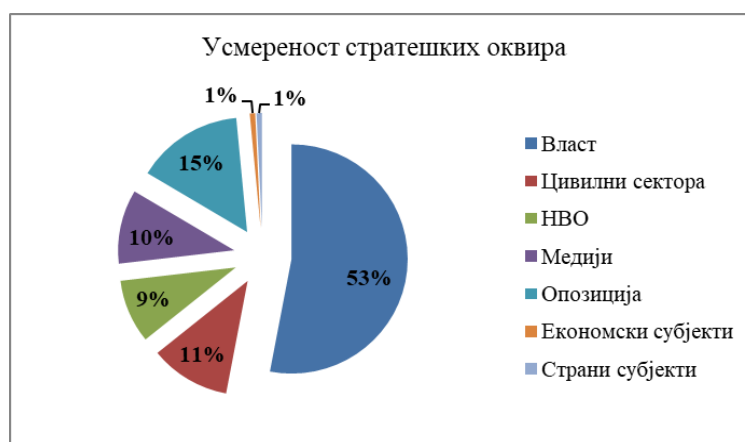
У оквиру треће студије случаја утврђени стратешки оквири имали су следеће карактеристике. Карактер оквира је углавном дијагностички (67%), на шта указује континуирана расправа о самом узроку догађаја, али без истицања последица по починиоце, казне, штету која је нанета власницима објеката, последицама по грађане који су жртве самог догађаја (осим у случају смрти чувара датих објеката) итд. (Слика 35). У знатно мањој мери утврђени оквири су дијагностичко-прогностички (8%) када се дефинише да ће починиоци сносити последице, без обзира на неразјашњеност самих последица или дијагностичко-мотивациони (9%), када се у прилозима који прате протесте позива на даљу грађанску акцију и инсистирање на притискању власти да укаже на одговорне.



Слика 35. Карактер стратешких оквира о кризи у Савамали 2016. године

Тон обраћања субјеката је морализујући (65, 2%), јер представници власти описују и преносе своје перцепције догађаја. У 20% случајева тон обраћања постаје потчињавајући и тада се опозиција ниподаштава и умањује се њихов значај или се повезује са криминалним структурама. Тон у појединим случајевима постаје и осуђујући, бар у оним медијским садржајима који прате цивилни сектор. Остатак прилога је неодређен.

Највећи број стратешки уоквирених прилога је усмерен ка актуелној коалицији на власти (Слика 36), позитивног је карактера и служи да укаже да власт не сноси одговорност за саме догађаје. Део прилога који без обзира што долазе од стране владајућих субјеката су стратешки усмерени на деловање институција цивилног друштва (11%). На опозицију у негативном контексту, усмерено је 15% прилога и на њу се тако пребацује одговорност. У мање од 9% прилога стратешка усмереност иде ка грађанским протестима.

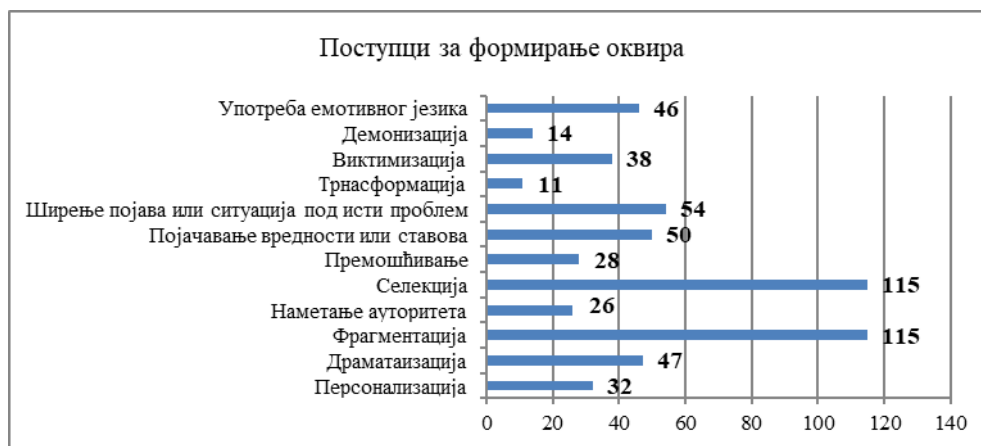


Слика 36. Усмереност стратешких оквира у кризи у Савамали 2016. године

У складу са оваквом усмереношћу стратешких оквира, њихови креатори најчешће су представници власти (41, 8%), од чега је у чак 22, 5% (више од пола) аутор премијер Србије. На другом месту су медији са скоро 34% који извештавају у складу са већ постављеном јавном сликом и одређеном интерпретацијом. То значи да и када медији не користе оквире које су пласирали политички субјекти, већ их самостално формирају, они користе у њиховој презентацији цитате истих субјеката и врше фрагментацију и селекцију информација у складу са прилозима који су уоквирени од стране политичких субјеката. Поред тога, врше се интерпретације догађаја на начин да су оне сличне интерпретацијама политичких субјеката и то без увида у алтернативно виђење ситуације или критички став. За њима следе као креатори оквира опозиција, цивилни сектор, а потом и НВО.

У овој студији случаја у свим прилозима који су декларисани као стратешки се може уочити примена техника селекције и фрагментације (Slavujević, 2009: 80, 81) које имају двоструку улогу (Слика 37): да тему Савамале издвоје у оквиру прилога који су у основи

друге тематике или да истакну једну перцепцију о рушењу објеката која се најчешће односи на причу из перспективе власти.



Слика 37. Заступљеност поступака за формирање стратешких оквира о кризи у Савамали 2016. године

За разлику од других студија случаја у скоро половини прилога се врши ширење теме (Reese, 1996) где се рушење објеката у Савамали повезује са губитком опозиције на парламентарним изборима (одговорност за рушење је у рукама опозиције која се кроз процес рушења свети за губитак избора)<sup>138</sup> или се повезује са деловањем криминалних опозиционих група (РТС 1, Јутарњи дневник, 12.5.2016. године; Пинк, Национални дневник, 30.5.2016) итд. Врши се и трансформација (Benford & Snow, 2000: 205-211) старих схватања о идеолошким и политичким активностима и изјавама садашњих чланова СНС-а, а некадашњих чланова СРС-а, али и деловања опозиције из времена хапшења некадашњег председника Слободана Милошевића и даје се ново значење лицима са фантомкама која су учествовала у том догађају у прошлости.<sup>139</sup> Евоцирају се појединости из старих медијских прича у вези са приватним животом омбудсмана итд.

Виктимизација (Slater et al., 2004), је коришћена као средство у изјавама опозиције и цивилног сектора, који су једини који и спомињу оне чији су објекти порушени и који су претрпели значајну материјалну штету. Са друге стране, наметање ауторитета је техника искључиво резервисана за представнике власти, којом се наглашава њихов положај и тежи општој персонализацији прилога. То значи да се политички субјекти самостално постављају на значајне друштвене позиције у којима дају предност себи у односу на друге субјекте и истичу сопствени став насупрот ставова стручњака за дати проблем или ситуацију (Plumb, 2004: 433). Тако у овој студији представници полиције, грађевинске дирекције, представници Београда на води, лекари нису коментарисали кризу, али јесу функционери.

### 11.3.1. Типови стратешких оквира о кризи у Савамали 2016. године: поступак анализе и кодификација

У анализираном узорку утврђени су следећи простратешки и контрастратешки оквири који су формиран на основу тога да ли се одговорност за дату ситуацију налази у рукама власти или опозиције. У складу са тим наведени оквири били су:

#### А) Простратешки оквири

1) Држава није одговорна за рушење објеката у Херцеговачкој улици и пронаћиће одговорне кривце, иако је те зграде требало порушити, само не током ноћи, већ легално, током дана, јер су биле бесправне, нелегалне и ружне. (52)

<sup>138</sup> Ширење тема прилога вршено је у следећим емисијама и прилозима у њима: РТС 1, Дневник 1, 11.5.2016; РТС 1, Дневник 2, 11.5.2016; Пинк, Национални дневник, 11.5.2016.

<sup>139</sup> Трансформација догађаја из прошлости се вршила публикавањем изјава следећег типа: „Ова земља не сме да буде дивљи запад и не сме да се понови ни 2001, 2003, 2004, где ће људи са фантомака да решавају случај“ (Пинк, Интервју са премијером, 29.5.2016).

2) За рушење објеката у градској четврти Савамала одговорни су они који су са фантомкама рушили Владу током 90-их, што показује и реакција опозиције која повезује смрт чувара из Савамале са рушењем објеката, али и омбудсманове лажне оптужбе да га неко прислушкује. (12)

3) Држава је решила случај рушења објеката у Савамали и открила да су људи који су те ноћи уништавали јавно и приватно власништво чланови владајуће странке, али су они били и чланови претходне Владе што показује да се људи који годинама краду од државе не могу променити. (3)

### **Б) Контрастратешки оквири**

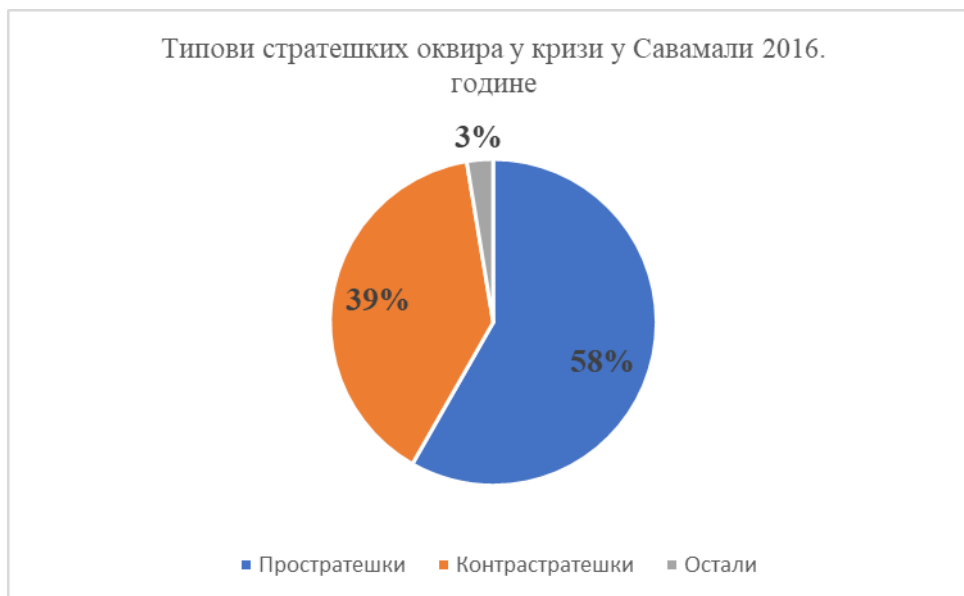
1) Држава је крива и одговорна за организовано и незаконито рушење приватних зграда у београдској четврти Савамала, јер градске службе и полиција нису реаговали на време и зато треба да сносе одговорност у виду оставки челника града. (30)

2) Власт је организовала рушење у Савамали за потребе пројекта „Београд на води“ и зато народ треба да се побуни против оних који су угрозили њихова права и слободе. (12)

3) Представници коалиције на власти који су манипулисали изборним резултатима, манипулишу и начином на који се прича о случају рушења објеката у градској четврти Савамала (3)

Оквира који нису могли да се сврстају ни у једну категорију је било 3.

У укупном узорку могло се видети да је било више простратешких оквира који слику о рушењу у Савамали презентују доминантно из перспективе власти (Слика 38) и они чине 58% укупног узорка.



Слика 38. Заступљеност простратешких и контрастратешких оквира о кризи у Савамали 2016. године

Контрастратешки оквири се по категоријама могу поделити на оквири пласиране од стране цивилног сектора (контрастратешки оквир 1), НВО и иницијативе НДБГ и опозиције (контрастратешки оквир 2) и искључиво чланова опозиције (контрастратешки оквир 3). Контрастратешки оквири чине 39% анализираниог садржаја и медији се труде да их презентују заједно са доминантним простратешким оквирима. Не постоје прилози у којима се могу наћи два контратратешка оквира заједно. Сви простратешки оквири су међусобно подударни и теже презентовању кризне ситуације из једне доминантне перспективе коју граде политички субјекти на власти.

Карактер простратешких и контрастратешких оквира дат је у Табели 17. Како дијагностички оквири доминирају у укупном узорку тако је и када се разматра подела на простратешке и контратратешке оквири. Прилози у којима су идентификовани одговарајући карактери оквира дијагностички, прогностички и мотивациони (сва три) спадају у

простратешке оквири или оквири којима се одговорност са власти пребацује на друге учеснике кризе. Дијагностичко – мотивациони су углавном контрастратешки оквири којима се након утврђивања чињеница шта се десило у ноћи 24. на 25. априла говори о неопходности промене и побуни јавног мњења које се оличава у грађанским протестима.

Табела 17. Карактер простратешких и контрастратешких оквира у случају кризе у Савамали 2016. године

Карактер стратешких оквира	Простратешки	Контрастратешки
Дијагностички	40	35
Прогностички	4	4
Мотивациони	0	0
Дијагностичко-мотивациони	1	8
Прогностичко-мотивациони	1	0
Дијагностичко – прогностички	8	1
Сва три	9	0

Када је реч о поступцима креирања простратешких и контрастратешких оквира (Табела 18), различите технике су се користиле и то више њих у једном прилогу. Новинари најчешће користе технике селекције и фрагментације (Slavcjević, 2009: 80, 81) којима се фокус ставља на одређене информације и утврђује се медија план. То се најбоље види у простратешким оквирима где се уз помоћ ових техника истиче да су порушени објекти били бесправни и ружни. Приликом формирања простратешких оквира највише се користе технике трансформације (Benford & Snow, 2000: 205-211) и демонизације (Parakyrakopoulos & Zuckerman, 2021: 470) које показују да супротстављена страна није склона мењању контекста некадашњих догађаја, нити ради на негативној презентацији тренутне власти. Уздржавање медија од коришћења технике демонизације обично значи да је ниво сензационализма и таблоидизације нижи у контрастратешким оквирима.

Табела 18. Поступак формирања простратешких и контрастратешких оквира о кризи у Савамали 2016. године

Поступак за креирање стратешких оквира	Простратешки	Контрастратешки
Персонализација	24	6
Драматизација	28	19
Фрагментација	67	45
Наметање ауторитета	22	4
Селективност	67	45
Премошћавање	24	4
Појачавање постојећих вредности и уверења	30	20
Ширење појмова и ситуација под исти проблем	40	12
Трансформација	11	0
Виктимизација	21	15
Демонизација	14	0
Емотиван језик	25	20

Ширење контекста (Reese, 1996), вредности и наметање ауторитета се чешће појављују у простратешким, него у контрастратешким оквирима, што указује на персонализацију садржаја и пласирање слике света која је у складу са доминантним политичким актерима и њиховом политичком агендом. Персонализација политике (Slavcjević, 2009: 95) се већински користи у простратешким оквирима, а чиме личности на власти успевају да се појединачно издвоје и истакну своја лична својства. То указује и на чињеницу да се простратешким оквирима сукоби атрактивније представљају, а публика покушава да се подели на оне који су „за“ и „против“ власти. Технике попут виктимизације или емотивног језике су једнако заступљене у оба типа оквира.

Од укупног броја простратешких оквира, у 85% смер обојености је такав да су прилози фокусирани на владајућу коалицију, њен досадашњи рад, пребацивање одговорности, док је преосталих 15% расподељено на медије, НВО, цивилни сектор, опозицију и стране субјекте,



што је изузетно мали број. Контратратешки оквири су, такође, усмерени на власт, само је она у њима портретисана негативно.

У складу са оваквом усмереношћу оквира можемо закључити да су простратешки оквири већински конструисани од стране представника власти, док су контрастратешки оквири формулисани од стране актера са друге стране спектра. О ауторима, изворима информација и начину обраћања твораца највећег броја оквира биће речено нешто више у следећем поглављу.

#### 11.4. Субјекти и актери у стратешки уоквиреним прилозима о кризи у Савамали 2016. године

Може се уочити да независно од тога да ли су питању канали комерцијалних телевизија или јавни сервис исте личности су оне које се баве рушењем објеката у четврти Савамала. Већина новинара позива се на званичне изворе информација, углавном политичке субјекте који су доминантни кризни менаџери. У 13% прилога медији фрагментирано и селективно преносе изјаве субјеката, а водитељи се позивају на претходно дате изјаве актера или их објашњавају и препричавају у 41,7% случајева, док се у највећој мери (45,2%) медијски радници позивају на изјаве и субјеката и интерпретирају изјаве актера правећи између њих паралеле, и различите везе и објашњења. У чак 27,8% медијских садржаја није јасно назначено ко је тачан извор информација.

У Табели 19. може се видети преглед заступљености субјеката/актера по врстама у оквиру стратешки уоквирених медијских садржаја о рушењу објеката у Херцеговачкој улици. Оно што се може прво уочити је значајно већи број актера него субјеката, што показује да се медијске приче на ову тему креирају више кроз препричавање изјава и коментаре. У складу са таквом бројношћу актера, а и бројношћу већ наведених простратешких оквира (који су складни са политиком владајуће коалиције) медији се доста ослањају на ставове власти о конкретном догађају и већ створену слику о кризи.

Табела 19. Заступљеност субјеката/актера по врстама у стратешки уоквиреним прилозима о кризи у Савамали 2016. године

	Врсте	Субјекти	Актери
1.	Републичке државне институције (законодавна, извршна и судска власт)	51	174
1а.	Председник	1	9
1б.	Министри	8	17
1.в	Остали представници републичких државних институција (законодавна, извршна и судска власт)	11	74
1г.	Премијер	24	45
1д.	Покрајинске, локалне државне институције и функционери	7	29
2.	Политичке партије или чланови партија, посланици	13	40
3.	Економски субјекти	0	2
4.	НВО и цивилне организације	13	8
5.	Субјекти из образовања и културе	0	4
6.	Посебне професионалне групе (војска, полиција, лекари)	0	40
7.	Посебне друштвене групе (жена, деца, омладина)	1	0
8.	Избеглице	2	1
9.	Остале мањинске групе (етничке и верске)	0	0
10.	Грађани	2	14
11.	Стручњаци (аналитичари, научне институције, адвокати)	1	2
12.	Новинари/медији	60	35
13.	Други домаћи субјекти	0	20
14.	Представници тела ЕУ	0	2
15.	Премијери/канцелари других земаља	0	0
16.	Министри спољних послова других земаља	0	0
17.	Председници страних земаља	0	0
18.	Остали међународни субјекти	1	1

Када се анализира заступљеност врста субјеката у овој студији случаја најбројнији субјекти су медији-новинари. Иако би њихово извештавање требало да буде неутрално,

укупан број стратешких оквира сугерише супротно, јер они само преносе коментаре о рушењу у Савамали који су у складу са већ формираним наративом о кризи. Заправо причу о овој кризи покрећу новинари медија који нису обухваћени анализом (Н1, Инсајдер, Крик).

Бројне поткатегије, коришћене у претходним студијама случаја, нису уврштене у анализу овог случаја и ту спадају: инострани председници, инострани премијери/ канцелари, инострани министри спољних послова, јер они у анализираном узорку нису били ни на позицији субјекта, ни на позицији актера. Економски субјекти, субјекти из образовања и културе, представници тела ЕУ, избеглице или посебне друштвене групе су као категорије готово невидљиве са малим бројем појављивања и то углавном на актерским позицијама. Полиција као значајан учесник у овој кризној ситуацији (категија посебних професионалних група) ниједанпут није била субјекат у кризи, нити су новинари разговарали са било којим представником полиције, осим са министром унутрашњих послова и полиције.

Као и у претходним студијама две поткатегије које чине појединци су „Премијер“ и „Председник“, које су у овој студији различито заступљене. Председник је углавном актер (9 наспрам једног појављивања у улози субјекта), док је премијер доминантни и најважнији кризни менаџер са великим бројем појављивања на обе позиције. Уз толики број појављивања, он постаје најутицајнији и највидљивији приповедач приче о рушењу. Категорија представника републичких државних институција је котирана као субјект и актер високе видљивости и утицаја, као и поткатегија министара. Поред њих, ту се налазе и политичке партије, али које се састоје и од представника власти, и од представника опозиције. Чланови политичких партија су често актери кризе из чије се перцепције сагледава прича о рушењу у Савамали.

На актерској позицији најчешће су републичке државне институције, а потом премијер Србије, који је на тај начин и најцитиранија личност, чак и када његове изјаве нису директно преношене. То значи да оне служе као противтежа за све видове изјава других субјеката и значи да се у његову реч и перцепцију највише верује.

У Табели 20. су наведени субјекти и актери са учесталости појављивања у наведеном узорку, као и временом излагања у медијским садржајима који су били анализирани.

Табела 20. Учесталост појављивања субјекта/актера и укупно време јавног излагања субјеката у секундама (с) у стратешки уоквиреним прилозима о кризи у Савамали 2016. године

	Име и презиме	Укупан говор у (с)	Субјекат - број појављивања	Актер - број појављивања
<b>Представници власти</b>				
1.	Александар Вучић (премијер)	8038	24	45
2.	Синиша Мали (градоначелник Београда)	122	6	22
3.	Небојша Стефановић (министар унутрашњих послова)	327	7	9
4.	Томислав Николић (председник)	69	1	5
5.	Златибор Лончар (министар здравља)	259	1	3
6.	Данило Јеринић (Београд на води, Кабинет градоначелника)	67	3	1
7.	Јован Грбавац (начелник инспекције)	27	2	0
8.	Александар Јовичић (СНС)	53	2	2
9.	Никола Никодијевић (СНС - Председник скупштине града Београда)	0	0	3
10.	Републичко јавно тужилаштво	0	0	14
11.	Влада РС	0	0	2
12.	Министарство унутрашњих послова	0	0	5
13.	СНС	0	0	7
<b>Опозиција</b>				
14.	Балша Божовић (ДС)	8	1	4
15.	Борис Тадић (Социјалдемократска странка)	15	1	0
16.	Бојан Пајтић (ДС)	94	5	1

17.	Весна Ракић (Нова странка)	14	1	2
18.	Санда Рашковић-Ивић (ДСС)	66	3	0
19.	Саша Радуловић (Доста је било)	0	0	1
20.	Чедомир Јовановић (ЛДП)	0	0	1
21.	Радикална странка	0	0	1
22.	Нова странка	0	0	5
23.	ДС	0	0	5
24.	ДСС	0	0	2
25.	ЛДП	0	0	1
<b>НВО</b>				
26.	Радомир Лазовић (НДБГ)	69	3	0
27.	Дарко Веселиновић (НДБГ)	49	4	1
28.	Марко Аксентијевић (НДБГ)	19	2	0
29.	Марко Антонијевић (ЈУКОМ)	45	1	0
30.	Иван Лалић (Миксер)	56	3	0
31.	Маја Лалић (Миксер)	26	1	0
32.	НДБГ	0	0	2
<b>Посебно именовани домаћи медији и новинари</b>				
33.	Посебно именовани домаћи медији	217	12	31
34.	Мирослав Лазањски (спољно-политички коментатор)	156	1	0
35.	Драган Ј. Вучићевић (уредник Информера)	407	1	0
36.	Нино Брајевић (УНС)	69	1	0
37.	Никола Тркуља (Политика)	88	1	0
38.	НУНС	0	0	3
<b>Цивилни сектор</b>				
39.	Саша Јанковић (омбудсман)	69	2	37
40.	Родољуб Шабић (повереник за информације од јавног значаја и заштиту података о личности)	108	4	17
<b>Нестраначки и други актери</b>				
41.	Грађани Србије	78	7	7
42.	Избеглице	25	2	1
43.	Слободан Танасковић (чувар објеката у Савамали)	0	0	6
44.	Жељко Ражнатовић Аркан (Српска добровољачка гарда, криминалац)	0	0	2
45.	Радослав Трлајић - Бата Трлаја (вођа бежанијског клана)	0	0	2
46.	Слободан Милошевић (бивши председник Србије)	0	0	4
47.	Миодраг Улемек Легија (криминалац)	0	0	2
48.	Мајкл Девенпорт (шеф делегације ЕУ у Србији)	0	0	3
<b>Полиција, струка и специјалне групације</b>				
49.	Полиција	0	0	18
50.	Никола Ристић (начелник Комуналне полиције)	0	0	4
51.	Веселин Милић (начелник београдске полиције)	0	0	6
52.	ВМА	0	0	4
53.	Комунална полиција	0	0	4
54.	Владимир Ребић (директор полиције)	0	0	2

Најдуже јавно излагање и највећи број појављивања има премијер Србије што га чини доминантним кризним менаџером.<sup>140</sup> Премијер је једини који даје значајне информације о

<sup>140</sup> Укупно излагање премијера Србије је у периоду анализе било скоро 20 пута дуже од излагања уредника Информера који има друго најдуже време излагања у укупно анализираном узорку. Ипак како се овај уредник

самом току догађаја, али и једини који има довољно моћи у својим рукама да о теми рушења расправља са јасно заузетим ставом о смањењу значаја самог чина.<sup>141</sup> Публика добија не само перспективу власти о датом случају, она добија перспективу једног човека из власти.

Поред њега, извори информација су министар унутрашњих послова, градоначелник Београда и министар здравља (након смрти чувара у Савамали) итд. Осим министра здравља, наведени ресорни министри пребацују одговорност са челника власти, без аргументованог обраћања уз порицање и негирање. Поред тога, њихова улога је да доведу у питање интегритет омбудсмана и повереника као јединих учесника који јавно постављају питања о самом догађају и коментаришу га.<sup>142</sup> Повереник, као представник цивилног сектора, има дуже време излагања од омбудсмана и чешће се појављује. Омбудсман се у анализираном узорку обично појављује као актер што се може објаснити сталним коментарима представника власти на његов рачун.

Међу члановима опозиције у прилозима су највидљивији лидер ДС-а и представница ДСС-а. Њихова времена излагања готово су три или четири пута мања од представника владајућих странки. Њихови коментари на догађај служе самоодбрани од претходно наведених оптужби од стране владајућих политичара: „*Кршење људских права никада неће проћи незапажено и ми овде нисмо представници странака, ми смо овде представници грађана Србије који не дозвољавају да их застрашују, који не дозвољавају да закон спроводе људи у фантомкама, да закон спроводе насилници*“ (Б92, Вести у 16.00, 14.5.2016).

Представници НВО сектора се појављују на позицији субјекта и то су углавном чланови покрета НДБГ, али који се никада не налазе на позицији актера, што значи да се њихове изјаве преносе само када је то неопходно, а да се новинари њима додатно не баве, не интерпретирају их и не цитирају.

Са друге стране, бројне специјализоване групе увек су само на позицији актера, а никада на позицији субјекта, као и бројни представници криминалних група из новије историје Србије, а на чије се активности представници власти позивају и на њих подсећају. Оваквим ширењем слике и увођењем нових имена у јавни фокус, пажња се скреће са стварних и тренутних проблема и пребацује на лица и деловања људи из прошлости, од којих већина заправо више није жива.

Видљиво је да постоји униформисаност када је у питању број субјекта, где су представници власти доминантни извори и главни коментатори догађаја, али су они истовремено и значајни актери самих медијских садржаја. Увек исте личности коментаришу саму ситуацију и дају изјаве. Поред тога, истиче се огроман недостатак перцепције обичних људи са којима би се публика повезала и разумела.<sup>143</sup>

---

појављује само једном и то као гост емисије, видљивост његових изјава и мотивациони потенцијал су значајно мањи од премијеровог.

<sup>141</sup> Пример такве изјаве је: „*Ако мене питате ја мислим да стварно онај ко би то урадио, а да је жело да уради било ко из власти, да је тај комплетан идиот, јер је то требало да уради у по бела дана, јер нешто што је против правно направљено, што је одвртно изгледало, што је само њима служило да ружи Београд и да они могу да имају неку ситну корист од против правног, неправног, без плаћања пореза на имовину, ичега да тамо стоји*“ (РТС 1, Шта радите бре, 10.5.2015).

<sup>142</sup> То је најчешће радио министар унутрашњих послова изјавама попут: „*Саша Јанковић неће да дође у контролу, а знате зашто неће да дође у контролу? Зато што ће у тој контроли да утврди да није прислушкиван и онда би морао да се извини јавности и морао би да каже грађанима да је утврдио да није прислушкиван*“ (Прва, 150 минута, 12.5.2016).

<sup>143</sup> Рушење у Савамали не коментарише нико у оквиру пројекта „Београд на води“ и кабинета градоначелника, иако се у изјавама НДБГ, често спомиње дати пројекат. Представник овог пројекта се у студији појављује као субјекат приликом рушења *Миксалишта*, након што је организација обавештена да у року од 48 сати мора да се исели из својих просторија ради изградње Београда на води. Иако је представник Београда на води тврдио да је за тај дан било заказано рушење, из организације Миксер Хаус су тврдили да су знали да је исељење планирано, али да датум није био познат до тог дана. Вест се појавила само на РТС и то у Дневнику 3, али у којем није споменуто да су дан раније срушени објекти у Херцеговачкој. На телевизији Б92 је споменуто у закључку новинарке да су грађани потресени не само због рушења Миксалишта, већ и других објеката у четврти Сававала. Микалиште је био центар за помоћ избеглицама отворен од стране НВО Миксер Хаус који је током кризе збринуо преко 135.000 људи (РТС 1, Јутарњи програм, 30.8.2015)

Као и у претходне две студије црвеном бојом су обележени субјекти/актери женског рода, док су плавом означени они којима се родност/полност није могла одредити. Женски субјекти/актери чине мање од 5% укупног броја личности које се појављују на различитим позицијама. Категорију коју чине појединци или институције, где родне карактеристике није могуће утврдити чини 31, 5% учесника прилога и они се најчешће налазе само на позицији актера (изузетак су категорије: грађани Србије, избеглице и посебно именовани новинари).

У око 60 % прилога дата је критика догађаја из различите перспективе, од осуђујуће од стране цивилног сектора или НВО до оправдавајуће од стране власти. Она је у складу са временом излагања и учешћалашћу појављивања опет доминантна од стране премијера (34,7% прилога), а потом и од цивилног сектора (25,2%).

#### *11.4.1. Карактеристике субјеката у стратешки уоквиреним прилозима о кризи у Савамали 2016. године*

Број субјеката који се појављују у анализираним медијским прилозима варира. У највећем броју прилога реч је о једном субјекту и то најчешће новинару или спикеру (37,4%), док 24,5% прилога има два или три субјекта. У анализираним медијским садржајима број субјеката иде и до осам личности по прилогу. Цитат субјекта је извучен из контекста у 54,7% прилога, што потврђује већ утврђено често коришћење техника селекције и фрагментације од стране медијских радника. У овој студији случаја можемо издвојити неколико група субјеката у складу са већ утврђеним поделама у Табелама 19. и 20.

##### **а) Представници владајуће коалиције**

Представници власти су доминантна и најбројнија категорија у самом истраживању. Премијер као доминирајући кризни менаџер, ситуацију коментарише, критикује, оправдава, дефинише и преобликује. Субјекти приликом излагања се често користе персонализацијом (34%). Доминантан корисник персонализације је сам премијер који користи персонализацију којом започиње већину својих обраћања („*већ сам вам рекао, али рећићу вам опет*“, „*ја сам погрешно*“, „*ми ћемо направити то*“). Он умањује кризу и одговорност за догађаје и сваљује је на жртве или формира наратив који потпуно покушава да неутралише сам догађај, као да се уопште није догодио или указује да су логика и начин посматрања догађаја потпуно погрешни и да само рушење треба посматрати у другачијем контексту. То најбоље илуструје следећа изјава: „*Ја стварно мислим, а да је желео да уради то било ко из власти, да је тај комплетан идиот и да је то требао да уради у по бела дана, нешто што је против правно направљено што је одвратно изгледало, што је само њима служило да ружи Београд и да они имају неку ситну корист од против правног, бесправног, без плаћања пореза на имовину, без ичега, дакле да тамо стоји, без икаквог законског основа. Уместо да су дошли у по бела дана, градским грађевинским машинама то да поруше. Уопште не разумем коме је тако нешто било потребно. Дакле, могли су мене да позову да ја станем на то и кажем ево људи ми овде хоћемо да направимо велелепни део Београда, најлепши део Београда. Нећемо да буду прљаве уџерице као што сте нам ви овде направили против правним путем. Оно што је супротно праву направљено, правно треба и да се разреши и то је тако требало да се уради. Ово не разумем коме је пало на памет, али верујем да ће надлежни органи да установе*“ (Пинк, Национални дневник у 16.00, 10.5.2016).

Поред њега у много мањој мери појављује се министар унутрашњих послова који је у посебном фокусу, јер се континуирано спекулише умешаност полицијских снага у сам догађај. Његова улога као првог човека полиције јесте да аргументовано објасни шта се догодило у спорној ноћи, али се то обично завршава изјавама које почивају на неинформисаности и незаинтересованости, као и претпоставкама, што за кризни догађај никада није препоручљиво: „*Не знам заиста нисам слушао те снимке, то ћемо видети током истраге, али свакако да нико из врха полиције, заиста није издао било какво наређење којим се наређује нешто противзаконито*“ (Прва, Вести у 18.00, 12.5.2016). Оваквим изјава се повећава страх и неизвесност код публике и додатно истиче и наглашава улога премијера као кризног менаџера, јер публика добија одређену врсту утехе и потпоре само из његових

изјава.<sup>144</sup> Градоначелник Београда, такође, одговорност скида са градских власти, али ни он не даје никакве информације о самом догађају: „Нисам се распитивао обзиром да се не мешам у рад надлежних органа, дакле људи који се баве тиме. Оно што је важно да нити град Београд, нити институције града Београда нису у томе учествовале и то је оно за шта сам ја одговоран да контролишем њихов рад, а ово остало препуштам онима чији је то посао“ (Б92, Вести у 20.00, 4.5.2016.) На овај начин демантује се свака намера да се почини штета и истиче да није постојала контрола градских власти над самим догађајем.

Министар здравља на кратко долази у центар пажње смрћу чувара у Савамали, који више спекулише изјаве омбудсмана, него што се бави кризном ситуацијом.<sup>145</sup> Поред њих, од актуелних представника власти појављују се још и председник Србије (69), али и поједини представници СНС-а, који су задужен за оптужбе на рачун опозиције и скретање пажње на њихову потенцијалну умешаност у рушење тако што праве паралелу између фантомки које су ношене приликом хапшења бившег председника и фантомки у овом догађају.<sup>146</sup>

### **б) Опозиција**

Чланови опозиције мање су видљиви субјекти, којима се не придаје посебна пажња и који се након губитка на изборима не доживљавају као снажни политички противници. Они су најјучљивију током протеста опозиције због рушења у Савамали, где дају критику на рачун државних органа и изјаве које воде у враћање у деведесете године.<sup>147</sup> Ту спадају: Бојан Пајтић из ДС-а, Санда Рашковић Ивић из ДСС-а (о којима је већ било речи), Балша Божовић из ДС-а. Борис Тадић, и Весна Ракић из НС. Они се појављују само једанпут у анализираном узорку и слабо су видљиви као говорници из било које перспективе.

### **в) НВО**

Ову групу сачињавају углавном чланови „Не да(ви)мо Београд“ (НДБГ) који су једни од организатора протеста покренутих након рушења објеката у Херцеговачкој. Чланови невладиног сектора, који ће касније прерасти у политички покрет, прате медијски прилози

---

<sup>144</sup> У Дневнику на РТС 1 (12.5.2016) разговор између новинарке и министра унутрашњих послова је текао на следећи начин: *Новинарка* – „Јуче је премијер, као што сте и ви малопре рекли, отворио нови аспект ове приче, а то је да ово нису били стамбени објекти у којима је живела нека сиротиња, већ је реч о политичко криминалним варијантама да су их грађани добијали нелегално, да су добијане од бившег градоначелника на поклон, да им је десет пута одбијала легализација и да су од тога имали велику финансијску корист. Да ли полиција има нека сазнања какви су то објекти ако је у њима било криминалних радњи и да ли ће се полиција и тиме бавити?“ *Министар* – „Не мислим да је премијер хтео да каже да су се у објектима одвијале криминалне радње, али су добијени спрегом политике и тајкуна...“

<sup>145</sup> Као гост у вестима министар здравља је одговарао на спекулације о узроцима смрти чувара из Савамале: „Знате шта, ми смо овде у озбиљном проблему. Прво ви питате за наводе колега, а мени нису уопште битни наводи колега, него да онај који треба да штити да такве информације не дођу у јавност, да их он пусти. Онај ко опомиње и мене и све здравствене раднике... Ја данас имам озбиљан проблем са свим здравственим радницима, онај ко је ту да нас опомиње и да тај закон ми поштујемо он је данас урадио сасвим супротно. Како ја данас да објасним свим тим лекарима који ме зову и питају о чему се сада ради. Како је могло да дође до тога да он то објави који зна да је то кршење закона. Онај који је задужен да га спроводи. Ми смо сад ушли у озбиљан проблем и могу да вам кажем да све од тога што ту пише не постоји, ваљда је требало нешто да се провери, а где смо сада дошли? Кома ће сада грађани да верују? Ево ја грађанима кажем, одговорно тврдим да ништа није нажао учињено том човеку, већ му је указана помоћ“ (Б92, Вести у 20.00, 25.5.2016).

<sup>146</sup> Пример такве изјаве је: „СНС тражи да се истражи ко је бесправно срушио објекте на потезу Савамале. Ми, такође, тражимо одговор на то питање ко су људи који су носили фантомке и, такође, желимо да пошаљемо јасну поруку да су данас на конференцији Нове странке фантомке носили они, и хвала што су грађани Србије то могли да виде, да су те фантомке извадили из својих кофереа где су их чували. Да ли су то фантомке које су користили када су изручили Слободана Милошевића? Када су палили и пљачкали Скупштину Србије? Када су изручили Радована Караџића?“ (Б92, Вести у 20.00, 6.5.2016)

<sup>147</sup> Током протеста опозиције поводом рушења објеката у Херцеговачкој улици поруке које су пласирали чланови ДС и ДСС биле су: „Кршење људских права никада неће проћи незапажено и ми овде нисмо представници странака, ми смо овде представници грађана Србије који не дозвољавају да их застрашују, који не дозвољавају да закон спроводе људи у фантомкама, да закон спроводе насилници, да закон спроводи мимо свих институција“ (представник ДС) и „Данас се обраћам као забринта грађанка, мајка и бака. Свако од нас је угрожен, свакоме од нас може се десити да се једнога дана вратимо кући и да више не нађемо своју кућу, јер је она разрушена током ноћи“ (представница ДСС) (Прва, Вести у 18.00, 14.5.2016).

који прате говоре младих активиста.<sup>148</sup> Њихова пажња пажња је усмерена на рушење у Савамали као етапу у развоју пројекта „Београд на води“. Њихове изјаве пуне су мотивационих узвика (*Неће им проћи, Маске су пале, Ми дижемо глас...*). Оно што се не наглашава у представљеним прилозима, а што је заправо важно, јесте чињеница да је ово први каналисани облик незадовољства јавног мњења и од побуне против Милошевића 2000. године. Тиме се, на жалост, домаћи медији не баве и не стављају у фокус народно незадовољство, већ искључиво изјаве које се односе на градске челнике. Поред НДБГ представника на позицији субјекта је и председник ЈУКОМА-а који се бави нарушеним људским правима у овом случају.

#### г) Представници цивилног, јавног сектора

Повереник за информације од јавног значаја и заштиту података о личности и заштитник грађана (омбудсман) су права „опозиција“ у овој студији. Они су актери са којима су представници владајуће коалиције у континуираном сукобу и између којих се води јавна дебата. Повереник се појављује у улози субјекта када се расправља о претњама на друштвеним мрежама и то искључиво на каналима комерцијалне телевизије Б92, али и у раним јутарњим часовима на телевизији Пинк: *„Ја сам им рекао оно што сам и јавно рекао да се ја осећам безбедно и да то не доживљавам као претњу. Дакле, да је то што сам назвао поруком можда озбиљно, можда спин или блеф, а можда глупост. Оно што није добро, да уместо да се бавимо оним што јесте тема, а то је да осам дана након догађаја у коме 30 људи под фантомка руши нечију имовину, малтретира грађане, односи неколико примерака легалног ватреног оружја, ми разговарамо о нечему што ја нисам ни доживео ка претњу“* (Б92, Вести у 20.00, 4.5.2016). Омбудсман је субјекат само приликом давања коментара о реакцији полиције на рушење у Савамали и то на телевизији Б92 (Б92, Вести у 20.00, 9.5.2016).

#### д) Медији и новинари

У ову категорију спадају разни домаћи медији, али и новинари који су гости јутарњих програма и емисија и који коментаришу дату ситуацију и (не)критички приступају анализи догађаја искључиво из перспективе удара на власт.<sup>149</sup>

#### ђ) Грађани Србије

Учесници протеста или коментатори самих догађаја су и обични грађани, чији се глас и речи недовољно пута чују у самом извештавању о рушењу у Савамали. Целокупни анализирани садржаји нису имали ни једну изјаву сведока или снимак из спорне ноћи.

Мрежа за истраживање криминала и корупције - Крик је као онлајн медиј објавила снимак рушења са једне од надзорних камера, што чини и изузетак у овом случају. Ипак, овај снимак је једном емитован на каналима комерцијалних телевизија у периоду анализе и доста је нејасан и у потпуности нем.

Када је реч о изношењу ставова и мишљења субјектата (Слика 39), изјаве субјектата су позитивно интониране (71%), док су у 27% анализираног узорка изјаве субјектата и позитивно и негативно интониране, у исто време. Сукоб мишљења политичких субјектата на власти са једне стране и опозиције, цивилног сектора и НВО-а са друге стране, а поводом случаја рушења у Савамали присутан је у 17% узорка.

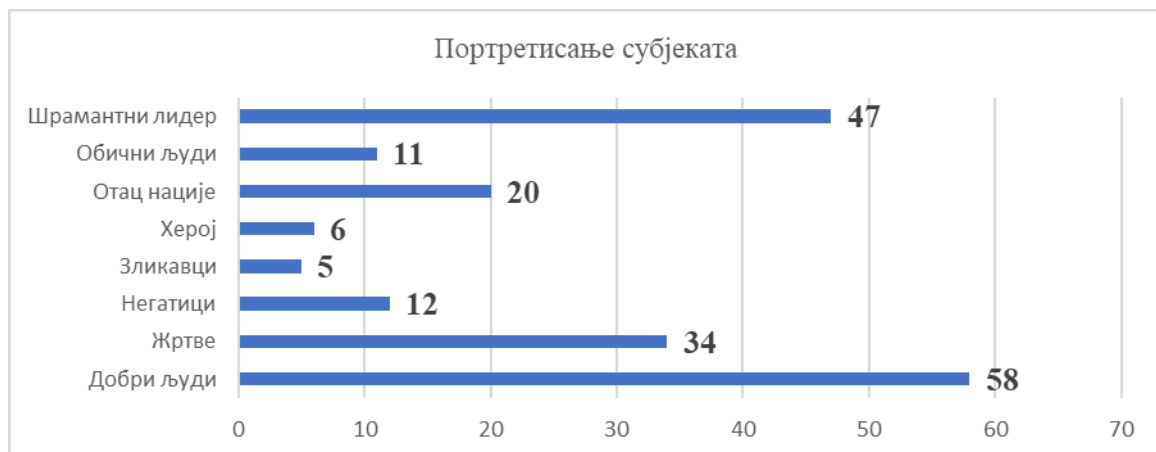
<sup>148</sup> У својим јавним обраћањима чланови организације „Не даймо Београд“ протестантима поручују: *„Чији град? Мој град! А када нас питају да ли ће ово проћи? Ми кажемо неће проћи! Прошло је месец дана од када су парадржавне формације окупирале и разрушиле један део Београда“* (РТС 1, Дневник 2, 25.5.2016).

<sup>149</sup> Ту спадају: Драган Вучићевић (Пинк, Ново јутро, 13.5.2016), Мирослав Лазањски (РТС 1, Јутарњи програм, 20.5.2016)...



Слика 39. Вредносни контекст (интонираност) субјеката у стратешки уоквиреним прилозима о кризи у Савамали 2016. године

По класификацији Лидермулера и сарадника (Lindermüller, Sohn, Hirsch, 2021:3-6) субјекти су дефинисани као *добри људи* (Слика 40) који брину о добробити Србије и Београда, али који су и несхваћени у свом раду на ојачавању домаће привреде и политике. Као *негативци и зликовци* (Anker, 2005: 24-26) су представљени: повереник и новинари Инсајдера на конференцијама за штампу. *Жртве* су истакнуте само у опозиционим оквирима.



Слика 40. Портретисање субјеката у медијским прилозима о кризи у Савамали 2016. године

По другој класификацији која се односи на дефинисање субјеката, као *отац нације* перципиран је искључиво премијер, а који се јавља и као *шармантни лидер* (Aaldering & Vliegenthart, 2016: 1873/1874) заједно са другим представницима владајуће коалиције. Грађани, волонтери и новинари медијски се дефинишу као *обични људи*, док се на позицији *хероја* (Petrogiannis & Freidenvall, 2022:9) налази премијер који решава случај рушења у Савамали или омбудсман. Он као представник цивилног сектора јавно покреће причу о рушењу након истраге повреде права грађана и потврде да полиција није радила свој посао те ноћи. У више од половине прилога није јасно назначена дефиниција субјекта због континуираног пребацивања одговорности. У чак 59 прилога субјекти нису дефинисани.

#### 11.4.2. Карактеристике актера у стратешки уоквиреним прилозима о кризи у Савамали 2016. године

Број актера у прилозима који су били део анализе варира од једног до 25 при чему у свега два медијска прилога који су стратешки уоквирени није било актера. Прилози углавном броје између и једног и четири актера (80% узорка).

Као и код субјеката, актери у анализираном узорку најчешће су представници власти (174 – Табела 20). Поново, најчешћи актер је премијер, а за њим следе градоначелник Београда, министар унутрашњих послова, па потом председник Србије. За разлику од позиције субјекта, позицију актера у анализираном узорку има и Републичко јавно тужилаштво, Влада



РС итд. То показује да и највећи број интерпретација које медији пласирају је формиран на основу изјава политичких субјеката на власти.

Као актер у медијским садржајима се често јављају и политичке странке и тада новинари најчешће интерпретирају страначка саопштења у вези са рушењем у Савамали, а која је обликована идеолошком оријентацијом странке и чињеницом да ли је она странка на власти или у опозицији.<sup>150</sup>

На актерској позицији налазе представници министарства унутрашњих послова, полиције у Београду, начелника комуналне полиције, полицијске станице Савски венац итд., а које допуњују и слажу се са изјавама политичара на власти, најчешће градоначелника Београда и министра полиције.

Већ је истакнуто да су на позицији актера омбудсман и повереник много чешће присутни. Посебно се истиче заштитник грађана о коме се у том тренутку већ спекулише као о потенцијалном председничком кандидату на следећим изборима. Његове изјаве се чешће интерпретирају, него што му медији дају простор за директно представљање или се чланови владајуће партије позивају на његов извештај о раду полиције и нарушавању права грађана током рушилачке ноћи. Дати извештај се често омаловажава и ниподаштава, што није новост, јер се бројне активности ове институције континуирано коментаришу и стављају у негативан контекст.<sup>151</sup>

Специфичан актер прилога који се никада није појавио на позицији субјекта је чувар из Савамале, кога су маскирана лица мучила и везивала, а који је преминуо на ВМА (такође, актер у том контексту). Након тога, он постаје специјалан актер догађаја као највећа жртва догађаја из Савамале. Опозиција такву ситуацију користи да укаже на злоупотребе од стране власти.<sup>152</sup> Политички субјекти на власти негирају овакве индикације правећи поређења између опозиције и криминалних кругова из деведесетих година.

Скоро половина личности која је идентификована у укупном узорку се налази искључиво на позицији актера. Вредносни контекст актера је у највећем броју прилога истовремено интониран и позитивно и негативно (66%), јер се стално прави разлика између „нас“ – владајуће коалиције и њих – „других“ који спадају у опозицију, „*стране плаћенике*“, „*жуте издајнике*“ (Пинк, Ново јутро, 13.5.2015; Пинк, Интервју, 29.5.2016) итд. (Слика 41). Актери су позитивно интонирани у 26% анализираних медијских прилога, када се истичу континуирани напори власти и полиције да се реши случај рушења у Савамали. У два прилога актер је неутрално интониран.

---

<sup>150</sup> То најбоље показују вести следеће садржине: „Омбудсман Саша Јанковић покренуо је поступак контроле рада комуналне полиције, а повод је изјава начелника комуналне полиције који је омбудсману у претходној контроли службено изјавио да нико од грађана у ноћи рушења у Свамали није звао комуналну полицију. Грађани су приложили доказе да су звали комуналну полицију. У канцеларији заштитника грађана кажу да иако комунална полиција није била надлежна за тај случај разлог за контролу су опречне тврдње начелника и грађана, и да би се утврдило зашто начелник пориче да су грађани звали полицију“ (Б92, Вести у 20.00, 23.5.2016).

<sup>151</sup> Такав је пример изјаве, а која је често интерпретирана „Ако неко прислушкуивао разговор Веселина Милића и Саше Јанковића комплетан безбедносни сектор нек се купи и иде. Само ми то покажите, а не чуо сам шум. То и моја тетка када разговара са неким, па чује шумове и одмах ми каже мене прислушкују. Ја знам да је то у Србији омиљена прича, теорије завере“ (Б92, Вести у 16.00, 11.5.2016).

<sup>152</sup> То се видело у гостовању министра здравља у Дневнику који је тврдио: „Смрт Слободана Танковића припадника обезбеђења из Савамале који је умро два дана након што је примљен на ВМА у прединфарктном стању користи се за ново бескоруптно политичко подметање. Друштвене мреже и поједини медији покушавају да кажу да је неко тако уколико крунског сведока у случају Свамала. Такође, се прећуткује чињеница да је покојни Танковић умро природном смрћу, али и да он није једини сведок рушења објекта...“ (РТС 1, Дневник 3, 25.5.2016)



Слика 41. Вредносни контекст (интонираност) актера у стратешки уоквиреним прилозима о кризи у Савамали 2016. године

На основу утврђених категоризација (Aaldering & Vliegenthart, 2016: 1873/1874; Petrogiannis & Freidenvall, 2022: 9-11; Langhamer, 2018: 179-183; Anker, 2005: 24-26; Lindermüller, Sohn & Hirsch, 2021: 3-6) актери су у медијским прилозима углавном представљани као *лидери* и зато водитељи њихове изјаве и препричавају или коментаришу (Слика 42).<sup>153</sup> Велики број актера се понавља и мења позицију у којој се налази. Често је у истом прилогу на пример, градоначелник Београда медијски представљен као *лидер*, али и *жртва* оптужби опозиције и НВО (Б92, Вести у 16.00 и 20.00, 7.5.2016). Чињеница да се овако велики број актера наизменично ставља у позицију *лидера* показује да се субјекти углавном интерпретирају као личности од значаја које могу разрешити кризу или је анализирати.

*Обични људи* су готово неприметни у анализираном контингенту. Као *херој* или *отац нације* на позицији актера налази се искључиво премијер. Када се разматра изборни резултат на парламентарним изборима, опозиција се често користи рушењем објеката у Савамали као аргументом (РТС1, Дневник 1, 11.5.2016). Ово је песудоаргумент којим се скреће пажња са изборног успеха партија на власти. На такво мишљење опозиције представници власти одговарају користећи се стратегијом напада и истичући жељу политичких супарника да умање значај изборне победе. Медији тада представнике власти истовремено уоквирују кроз улоге *добрих људи* и *жртва*.



Слика 42. Портретисање актера у стратешки уоквиреним прилозима о кризи у Савамали 2016. године

Велики број *негативаца* постоји у анализираном узорку на позицији актера и он се креће у распону од „људи са фантомкама“ из Савамале, преко представника опозиције као некадашњих носилаца фантомки до представника власти, јер се неаргументовано оспоравала умешаност државних органа у само рушење. У категорију *зликоваца* спадају и наредбодавци

<sup>153</sup> Велики број личности који се у неким прилозима и информативним емисијама нашао на позицији субјекта, ће се у неким другим наћи на позицији актера. У суштини изјаве се тално понављају независно од позиције личности у одређеном медијском прилогу.

рушења објеката, који остају анонимни и о њима се само спекулише. Кроз технику ширења, део ове категорије постају и криминалне личности из деведесетих година, а што се најбоље може видети у изјава следећег типа: „*јер су хапсили Милошевића са фантомкама и то припадници земунског клана, а за кога су радили ти припадници земунског клана? За валст у овој земљи не ради припадници ни земунског ни неког другог клана и у томе је разлика између ове владе и оне владе*“ (Пинк, Интервју са премијером, 29.5.2016; РТС 1, Конференција за штампу мандатара Владе, 24.5.2016). У 15 прилога актери нису дефинисани.

### 11.5. Језик стратешки уоквирених прилога о кризи у Савамали 2016. године

Као и у претходне две студије, у анализираном узорку уочена је заступљеност језика спорта, игре, такмичења и рата као најчешћи вид индикатора стратешке обојености прилога. Понављањем одређених израза и појмова указује се на то да медији користе традиционално једнаке изразе да опишу различите ситуације. Такође, истичу се стране у датом догађају, једна се преферира, а пажња публике се усмерава на поделу на победнике и губитнике и ставља у центар пажње одређена представа о личностима. У Табели 21. дат је процентуални приказ употребе стратешких језичких показатеља у укупном узорку. Посебно се истиче језик рата и стратешке метафоре који су најзаступљенији.

Табела 21. Језички показатељи стратешке обојености у укупном узорку у процентима (%) у извештавању о кризи у Савамали 2016. године

<b>Метафоре</b>	35, 6
<b>Језик спорта</b>	10, 5
<b>Језик такмичења</b>	10, 5
<b>Језик игре</b>	13, 4
<b>Језик рата</b>	37, 4
<b>Статистика</b>	34, 7

Увидом у резултате анализе у Табели 21. може се закључити да је у трећој студији случаја стратешка терминологија коришћена у великој мери.

#### 11.5.1. *Метафоре као елемент стратешки уоквирених прилога о кризи у Савамали 2016. године*

У 35, 6% узорка коришћена је стратешки обојена метафора да се укаже на умешаност власти у рушење објеката у Савамали или да се укаже на специфичне околности у којима се случај догодио. Ове метафоре углавном користе представници опозиције или цивилног сектора који кроз употребу овакве терминологије покушавају прикривено да укажу на нерегуларне поступке јавних институција када је у питању рушење објеката у Херцеговачкој улици.

Неке од метафора у трећој студији случаја биле су:

- Људи су *љути на град* (грађани сматрају да су градски челници одговорни за рушење објеката у Савамали) (РТС 1, Дневник 3, 26.5.2016);
- Дивљање маскираних људи у Савамали оставило је за собом *непорециве трагове прстију власти* у сваком сегменту овог догађаја (указивање на умешаност власти у случај рушења објеката у Савамали) (РТС 1, Шта радите бре, 10.5.2016);
- Непосредни извршиоци да се *изведу пред лице правде* (да се казне они који су учествовали у спорном догађају) (Исто);
- *Иза рушења и даље стоји знак питања* (Случај Савамала остаје нерешен случај) (Прва, Ноћни журнал, 12.5.2016);
- Полиција која мало *затвара очи* пред кривичним делима (Неадекватно се приступа случају рушења у Савамали од стране полиције) (Б92, Вести у 20.00, 11.5.2016);
- *Преузимати правду у своје руке* (Самостално доносити одлуке и спроводити казне) (Прва, Вести у 16.00, 11.5.2016);

- *Крунски сведок* (сведок који може да промени начин на који се кризна ситуација посматра (Пинк, Национални дневник, 25.5.2016);
- Све је то један *улични циркус* (мисли се на протесте) (Б92, Вести у 16.00, 14.5.2016.).

Оваква комуникација и активација стратешких метафора треба да наговести публици да слике рушења повеже са самовољом власти у прошлости, а што даље треба да мотивише подршку опозицији или грађанским протестима. Метафорама се обезбеђује фаворизовање одређене интерпретације и обезбеђује јасна манифестација симболичке политике у кризи.

#### *11.5.2. Језик спорта, такмичења и игара у стратешки уоквиреним прилозима о кризи у Савамали 2016. године*

У овој студији, оквири игре успешно активирају политички цинизам, јер су усредсређени на политичку игру, а не на чињенице. Цинизам се у овим прилозима огледа као супротност политичкој ефикасности и значи неповерење у различите друштвене, економске и политичке институције од стране играча који су овом случају супротстављени ставовима владајуће коалиције. Овде се грађанима дају стратешке информације, док се чињенице у вези са самим догађајем не истичу или прикривају. Стратешки оквири игре показују самоиницијативност политичког процеса и његових играча, јер они који су изложени стратешки уоквиреном покривању политике значајно су склонили да психолошки усвоје стратешки оквир у својим интерпретацијама и оценама политичког понашања. Неке од изјава субјеката које садрже у себи језик игре су:

- Маске су пале (Прва, Ноћни журнал, 12.5.2016);
- Ми ћемо ту да креирамо живот (Пинк, Интервју са премијером, 29.5.2016);
- Дај једну годинину да дим прође кроз оцак, да погачу можемо на огњишту да испечемо, па да онда даље гледамо шта можемо да урадимо даље (Исто);
- Нацртаћемо ми све и рећи народу истину (Исто);
- Мислим да је ово један добар испит за Србију и мислим да ћемо га положити (Пинк, Ново јутро, 26.5.2016);
- Фантомско рушење прате фантомске претње, па је ваљда логично да и одговор на питање: ко се крије иза тих маски, буде фантомски (Б92, Вести у 16.00, 4.5.2016);
- Држава нешто мора да уради иначе то покрива један стампедо и више се нико ни на шта неће обазирати (РТС 1, Јутарњи програм, 20.5.2016).

Језик такмичења и спорта коришћен је углавном од стране представника владајуће коалиције да укажу на своју невиност у случају Савамале и пребаце одговорност на опозициону страну. На овај начин, повећава се јаз између власти и опозиције, стварају се додатне дихотомије између политичких представника, а које треба да изазову и поделу публике:

- Они који су поражени не умеју да дођу до мреже и да пруже руку, да кажу бољи си, успешнији си био, победићемо те идући пут. Не умеју то да кажу, они морају свој катастрофални пораз да оправдају нечим другим (РТС 1, Дневник 1 и 2, 11.5.2016);
- Покушај жуте медијске и политичке олош елите да сакрију суштину (Пинк, Ново јутро, 13.5.2016);
- Ми морамо да станемо изнад тих подела, изнад насиља и да покажемо наше лепше лице, јер они се крију иза фантомки, а наша лица су овде (Прва, Ноћни журнал, 25.5.2016);
- Ишли су у Делиблатску пешчару да раде трбушњаке, јер је важан тим, јер је важно да се он заједнички бори, за исти циљ (Пинк, Интервју са премијером, 29.5.2016);
- Ово је друго крило напада на тај велики важан пројекат какав је Београд на води (Исто).
- Поражени је победник (РТС 1, Дневник 2, 11.5.2015).

Интерпретације засноване на спортском моделу стварају претпоставку да је победа једина мотивација политичара у овој кризи. Политичари постају спортисти са унапред формираном

порукама, које домаћи медији и новинари преузимају и лакше стварају приче у року, уз мање неопходних ресурса за истраживање.

### *11.5.3. Језик рата у стратешки уоквиреним прилозима о кризи у Савамали 2016. године*

Учесталост коришћења језика борбе и рата у анализираним прилозима показује да свака дневна новост која је у вези са наведеним случајем, свако откривање или одобравање, добија на значају због свог имплицитног односа према већој причи и доприноса теми: „ко ће победити“. Ово је сукоб са кретањем, јер се континуирано обећава разрешење ситуације, али које никако не долази (Cook, 1996: 474–475). Примери језика рата у овој студији случаја су:

- Правда је спора, али достижна (Б92, Вести у 20.00, 25.5.2016);
- Министарство унутрашњих послова је мимо закона оставило грађане на милост и немилост особама под фантомкама (Исто, 11.5.2016);
- Битанге и барабе које видите то нису полицајци, то су убице (Пинк, Национални дневник, 30.5.2016);
- Ова земља не сме да буде Дивљи Запад (Пинк, Интервју са премијером, 29.5.2016);
- Кад сам Хитлер, Стаљин и Ким Џон Ум (Исто);
- Мора народ да псује некога, они који су се највише борили њих су највише мрзели (Исто);
- Колико нам је нос изнад воде то је тренутак да уништимо и разоримо све (Исто);
- Терорисање, парадржавне формације, прислушкивање, теорија завере (Све телевизије преносе вести са овим појмовима);
- Они се нису крили, фантомке нису ту да сакрију починиоце, оне су ту да застраше и да нас уплаше, да нам буде јасно да се са њима није шалити, да они имају снагу, да имају све у својим рукама (Б92, Вести у 20.00, 11.5.2016);
- Свима вама, порука је иста не плашите се, супротставите се, одуприте се, са вама смо и све нас је више (Исто, 25.5.2016);
- Увек ће се наћи нешто да буде довољан разлог и имамо тему, имамо мету (Пинк, Национални дневник, 11.5.2016);
- Они фантомке из цепа извуку, а више су пута и чарапу на главу стављали (РТС 1, Дневник 1, 11.5.2015).

Како примери и показују комуникација је индиректна, а политички субјекти на власти сигнализирају публици како треба да размишља или делује у вези са случајем Савамала. Како дијагностички карактер стратешких оквира доминира, већина проблема захтева и одређивање носиоца одговорности и повезивање догађаја са личним или околним факторима. Прописивањем одговорности наглашава се виктимизација владајуће коалиције, а кривица се преноси на друге актере, уз стално подизање драматичности ситуације. Овим се указује да су медији мање концентрисани на детаље кризе, што анализу самог проблема и кризе чини већ виђеном. Медији покушавају да изграде дневни ред који укључује мобилизацију подршке, изградњу коалиција и манипулацију симболима уз потискивање питања из арена јавне расправе.

### *11.5.4. Статистички подаци и псеудоаргументација у стратешки уоквиреним прилозима о кризи у Савамали 2016. године*

У 34,7% прилога је наведена статистика и она се односила на број људи са фантомкама који су учествовали у рушењу објеката, јер се о њиховом броју континуирано спекулише. Поред тога, пошто је реч о постизборном периоду, у фокусу су проценти гласова које су поједине политичке странке освојиле на парламентарним изборима.

Најчешће се нумерички истиче датум и време рушења објеката у Савамали, колико су пута власници објеката у Херцеговачкој одбијани за легализацију, али и укупан број учесника протеста.

У овој студији случаја могло се уочити коришћење псеудоргументације као начина да се публика заведе. Она је тако почивала на а) аргументу већине (изјава бр. 6) где се догађаји публикују из „грађанске“ перспективе, б) квалификацији одређених својстава људи/догађаја (изјаве 1 и 2), али и в) инсинуацији, јер се догађаји смештају у тачно одређени контекст (изјава 5):

- 1) Људи који су рушили су били Ћиласови људи, Бодгдановићев потпредседник, они јесу били чланови СНС-а, али су пре тога били Ћиласови људи који су годинама поткрадали државу не плаћајући ништа и изнајмљујући земљу која нису смели (Пинк, Национални дневник, 30.5.2016);
- 2) Шикара, ђубре и ђубриште препуно пацова, змија и наркомана најбоље мето за Београд и Београђане (Пинк, Интервју са премијером, 29.5.2016);
- 3) Ружно треба претворити у лепо по закону (Исто);
- 4) Ако је рушио неко из власти он је идиот јер је требао да руши бесправне објекте у по бела дана (Све телевизије су пренеле ову изјаву, 10/11.5.2016.);
- 5) Моја тетка када разговара са неким па чује шумове, одмах ми кажу мене прислушкују, ја знам да је то у Србији омиљена прича, теорије завере (Пинк, Национални дневник, 11.5.2016);
- 6) Свакоме од нас може се десити да се једнога дана вратимо кући и да више не нађемо своју кућу, јер је она разрушена током ноћи (Б92, Вести у 16.00, 14.5.2016).

Неадекватна аргументација користи се у 13% прилога и добар примери таквих изјава којима се само додатно боји кризна ситуација.

#### *11.5.5. Лого и стереотипне слике у стратешки уоквиреним прилозима о кризи у Савамали 2016. године*

У свим анализираним прилозима присутан је лого телевизије који се увек налази у горњем десном углу, а у два прилога јавља се лого независне новинарске организације - КРИК. Поред њих, лого је коришћени у мањем броју случајева. У седам прилога представљен је лого одређене политичке странке приликом интерпретације става странака о дешавањима у Херцеговачкој улици. Током обраћања премијера, у фокусу је промотивни материјал и симбол Владе Србије, као и српске заставе. Иако лого у наведеним студијама случаја нема веће значење, он је у одређеним ситуацијама показивао политичку припадност одређених личности које нису познате широј јавности, ко су спонзори одређених догађаја или ко су економски субјекти који су сносили последице кризне ситуације итд.

Стереотипних слика има најчешће у виду снимака. Доминантан снимак јесте кадар срушених објеката у Херцеговачкој, где се виде остаци старих ствари и шут. Насупрот њега налази се уредан и озелењен простор резервисан за изградњу Београда на води. Тако супротстављена ова два простора симболично су приказивала две супротстављене стране у овој кризи.

#### **11.6. Телевизијска презентација кризе у Савамали 2016. године као предмет анализе**

Како је у теоријском делу и наведено кризна ситуација се може медијски посматрати кроз широк или узак контекст. Кризна ситуација у овој студији случаја најчешће је представљена у широком контексту (67%) када се рушење објеката у Савамали интерпретира као политичка афера која има за циљ да угрози европски пут Србије и њен напредак (Слика 43). Када цивилни сектор или опозиција тумачи кризу са широког аспекта, они је везују за урешавање демократских принципа и људских права и слобода.



Слика 43. Контекст кризне ситуације у извештавању о кризи у Савамали 2016. године

Уски контекст се јавља у мањој мери, када се криза доводи у везу са деловањем опозиционих криминалних група и тада изјаве даје градоначелник Београда или премијер Србије (Пинк, интервју са премијером, 29.5.2016). Са друге стране, овај контекст може подразумевати и ширење самовоље власти, бар за НВО сектор. У прилозима уског контекста, неретко има субјеката, већ они почивају на интерпретацији изјава актера (15 од 38 прилога).

Ова криза је криза губитка (86%), јер рушење објеката са собом тешко може да носи позитивне резултате (Слика 44). У појединим случајевима, случај Савамала има двоструки карактер и тумачи се од стране политичких актера као губитак и добитак у исто време, а што медији јасно и преносе. У том случају се рушење објеката оправдава и истиче се да иако је рушење обављено неадекватно, да је заправо било нужно.



Слика 44. Начин на који је криза приказана у стратешки уоквиреним прилозима: криза у Савамали 2016. године

Тежња да се задржи постојеће стање у друштву је назначена у 89% анализираних медијског садржаја. Тако се указује на немогућност да се Србија промени, при чему се посебно истичу тековине деведесетих. Из самог извештавања о рушењу у Савамали могло приметити континуирано подсећање јавности на криминалне кругове и сцене из система пре октобарских промена, јавна и невидљива кршења закона и повреда или тотална небрига за људска права и слободе.

#### 11.6.1. Презентације кризне ситуације у стратешки уоквиреним прилозима о кризи у Савамали 2016. године

Опис актуелне ситуације дат је у 33% прегледаног садржаја и тај део медијских прилога је углавном фокусиран на начин на који се третира место где се налазе порушени објекти. Поред тога, прилози који се баве новим, актуелним елементима кризне ситуације прате судбину чувара из Савамале. У малом делу анализираних садржаја преглед актуелне ситуације прати и протесте грађана који позивају на одговорност градске власти и траже јасно разрешење случаја нелегалног рушења.

Медијски прилози који су фокусирани на догађаје из Савамале нужно се враћају на питање зашто је до самог рушења објеката дошло и проналазак узрока оваквог догађаја.

Разматрање узрока рушења је део 78,2% прилога. У јавности су доступне следеће опције када је реч о разлозима рушења објеката у Савамали:

- а) Намештање приче о рушењу објеката Савамала ради неутралисања губитка избора од стране опозиције;
- б) Намерно угрожавање европског пута Србије;
- в) Организовано кршење права грађана које је усклађено између више државних и недржавних субјекта.

Последице су наведене у 74,8% анализираног узрока. Снимци у анализираном узорку често стављају фокус на снимак порушених објеката који је сниман тако да се види уређена страна Београда на води и неуређена и ружна страна порушених објеката. Последице постају још видљивије након смрти чувара из Савамале, али и протеста који су букнули након оваквог кршења људских права и слобода. Реакције цивилног сектора биле су јавне и жестоке, али су оне поткопаване и сензационализоване до крајњих граница и праћене насилним и криминалним понашањем неафирмисаних појединаца од претњи путем друштвених мрежа, до прислушкивања.

Посебан апсект представља оправдавање процеса рушења кроз перспективу да су то били „нелегални објекти које је требало срушити у друго доба дана“, „да су то бараке у којима нико није живео“, као и да је то „поприште пацова, наркомана и змија“ које стварају нехигијенске услове за живот Београђана. У складу са тим, решавање случаја Савамала је континуирано обећавано, али није достављено. На крају, предлог решења дат је у 18,2% прилога, а који се односе на захтеве јавности да градски челници поднесу оставке због потенцијалне умешаности, тј. нереаговања у датој ситуацији.

Колективна решења дата су као предлог у мање од 26% прилога и у њима се представници владајуће коалиције позивају на кривичну и правну одговорност за починиоце.

У малом проценту (14,7%) испитаног садржаја субјекти се баве проценама ситуације, јер свака спекулација о рушењу носи са собом експлозивну реакцију различитих учесника кризе. Највећи број оваквих коментара је у вези са различитим аспектима последица рушења као што је потенцијално прислушкивање омбудсмана, претње упућене поверенику или његова сарадња са полицијом по том питању итд.

Слика о кризи је поједностављена у 47,8% прилога, јер се насиље и даље оправдава и умањује од стране највиших градских и државних функционера. У највећем броју прилога „објекти су требали да буду срушени, јер су нелегални, неправни и ружни, и били су ругло града, мада нису требали бити рушени у то доба ноћи, већ дању уз дозволе и присуство јавних функционера“ (Б92, Вести у 20.00, 10.5.2016).

#### *11.6.2. Презентација одговорности у стратешки уоквиреним прилозима о кризи у Савамали 2016. године*

У овој студији случаја одговорност је назначена у 50% узорка. Сви субјекти и актери пребацују одговорност и баве се последицама коју та одговорност са собом носи. У најгорем случају преузимање одговорности значи и губитак политичке функције, што је у фокусу медија много више него кривична и правна одговорност. Одговорност се преноси на лица са фантомкама (17,5%), некога ко није именован, али власт покушава да га пронађе (28%), власт (29,8%), полицију (14%), опозицију (12,3%). Криза изазвана рушењем у Савамали се привидно завршава откривањем умешаности градских власти у процес рушења од стране премијера (без именовања тих појединаца), али који су то учинили случајно и не желећи никога да повреди.<sup>154</sup> О сношењу правне одговорности, казнама и последицама које би један ланац актера са собом требао да сноси није било речи.

Ово је криза у којој је степен одговорности изузетно велики, јер је из самог начина на који је дошло до рушења објеката у Херцеговачкој било очигледно да је људски фактор

<sup>154</sup> „Марковић који је био Бодгдановићев менаџер, или потпредседник, Ђиласов члан градског већа, па кад је Ђилас изгубио власт, пред његово губљење власти, или га је Ђилас избадио. Онда је он прешао у Снс, он је до јуче био у СНС-у, у главном одбору...“ (Пинк, Национални дневник, 29.5.2016)



доминантан, о чему сведочи и 96,5% анализираниог материјала. У осталих 3,5% прилога није дошло до разматрања одговорности.

Поред тога, истицање разлике између власти и опозиције је континуирано и јасно наведено у 74,8% прилога, што је подударно са пребацивањем одговорности између представника власти и опозиције, НВО и цивилног сектора. У око 20% прилога се чак и спекулише о сарадњи институција цивилног друштва и представника владајућих партија, а која би се огледала у заједничком раду на решавању случаја.

Најчешће, представници власти апелују на стрпљење и толеранцију људи, у чак 91,4% прилога. Овде се пре свега мисли на молбу за стрпљење публике када је у питању решавање кризе, јер је због неадекватне реакције органа, јавно мњење вршило притисак на носиоце моћи да се отворено разговара о проблему.

Екстремни ставови о кризи, такође, су обележја пребацивања одговорности, а који треба у потпуности да скину сумњу са субјеката који их износе.

- *Сад треба сви да причамо о Савамали и о томе ко је то срушио. Ко је срушио што рече Вучић је комплетан идиот, ал да вам кажем нешто и ја бих то срушио. И не знам шта су чекали и требали су у сред бела дана то да сруше, јер је то било ругло, било је нелегално, незаконито. И зашто нико не прича ко су власници тих објеката? Јер тамо живела нека сиротиња? Није. Ко је тамо живео? Нико. Шта се тамо дешавало? Тамо су се у нелегалном објекту за које је постајало решење за рушење, водили неки бизнис и на незаконит начин су се богатали неки људи (Пинк, Ново јутро, 13.5.2016);*
- *Ако мене питате, ја стварно мислим да би онај који би то урадио, а да је желео да уради било ко из власти, да је тај комплетан идиот, јер је то требао да уради у по бела дана. Нешто што је против правно направљено, што је одвратно изгледало, што је само њима служило да ружи Београд и да они могу да имају неку ситну корист од противправног, бесправног, без плаћања пореза на имовину, без ичега да тамо стоји, без икаквог законског основа да тамо стоји. Уместо да су дошли у по бела дана, градским, грађевинским машинама да то поруше (Б92, Вести у 16.00 и 20.00, 10.5.2016);*
- *Свакоме од нас може се десити да се једнога дана вратимо кући и да више не нађемо своју кућу, јер је она разрушена током ноћи (Прва, Вести у 18.00, 14.5.2016).*
- *Нека ми неко каже да је она шикара, ђубре и ђубриште препуно пацова, змија и наркомана најбоље мето за Београд и Београђане (Пинк, Интервју са премијером, 29.5.2016).*
- *Опозиција је сарађивала са Земунским кланом који су хапсили Милошевића и после убили Ђинђића, дакле из опозиције су дошли ти људи који су рушили, а који су и после дошли у СНС (Пинк, Национални дневник, 30.5.2015).*
- *Рушење у Савамали изазвало је смрт човека (Б92, Вести у 20.00, 25.5.2016).*

Овакве изјаве углавном служе да се оправда и умањи значај кршења закона током самог рушења објеката. Нигде нема речи о последицама и казнама за почињена дела, већ се само врши стално затрпавање и преноси одговорност. Ово што ову студију случаја разликује од преосталих двеју обрађених у овом истраживању јесте да кредибилни кризни менаџер и најцитиранији субјекат у кризи даје коментаре екстремног типа. Такође, из догађаја из посткризног периода, видимо да су последице екстремног говора биле потпуно невидљиве и значиле су само снажнију пропагандну аргументацију и већи политички притисак.

### **11.7. Елементи симболичке политике у презентацији кризе у Савамали 2016. године**

Случај Савамала је пример злоупотребе власти и представља облик непоштовања закона и прописа и значајан пример нарушавања људских права. Ово може указивати на чињеницу да су се носиоци моћи ослањали на неформална средства ауторитарне манипулације уз континуирано урушавање демократских установа и медијских слобода (Владисављевић, 2019:18). Како симболичка презентација политике у овом случају изобличава концепцију људи о кризи, може се говорити о високом степену манипулације.

Рушење објеката у Херцеговачкој улици показало је доминацију владајуће странке у формирању представа о догађајима у Београду. Оно је презентовано као догађај који није био леп, али није био ни тако страхан, јер су порушени објекти били бесправни и представљали су ругло града (РТС1, Дневник 2, 11.5.2016). Медијски записи о пику кризног догађаја не постоје, нити су медији истраживали различите стране укључене у кризу. Представе о кризи које пласира опозиција су готово невидљиве и обавијене информацијама о изборним резултатима, што скреће пажњу са проблема рушења објеката (Б92, Вести у 16.00, 28.5.2016).

Приступ опису догађаја из ноћи 24. на 25. април је указивао на специфично понашање актуелних чланова СНС-а, али и чланова касније формиране Владе, који као да су се налазили у никад завршеној изборној кампањи. Председнички избори били су удаљени само годину дана, па је сваки дан, представљао могућност да се гласачи заведу и убеде у значај подухвата владајућих партија. Јавна обраћања у случају Савамала нису имала за циљ да се случај објасни или разјасни, као ни да се грађани увере и његово решење. Она су требала да убеде грађане да партија, Влада и председник воде политику која се поклапа са јавним интересом, који они стално остварују упркос бројним непријатељима и препрекама (Миливојевић, Матић, 2021: 386). То добро показују изјаве овога типа „*Ова земља не сме да буде дивљи запад и не сме да се понови ни 2001, 2003, 2004, где ће људи са фантомкама да решавају случај. Држава ће да открије ко је то починио, држава ће да открије наредбодавца. Тачка. Шта се дешава са Србијом која иде напред? Ми ћемо ту да креирамо живот.... Кад сам Хитлер, Стаљин, Ким Џон, Ум... то вам показују колико слободе име. Мора народ да псује некога, они који су се највише борили су највише су их мрзели*“ (Пинк, Интервју са премијером, 29.5.2016).

Симболичка презентација политике у овој кризи фокусирана је на сукоб власти и опозиције - парламентарне и ванпарламентарне, а тиме и заговорника очувања статуса „quo“ и заговорника промена. Заправо, свака врста презентације јавне дебате водила се између премијера и оних „других“, док су министри имали улогу да затрпавају јавни простор, гомилом порука које са собом нису носиле никакве информације и упутства, већ су само скидале одговорност са представника власти.<sup>155</sup> Користи се синтагма „презентација јавне дебате“, јер стварне дебате није било, а политичка комуникација у овом случају је персонализована и заснива се на свеприсутности премијера као доминантног кризног менаџера. Тако је број актера који се појављују у медијима и распон њихових аргумената, ограничен симболичком презентацијом политике и обухвата самоподржавање става доминантних политичких субјеката, што другим актерима обезбеђује систем аргумената и ставова које користе при различитим појављивањима у јавности. На тај начин, ово истраживање и у овој студији случаја потврђује резултате анализе Сарцинелија (Sarcinelli, 1987: 59).

Премијер је личност која у случају Савамала даје дефиниције и интерпретације догађаја, прати развој ситуације, предлаже алтернативна решења и јавно открива кривце уз образложења и оправдање.<sup>156</sup> Он је *вођа, херој* и „*отац нације*“ који води битке за народ, против свих осталих уз, пре свега, сопствену *жртву*. У овој кризи кроз употребу симболичке политике рушење се интерпретира као посебан вид јавног и политичког проблема. Премијер говори о значајним питањима у вези са случајем, он самостално допуњује извештаје и сваки развој догађаја је прво у његовој интерпретацији. Ово је важно, јер је он задужен како за истицање одређених аспеката догађаја, тако и за маргинализацију других аспеката или

<sup>155</sup> Такве су биле бројне изјаве градоначелника Београда: „*Значи ја могу да одговарам на питања која су везана за моју надлежност. Дакле, град Београд, градске институције нису учествовале у томе и неколико сам пута то поновио, поновићу то сада и вама немам коментар на такве ствари, јер се нисам бавио тиме, начин на који град Београд није у томе учествовао*“ (Б92, Вести у 20.00, 7.5.2016).

<sup>156</sup> Таква је изјава: „*Не разумем оне који су одлучили да рушење у Савали обаве током ноћи, јер је реч о бесправно подигнутим објектима. Неко покушава да прави политичке случајеве тамо где их нема. Треба пустити надлежне органе да раде свој посао у вези са тим случајем*“ (РТС 1, Ово је Србија, 10.5.2016), па потом „*За 7 -10 дана биће познато све у вези са догађајима у Савали, када ће бити поднете кривичне и прекршајне пријаве, а ако треба биће и политичке одговорности...*“ (РТС1, Дневник1, 30.5.2016).

актера. Овакав тип промена у вези је са оквирима који се пласирају и указује на проблеме као референтне вредности у тумачењу политичког дискурса.<sup>157</sup>

Заправо, начин на који се приступило јавној експлоатацији дешавања у Херцеговачкој улици указао је на тежњу ауторитаризму и потврдио популистичке тенденције у деловању власти. По речима Стојиљковића и Спасојевића (Stojiljković & Spasojević, 2018:115) то се могло уочити још 2012. године када се партија декларисала као странка народа која се противи транзиционој елити, односно „покрета незадовољних” (Jovanović, 2013: 13). Ова интерпретација уочљива је основним темама кампање из 2012. године: 1) економија и корупција, 2) разумевање стања демократије у Србији. О томе сведочи и чињеница, да после дугог низа година поједини лидери из СПС-а често видљиви у обликовању догађаја од стране власти, а који су заузимали значајне позиције у друштву, нису коментарисали рушење. Ипак треба истаћи да је ово била унутрашња криза која није захтевала реакцију Министра спољних послова или других ресорних министарстава у надлежности чланова СПС-а или неких других коалиционих партија, али је генерално њихова перспектива на сам догађај већински изостала што се није често дешавало (Исто). Са друге стране, ако је ово био опозициони акт који је нарушавао европски пут Србије, онда је то и могло да садржи потребу да се јавности обрете челници власти који прате изблиза дати процес.

За разлику од друге две студије случаја у којима је велики нагласак стављан на процес европских интеграција, овде је „европски пут“ синтагма која се везује искључиво за деловање опозиције која у садашњој констелацији нужно чини све, да саботира европски пут Србије (РТС1, Јутарњи дневник, 12.5.2016).<sup>158</sup> Под окриљем напретка, а у циљу уласка у ЕУ, за представнике власти Србија пролази кроз низ реформи, али које се не односе само на законске и процедуралне промене, већ обухватају и формирање представе о Београду, а потом и Србији, као модерном граду/држави који постају бољи и лепши, привлачнији страним туристима и улагачима због сталне иновације и напретка.

Утицај симболичке политике може се пратити кроз трансформацију колективног идентитета, колективну мобилизацију, нове јавне програме, промене у јавној политици, успостављање нових институција и изазове у односима са ауторитетом (Малинова, 2013: 227-231). Промене у начину интерпретације кључних националних и идентитетских питања у овој студији односиле су се на чињеницу да је све што се дешавало у прошлости сведено на такозвани период „Жутих“ од 2008. године, а који се описује као период распарчавања, издајништва и крађе (РТС 1, Ово је Србија, 11.5.2016).<sup>159</sup> Нова политичка већина креира се на реафирмацији националног поноса, превазилажењу слике о Србији као агресору и кривцу за догађаје из прошлости и на изградњи Србије као уважене, успешне и цењене политичке заједнице која има пожртвовано и посвећено руководство (Миљивојевић, Матић, 2021: 389).<sup>160</sup> Период деведесетих из кога СНС вуче корене се углавном медијски не спомиње и не

---

<sup>157</sup> Ово се може уочити токо целокупног периода анализе, али се посебно може истаћи интервју са премијером на телевизији Пинк (29.5.2016), као и официјелна конференција за штампу првог мандатара Владе РС на РТС-у (РТС 1, 11.5.2016).

<sup>158</sup> Министар унутрашњих послова је тако истицао: „*Ту нису живели људи, то су неки магацини, бараке, што не сме да се дешава, али не може то да буде главна вест, да покушај спина буде главна вест. А зашто рећићу вам то је врло просто. Ова коалиција за НАТО и против ЕУ од 5% нема другу ствар коју би могла да понуди грађанима Србије*“ (РТС1, Јутарњи дневник, 12.5.2016).

<sup>159</sup> Премијер је у својим гостовањима слао поруке следећег типа: „*Ни о каквој сиротињи ту није реч, ни о каквим људима који су ту живели није реч, да то људи у Србији знају. Реч је о људима који су 10 пута добили одбијеницу за легализацију, јер су знали шта су урадили, да су добијали земљиште директно на поклон од градоначелника Београда 2004; 2005; 2006...*“ (РТС 1, Ово је Србија, 11.5.2016)

<sup>160</sup> Ово се најбоље види кроз изјаве следећег типа: „*Шта се дешава са Србијом која иде напред? Ми ћемо ту да креирамо живот, јер бог је суштина савести, савест је да је бог у сваком човеку да би сви успели.... У медијима сам Хитлер, Стаљин, Ким Џон Ум... то вам показују колико слободе име. Мора народ да псује некога, они који су се највише борили, највише су мрзели...*“ (Пинк, Интервју са премијером, 29.5.2016), или „*Ми ћемо ту да креирамо живот, будућност. Могли су мене да позову да ја станем на то и кажем ево људи ми овде хоћемо да направимо велелепни део Београда, најлепши део Београда. Нећемо да ту буду прљаве уџерице као*

експонира, осим у меморијалним приликама када је то неопходно. У случају Савамала било је неопходно вратити се у период октобарских промена, али се власт врло уско држала искључиво периода „скидања“ председника са власти 2000. године, а који је приведен од стране људи у фантомкама. Прављена је медијска паралела између „фантомки“ које су коришћене некада и оних које су коришћене сада. На тај начин, представници власти су инсинуирали да је опозиција склонија оваквом начину делања и да је одговорност у њиховим рукама. Дата ситуација је коришћена да се укаже на личности из подземља и криминалце који су владали политичком сценом деведесетих и који су служили за истицање криминалних активности некада и криминалног рушења у Савамали.<sup>161</sup> Већина наведених криминалних актера била је покојна и њихова деловања нису могла остављати траг на тадашњим деловањима у Херцеговачкој, али су помогли у манипулисању датом сликом. Шта су представници тадашње Власти радили у тадашњем периоду није представљано, а чланови опозиције, нарочито лидер ЛДП-а,<sup>162</sup> покушавали су да укажу на значајне разлике између онога што се дешавало 2000. и те 2016. године. У овом случају, симболичка политика се јавља као облик потраге за идентитетом, кроз коју публика спознаје нове улоге и вредности. То значи да се врше промене улога и вредности које су постојале у прошлости, и које се замењују идентификацијом са „главним јунаком“ – доминантним политичким субјектом и кризним менаџером. За те потребе се користе животне приче уз помоћ којих се ствара приснији однос са публиком или се истичу елементи постојећег идентитета које треба заменити (Миливојевић, Матић, 2021: 389). Тако се у интервјуу на телевизији Пинк (Пинк, Интервју са премијером, 29.5.2016) премијер позива на „мржњу“ према Обреновићима, али и да је српски народ увек „*мрзео оне*“ који су највише за њих учинили. Поред тога, он је истицао да су се у прошлости Срби тимски спремали за победе „*радећи заједно трбушњаке у Делиблатској пеишари*“, али је и указивао на неопходно јединство уз мир и веру користећи у изјавама религијску терминологију: „*Ми ћемо ту да креирамо живот. Бог је суштина савести и морамо имати савест да је бог у сваком човеку*“ (Исто).

Имајући у виду да је СНС класификована као странка деснице, у утврђивању популистичких делова њиховог програма важан део има употреба концепта „другог“, односно дефинисање непријатеља који прете народу, угрожавају његове вредности и чистоту. Питање „других“ у контексту СНС-а било је веома важно, јер је њихов идеолошки пртљаг из радикалских времена био препун могућности, али је њихова новоуспостављена формална проевропска оријентација ограничавала јефтино скупљање гласова на овај начин (Stojiljković & Spasojević, 2018:115, 116). Током времена појам *другог* се мењао, па је у време избегличке кризе он често био оличен у Хрватској као оним „другима из региона“, а сада се заснивао на бившим члановима ДС-а, и ДОС-а, па и представницима цивилног друштва који су у једном тренутку били чак и начин да се премости период транзиције из Владе 2012. до Владе 2016. Симболичка обрада рационализује дати однос у складу са интересима доминантних политичких актера на власти, покушавајући да легитимише и ојача те интересе и да дефинише поље колективног деловања. Све активности се зато и повезују са политичким и идеолошким гледиштем актера, а друштвени односи се састоје од мрежа

---

*што сте нам ви овде направили противправним путем. Оно што је супротно праву направљено, правно треба да се разреши и то је тако требало да се уради*“ (Пинк, Национални дневник, 10.5.2016).

<sup>161</sup> Повезивање са криминалним деловањима вршено је од стране представника власти: „*Приче о фантомкама нам причају људи који су организовали фантоме са фантомкама да прескачу ограду да хватају и хапсе председника републике, јер су хапсили Милошевића са фантомкама и то припадници земунског клана. За кога су радили ти припадници земунског клана? За власт у овој земљи не ради припадници ни земунског ни неког другог клана и у томе је разлика између ове владе и оне владе*“ (Исто).

<sup>162</sup> Медији су два пута искључиво на телевизији Б92 интерпретирали следећу изјаву лидера ЛДП-а: „*Поручио бих Вучићу да не може постојати знак једнакости између рушења објеката у Савамали у ноћи између 24. и 25. априла и хапшења бившег председника Србије, Слободна Милошевића. Људи који су се окупили у реду испред Скупштине града заиста не интересују фантомке из 2001. године, не интересује их ни Легија, ни политичко убиство у овом тренутку. Не кажем да они немају свој став о томе, али не може се ставити знак једнакости између Савамале, фантомки и онога што се дешавало пре 15 година*“ (Б92, Вести у 16.00, 29.5.2016).

тензија и супротности које су у складу са њиховим положајем, о чему је у својим истраживањима говорио и ван Дијк (van Dijk, 1998). Популистички елементи су најприсутнији у интерпретацији односа елита–народ, то јест, кроз сваљивање кривице за лошу економску позицију на постпетооктобарску елиту,<sup>163</sup> тајкуне и њихов међусобни коруптивни однос који је довео до преобимне државне администрације, партијског запошљавања и клијентелизма. Таква елита, по речима напредњака, заузела је државу и преузела је у циљу остваривања сопствених, а не народних интереса, што је са пројектима попут Београда на води, власт покушавала да промени (Stojiljković & Spasojević, 2018: 115, 116).

Представници цивилне власти су највећи критичари власти. Њихове изјаве се ретко могу наћи у првом плану и ретко им се додељује позиција субјекта. Деловање и ауторитет омбудсмана и повереника се континуирано унижава, везује за криминална деловања или се доводи у питање инкриминацијом кроз неадекватну сарадњу са државним институцијама и органима.<sup>164</sup> О томе је већ било речи у одељку који се бави политичким контекстом кризе. То се посебно односи на омбудсмана и инсинуације о његовој злоупотреби положаја.

Посебан проблем случаја Сававала је представљала чињеница да није било могуће уочити изјаве грађана о дешавањима у београдској четврти, нити су се могле чути изјаве сведока, нападнутих појединаца, чувара, па чак ни полицајаца који су били дежурни те ноћи. Свака перцепција обичних људи, са којима би публици било најлакше да се повеже, је заустављена. Зато и није чудно што су протести који су потом уследили били невидљиви за грађане Србије један временски период, јер је јавна перцепција, слика обичног човека у потпуности нестала са малих екрана. Насупрот томе, политички субјекти покушавају да се спусте на ниво не јавних субјеката и представе себе као обичне грађане, скромне и једнаке.<sup>165</sup> Тиме се показује да је јавни интерес претворен у политички интерес и да се између њих ставља знак једнакости.

Протести 1 од 5 милиона покренути од стране организације НДБГ, били су први прави излив грађанског незадовољства после 2000. године.<sup>166</sup> Њихова почетничка снага је почивала на грађанском незадовољству, које је било другачије од оног у време предпетоктобарских промена. Зато већина телевизија која је обухваћена анализом није од самог почетка јавно преносила протесте, јер би то указало на чињеницу да власт нема такво јавно одобрење као што се представља, нити је народ задовољан. То је био посебан проблем за партију која у основи почива на народној вољи и која је у својој иницијалној замисли народна (Миливојевић & Матић, 2021: 389). Масовност ових протеста је порасла са рушењем објеката у Херцеговачкој улици, тако да медији о њима више нису могли да ћуте, па су их преносили

---

<sup>163</sup> То показују изјаве попут: „Дакле, да даље не ширим да се не бих извлачио и пребацивао кривицу на некога другог, али ми је најсмешније када о томе говоре они који су нам фантомке унели не на политичку сцену, него на економску сцену, хапсили Милошевића под фантомкама, рађавани били као што видите, јер су неким морали да исплаћују по пет милиона и сад ми држе предавање свакодневно. Ми ћемо ово да решимо, јер је то наша обавеза према будућности. Таман онолико колико је Србија напредовала од тога да више нико никога не убија са фантомком на глави и више се не хапсе председници и потпредседници са фантомкама на главама, него се са фантомкама руше неправни објекти. Србија мора да напредује тако да у будућности те фантомке нико не користи ни за шта, против правно, или против законито. То мора да буде Србија у коју сви верујемо“ (РТС 1, Конференција за штампу првог мандатара Владе РС, 24.5.2016).

<sup>164</sup> Министар унутрашњих послова је тако тврдио: „Саша Јанковић неће да дође у контролу, а знате зашто неће да дође у контролу? Зато што ће у тој контроли да утврди да није прислушкиван и онда би морао да се извини јавности и морао би да каже грађанима да је утврдио да није прислушкиван“ (Прва, Ноћни журнал, 13.5.2016).

<sup>165</sup> Такве су изјаве типа: „Ако мене питате, ја мислим да стварно онај ко би то урадио, а да је желео да уради било ко из власти, да је тај комплетан идиот, јер је то требало да уради у по бела дана, јер нешто што је против правно направљено, што је одвратно изгледало, што је само њима служило да ружи Београд и да они могу да имају неку ситну корист од против правног, неправног, без плаћања пореза на имовину, ичега да тамо стоји“ (РТС 1, Шта радите бре, 19.5.2016).

<sup>166</sup> Поруке са протеста су биле типа: „Ми а дижеммо глас против свих њихових крађа, лоповлука, лажи, ми знамо да су они били иза тих маски“ (РТС 1, Дневник 3, 11.5.2016).

у каснијим издањима централно-информативних емисија на јавном сервису, али тако да буду што мање видљиви. Заправо, са уласком политичких снага и лидера у саме протесте и непостојањем видљивих акција и последица тог грађанског незадовољства, престаје и моћ окупљене масе и почиње да опада број људи који ходају за нешто боље. Као и у првој студији тело које је манифестовано на улици представља одређену врсту политичког потенцијала и захтева за променом, уз могућност да се изврши политички утицај и пренесе порука. На жалост, та порука је у овом случају изостала кроз медијске канале који су требали да је пренесу, јер је пристрасност медија већ била видљива, поготово Јавног сервиса, али и других комерцијалних телевизија. Чињеница да су главни интервјуи у овој студији давани за телевизију Пинк указује на почетак процеса стварања режимских медија који су одабрали страну, и престали да буду независни објективни преносиоци информација, већ јавна гласила политичких субјеката на власти који су их користили за презентацију своје верзије политике и догађаја који су их окруживали.

Може се закључити да се симболичка политика власти манифестовала кроз стратешке оквире, а вешто упакованим медијским садржајем вршила се манипулација. Знање публике о догађајима у Савамали било је непотпуно или пристрасно и омогућило је ширење идеологије актуелне власти.

## 12. ДИСКУСИЈА

Анализа која је спроведена показује да је извештавање медија у Србији о кризним ситуацијама подложно различитим утицајима, највише политичком и да се у том смислу може говорити о производњи пристрасних медијских садржаја. Медији домаћу политику чине видљивом, али је чине и елементом медијских садржаја који се тичу других области друштвеног живота, не нужно политичког. Тако се обезбеђује продор политике у све теме и обезбеђује простор за политичке субјекте на власти који постају свакодневни коментатори догађаја из различитих области.

Све три анализиране студије случаја указују на одређене карактеристике стратешки уоквирених медијских прилога, а које се углавном без обзира на различите кризне ситуације не мењају. У наставку текста покушаће да се укаже на сличности и разлике међу наведеним студијама случаја и да се потврде претходно установљене хипотезе.

### 12.1. Стратешки уоквирени медијски прилози - основни подаци и карактеристике прилога

Као што је већ наведено у методолошком оквиру, анализа је обухватила четири телевизије са националним покривањем - три комерцијалне: Б92, Пинк, Фокс, која је променила назив у ТВ Прва и јавни сервис, тачније први канал Радио Телевизије Србије.

Анализа ТВ прилога је у све три студије случаја обухватила дневно - информативне емисије, али и друге медијске формате који су у датом периоду имали улогу у информисању грађана о кризној ситуацији. Ту спадају различите емисије политичко - информативног карактера, јутарњи програми, ноћни журнали, али и конференције за штампу, уживо гостовања у наведеним емисијама, ванредна укључења, посебно заказани интервјуи итд.

Избор емисија и прилога је разноврстан и неуједначен, а због тешке доступности материјала и чињенице да он током година није архивиран и сачуван. Као разлоге за то представници медија навели су старе моделе и начине архивирања материјала, пропадање материјала због неадекватних услова чувања, чињенице да поједине медијске куће не чувају материјале старије од пет година, као и да генерално не дозвољавају појединцима који нису званично запослени у институцији приступ материјалима (неки су као разлог навели мањак радне снаге у службама архиве) итд. Појединачна потрага за медијским садржајем за потребе научно-истраживачког рада била је тешка и због тематике прилога, али и чињенице да је пандемија вируса *COVID-19* онемогућила приступ бројним институцијама и медијима.

Све три студије обухватиле су период истраживања од по два месеца свакодневног извештавања, уз уочено понављање садржаја током једног дана у различитим емисијама некада исте телевизије, а некада и различитих телевизија. РТС је као јавни сервис, најчешће, понављао и надограђивао тематске прилоге и вести како се кризна ситуација мењала и развијала током дана. Могло се уочити и понављање садржаја на телевизијама Б92 и Прва, нарочито у трећој студији случаја када обе телевизије имају истог власника. Понављају се прилози, имена новинара или водитељи који дају сличне уводе у дати прилог.

У првој и трећој студији случаја стратешка обојеност прилога креће се око 80% и указује на значајну једностраност медијског садржаја која иде у корист владајућих политичких субјеката и актера на власти. Друга студија случаја, која је и најобимнија има стратешку обојеност око 60%. Мања стратешка обојеност прилога у другој студији случаја се може објаснити чињеницом да је као интернационална криза садржала и већи број субјеката из других земаља, не само региона, већ и света. Иностранци актери, поготово они из земаља ЕУ, нису посматрани са супарничког и опозиционог аспекта (изузев Хрватске и, пре тога, Мађарске, али у мањој мери). С обзиром на хуману стратегију Србије, свако другачије деловање домаћих актера, опозиционих и других група и организација би било неадекватно и супротно принципима демократије и људских права, тако да опозиција није критиковала власт у већој мери.

У све три студије случаја, због неуједначене структуре емисија које су биле део анализе, није увек било могуће одредити редни број прилога, па он је као категорија изостављен из анализе.

Кључне речи у све три студије случаја биле су речи које се налазе у називима студија, па не можемо говорити у поклапању у том смислу. Најчешће употребљене кључне речи биле су: *Парада, мигранти (не избеглице) и Савамала*. Кључне речи које су се појавиле у све три студије случаја јесу: *сукоби, полиција, насиље*, али то нису били и најчешће понављани појмови.

Теме дана су „покриване“ стратешки уоквиреним прилозима, што је у складу са променљивим карактером кризних ситуација. Ситуација се мењала из сата у сат током прве студије случаја и током више дана/месеци у другој и трећој студији случаја. Ипак, како је анализа обухватила и преткризно и посткризно стање, медији обухваћени анализом су потенцијали дате теме пошто је реч о догађајима за које се очекивало да би могли унети одређену дозу несигурности и хаоса у друштво. У том смислу, медији су имали задатак да припреме публику на такве догађаје. У првој и другој студији случаја је извештавање у преткризном, тј. посткризном периоду дискриминишуће, пуно сензационализма и драматизације чиме се доприноси медијској изградњи представе о кризи, а која треба да публици посведочи о опасности ситуације. Изузетак представља трећа студија случаја, јер се пре самог догађаја није могло предвидети да би оваква криза уопште могла да избије. Ипак, преткризни период и анализа контекста кризе указују да је о рушењу објеката у центру града за потребе пројекта „Београд на води“ било речи и раније. О томе сведочи расправа о дугорочном плану рушења Миксалишта као хуманитарног центра који је пружао помоћ и смештај избеглицама.

Трећа студија не обухвата медијске прилоге који прате сам процес рушења објеката у Херцеговачкој улици, јер је реакција медија обухваћених истраживањем изостала.<sup>167</sup> Касније, у емисијама које су део овог истраживања, кризна ситуација је евоцирана. Она постаје део емитованих медијских садржаја захваљујући новинарима медија који нису били обухваћени анализом, а који су иницирали разговор о кризном догађају на конференцијама и гостовањима друге тематике. Бесправно рушење објеката у градској

<sup>167</sup> Преткризни период који је обухваћен истраживањем је отворио могућност да се испрати и сам процес рушења, али како су анализирани медији о овом догађају извештавали са закашњењем, све информације о кризној ситуацији се добијају из секундарних извора и бројних субјеката и то неколико дана након самог догађаја.

четврти Савамала, тек након неколико дана постаје и тема медија са националном фреквенцијом. Ово упућује на то да је дневна агенда извештавања могла бити унапред осмишљена и да се није мењала, а да је догађај сакривен од јавности. Може се закључити да се извештавање медија обухваћених анализом кретало од онога шта треба представити публици у првој студији случаја, до онога шта треба сакрити од публике у трећој студији случаја. Овим се указује могућност интервенисања у медиски садржај, а што може почивати на прилагођавању информација до њиховог потпуног сакривања и искључивања.

Стратешки уоквирени медијски прилози се у домаћим електронским медијима са националном фреквенцијом јављају у форми тематских прилога и они чине око 50% анализираниог узорка. Тематски прилози су форма подобна за објаву стратешких садржаја, јер они новинарима пружају могућност да прилог формирају постепено у ограниченом временском оквиру. То подразумева не само могућност редакцијске цензуре и аутоцензуре, већ и отвара простор за контактирање подобних и очекиваних извора информација. Иако су у питању кризне ситуације, може се уочити да репортажа није било много - минимално 2% (трећа студија случаја), максимално 14% (друга студија). Тако да је највећи проценат репортажа постојао у другој студији случаја - избегличкој кризи и оне нису обухватале искључиво извештавање из главног града, већ и из пограничних делова Србије. Процент извештавања уживо је већи у све три кризе од броја репортажа, јер та категорија обухвата конференције за штампу, уживо укључења у Централне информативне емисије, интервјуе који су директно преношени итд.

Како су у све три студије случаја медијски прилози у највећој мери у форми тематских прилога или вести, може се закључити да у укупном узорку доминирају садржаји који пролазе редакцијску контролу. Тиме се отвара простор за примену медијских рутина у производњи садржаја независно од тога да ли се он састојао од актуелних тонских или актуелних немих снимака. Изјаве и материјали се континуирано понављају у различитој форми не само у току дана, неретко и у току недеље или у случају Параде поноса и месеци. Тиме се показује да снимци нису ексклузивни, а да медији континуирано користе исте личности и представнике институција и организација као изворе информација и саговорнике. Да је истраживачки процес изостао показује и то да нема критичког осврта на кризу, увид у њих се давао у реалном времену, а новинари су на сличан начин извештавали о кризама независно о ком типу кризе је реч. Трошкови израде садржаја су мањи због позивања на старе изјаве и архивски материјал. Користећи за изворе доминантне политичке субјекте и кризне менаџере новинари покушавају да одговорност за креирани садржај пребаце на изворе информација уз повремену презентацију неадекватног материјала попут постова са друштвених мрежа уместо цитата и изјава (Б92, Вести у 20.00, 4.4.2016; РТС 1, Дневник 2, 4.5.2016), па чак и делова видео игрица (прва студија случаја) (РТС 1, Дневник 2, 9.10.2010).

Спикери/ке или водитељи/ке су у све три студије случаја презентери/ке информација који неретко самостално коментаришу прилоге или праве уводе у медијски садржај. Ипак, уводи имају пристрасну конотацију или почивају на драматизацији и претеривању. Активан тонски запис чини већину материјала који се презентује публици (преко 60% у свим студијама) и њиме се обезбеђује интерпретација догађаја од стране доминантних кризних менаџера, а које најчешће чине политички субјекти на власти. Потпору аргументације ових субјеката пружају архивски снимци, док су анкете, изјаве грађана и уопште презентација обичних људи ретко видљиви и ретко чине самосталне прилоге.

Иако под-текст или телетекст није категорија која се обично истражује када се анализирају електронски медији, у току спроведене анализе уочено је да се у јутарњем програму на све четири телевизије у овом формату емитују информације у вези са догађајима дана. У осталим периодима дана ове информације се могу видети на каналима комерцијалне телевизије Б92/О2 и Фокс/Прва. Вести су обично написане великим (CAPS) словима, без интерпункција што вести чини неразумљивим и предугим. На РТС-у постоје



натписи на средини телевизијског екрана, док спикер/ка уводи публику у садржај који следи и он се најчешће јавља у Дневнику 3. Текст је кратак, ефектан и привлачи пажњу публике. Када се јавља на тај начин, он има улогу у навођењу публике на одређену интерпретацију кризне ситуације, а о чему сведоче и примери попут: „*рушили идиоти*“ (РТС 1, Дневник 3, 25.5.2016), „*Шабић: непримерене су тврдње да су срушени објекти нелегални*“ (Б92, Вести у 20.00, 12.5.2016), РТС 1, Дневник 3, 4.9.2015), „*избеглице руше Шенген*“ (РТС 1, Дневник 3, 31.8.2015); „*Парада насиља: ко влада државом?*“ (РТС 1, Дневник 3, 11.10.2010).

У све три студије случаја понављани су термини који декларишу саму кризу и на које се скреће пажња попут: „*насиља*“ и „*примене силе*“, али и „*полицајаца*“ у првој и трећој студији случаја, „*фантомки*“ само у трећој студији итд. Овакви појмови су окоснице прилога и око њих новинари формирају поруке и врше интерпретације криза.

Тематска подељеност прилога може се уочити у све три студије. Избор теме говори о идеолошкој позиционiranости новинара и уређивачкој, редакцијској политици медија. Истицањем одређеног садржаја, избором теме и фокусом на одређени садржај, медији из мноштва догађаја одабирају оне који стварају слику света подударну са сликом коју граде политичари на власти. Медији стварају дневне агенде и истичу одређене теме и перцепције, на које се надовезује процес грађења оквира и преплитања интерпретација са детаљима и информацијама које су већ унапред осмишљене, креиране и идеолошки обојене.

Тематски све три студије, ма колико биле различите, обухватају аспекте односа Србије и ЕУ који се потом посматрају кроз призму датог догађаја. Србија се као земља кандидат у све три студије налази на тесту који треба да положи да би постала пуноправна чланица ЕУ. Медији о овој теми извештавају нехомогено и неусаглашено, јер политички субјекти на власти као официјелни извори имају различите ставове по питању европског чланства Србије. Током извештавања о анализираним кризним ситуацијама изражава се или неопходност уласка у ЕУ или се јавни узор континуирано ограђују од датих ЕУ захтева и стварају негативну перцепцију о процесу придруживања.

Аутори прилога, новинари, нису именовани у око 50% анализираног садржаја што показује честу потребу новинара да са себе скину одговорност за произведени садржај и показује чињеницу да публика нема осећај ко је осим саговорника у прилогу заправо радио на истом. У складу са тим и закључних изјава нема у око 30% садржаја.

Када је реч о вредносном контексту прилога, он је неуједначен, тј. не може се говорити о једнакој интонираности прилога. Оно што је заједничко за све три студије јесте да су прилози који презентују резултате и напоре власти да се криза реши уоквирени позитивно тј. позитивно су интонирани. Медијски радници предложеним стратегијама не траже мане, нити указују на пропусте истих. Такође, кризе се приказују као удари на власт и политику ЕУ кроз негативно интониране медијске прилоге. Исто тако, медијски радници у великој мери праве комбинацију позитивне и негативне перспективе (двоструко интонирани прилози: и позитивно и негативно), а кроз коју се посматра однос власти и опозиције или супротстављене стране, када је реч о избегличкој кризи. Одлуке које доносе представници на власти, тј. представници Владе, политичких странака или појединачни политички лидери медијски се представљају као добре и стабилне. То су одлуке које су позитивно интониране и све су медијски представљене као одлуке које се спроводе у интересу народа, а који се поклапа са политичким интересом.

## **12.2. Стратешко уоквиравање прилога**

Око 60% стратешких оквира у анализираном узорку има дијагностички карактер што значи да су фокусирани на узрок кризе и спекулације у вези чињеницама које су довеле до реализације кризе. Често се утврђивање узрока не базира на стварним узроцима кризе, већ посредним узроцима који онда не доводе до суштине проблема. Основним и стварним узроцима криза се медији не баве ни у једној ситуацији или студији случаја. Свих осталих

врста оквира је у укупном узорку знатно мање, што показује да у јавној расправи нису видљиве санкције нити предузете мере против лица која се дефинишу као одговорна за кризне ситуације.

Аутори стратешких оквира су најчешће представници владајуће коалиције, а потом и сами медији, али се њихове презентације кризних ситуација не разликују, па се ствара унифицирана представа о кризи. Политички субјекти на власти тумаче догађаје и дају им контекст, а медији потом те изјаве интерпретирају и понављају. У складу са тим, може се утврдити и да је најчешћа усмереност стратешких оквира на државне функционере или на институције Републике Србије. Такође, усмереност стратешких оквира је таква да без обзира на то да ли је медијски прилог позитивно или негативно интониран, он никада одговорност за кризу не пребацује на политичке субјекте на власти. Може се уочити и медијско стварање подела и истицање различитости између представника власти и опозиције или супротстављених страна тј. регионалних актера у интернационалној кризи.

Када је реч о техникама формирања стратешких оквира, медијски радници се прво одлучују за процесе селекције и фрагментације којима се ствара парцијална слика о кризи. Селекцијом се прво издвајају одређени аспекти догађаја и ситуација за које се сматра да их је потребно представити публици, а потом се у оквиру њих додатно врши партикуларно преношење изјава и контрола над чињеницама. Издвајањем изјава из контекста формира се слика у складу са намерама и циљевима политичких актера који су доминантни извори у кризним ситуацијама. Додатна објашњења се не пружају, а коментари и интерпретације се углавном смештају у политичко поље.

Поред тога, новинари користе емотивно набијен речник и технике драматизације и појачавања, чиме се одређене ситуације додатно наглашавају. Циљ је изазвати емпатију и повезивање са учесницима кризе, поготово политичким субјектима на власти. Појачавањем значења, појачава се и осећај несигурности, али се у складу са тим увећавају и могућности власти да заштити грађане и учини их сигурнијим, а што даље обезбеђује раст поверења и оданости грађана актуелној власти. Такође, на овај начин се омогућава лакша презентација кризне ситуације из појединачне перспективе, најчешће субјеката на власти који онда и индивидуално добијају на значају.

Ови процеси у вези су и са техникама ширења којима се по потреби кризних догађаја најчешће доводе у везу са догађајима из прошлости чиме се обезбеђује преношење одговорности на друге актере. Смер преноса иде углавном са власти на опозицију или, у случају избегличке кризе, на регионалне играче или на „другу страну“<sup>168</sup> у интернационалној кризи. Ширење контекста је видљиво кроз увођење локалних догађаја под окриље избегличке кризе или кроз друге проблеме са којима се Србија суочава, а на које се скреће пажња у току прве и треће студије случаја. Ту спадају: лоши закони, неслободни медији, незадовољство грађана итд.

У трећој студији случаја, приметно је чешће коришћење технике трансформације. То значи да се интервенише у догађаје из прошлости и да се, понекад, мења контекст догађаја који се десио. Ово се најчешће догађа када се разматрају догађаји из деведесетих година и истиче повезаност одређених политичких актера који су били актуелни тада, али и сада. Техником трансформације мења се установљена интерпретација неког догађаја из прошлости или се пребацује пажња публике са познатог догађаја, на неки нов, што значи да се као референтни догађај узима нови, недовољно популаран догађај коме се може дати нов контекст и значење. Поред тога, у трећој студији случаја, се чешће користи и техника наметања ауторитета што значи да се интензивира персонализација активности током кризе. То значи и да политички субјекти на власти у изјавама, које медији директно преносе, истичу сопствену улогу у решавању кризне ситуације. То, у трећој студији случаја, најчешће ради премијер који прави паралеле између успешног решавања кризних ситуација у

<sup>168</sup> Под другом страном се подразумевају НВО у Србији, представници цивилног сектора и сви они који имају став да би Србија на другачији начин морала да се носи са избегличком кризом. Поред тога, ту спадају и неке земље света са којима је Србија у прошлости била у сукобу.

прошлости и ове кризне ситуације. Чешће коришћење ових техника указује и на виши степен политизације медијских садржаја.

Када се у анализираним медијским прилозима, медији уз помоћ архивских снимака или изјава политичких субјеката враћају у период деведесетих или период сукоба у Југославији, то упућује на могућност довођења у везу кризног догађаја са деловањем криминалних група из тог периода. Такође, представа о Србији из тог период је страшна и насилна и базира се на идеји о Србији као држави лоших људи, преступника и криминалаца. У време прве студије случаја, субјекти на власти одговорност за рушење Београда након Параде поноса приписују „изгредницима“ који нису тек формиран, већ њихово оснивање и деловање почиње у време власти Слободана Милошевића (Б92, Вести у 16.00, 10.10.2010). Политички субјекти истичу да су се међу хулиганима тражили добровољци који су касније чинили ратне злочине. Како су странке на власти у том тренутку наследнице ДОС-а које су и омогућиле велики преврат 2000. године, оне лако праве дистанцу у односу на овај период. Са друге стране, СНС као наследник режимске странке тог доба углавном избегава повратак у тај период и покушава да до тада мање познате догађаје из прошлости учини видљивим и значајнијим од оних који су јавно презентовани и о којима се спекулисало. За другу и трећу студију случаја, та прошлост је у вези са такозваним периодом „жутих“ који се повезује са великим сиромаштвом, народним незадовољством, а који се онда доводи у везу и са криминалним структурама које су владале и током деведесетих. За политичке представнике на власти у другој студији случаја свака критика на стратегију Србије у избегличкој кризи од стране опозиције је у вези са њиховим нехуманим и криминалним деловањем, а које почиње рушењем Милошевића и његовим испоручењем у Хаг. Како критика и расправа у другој студији случаја много чешће долази од стране хрватских политичара, домаћа власт указује на хрватску нетрпељивост из периода деведесетих и ратне сукобе. Хрватски политичари често истичу криминалну прошлост Србије и слику о њој као нацији која почива на крадљивцима и насилницима, док српски политичари духовито узвраћају на такве представе и изјаве (Б92, Вести у 20.00, 24. 9. 2015). У трећој студији случаја у посебном фокусу је опозиција и нагласак је на фантомкама као елементу из новије српске прошлости. Власт у пребацивању одговорности се често позива на хапшење Милошевића у коме су учествовали људи са фантомкама на лицу, па се указује да се они који су то једном чинили не би либили да користе фантомке поново (РТС 1, Дневник 1, 11.5.2015; Пинк, Интервју са премијером, 29.5.2016).

У вези са свим студијама случаја извршена је подела на простратешке и контрастратешке оквири, који се заснивају на пребацивању одговорности са власти на опозицију, тј. друге државе у случају избегличке кризе и обрнуто. У све три студије спомиње се ЕУ као фактор и чињеница да се нешто „ради зарад потреба ЕУ“ или да би се „наштетило“ процесу уласка у ЕУ. Тиме се ствара увид у чињеницу да је процес увек служио као изговор и оправдање за бројна дешавања на политичкој сцени, и омогућавао на првом месту медијима, а потом и субјектима на политичким позицијама да прикривају праве узроке, деловања и проблеме. Простратешки оквири доминирају кризним ситуацијама и појављују се у око 70% анализираних узорка.

Као и у претходно дефинисаним општим карактеристикама стратешких оквира, и простратешки и контрастратешки оквири су најчешће дијагностичког карактера, а за њихово формирање се највише користе технике селекције и фрагментације. Поред тога, простратешки оквири чешће почивају на техници ширења која је у све три студије видљива, док се остале технике мењају по заступљености. У првој и другој студији поред ње доминира коришћење емотивног језика, а у трећој техника појачавања итд.

У контрастратешким оквири се ситуација мења. У првој студији нагласак је на техници трансформације и тада опозиционе структуре покушавају да промене контекст и поглед на одређене догађаје из прошлости. Ту се посебно мисли на силазак бившег председника са власти 2000. године и његово хапшење, као и улазак људи у Скупштину исте године. Ови догађаји у време „владавине ДС-а“ представљају важан период и симболишу

снагу грађанске активности и заустављање самовоље бившег режима. Опозиционе странке, нарочито СНС и СРС, повезују тај догађај са деловањем криминалних структура које су довеле до насилног хапшења бившег председника и грађанског насиља, а што и настављају да раде када дођу на власт у друге две студије случаја.

У другој студији је у контрастратешким оквирима нагласак на драматизацији догађаја чиме се дешавања у избегличкој кризи увек приказују у размери изразито хумане и саосећајне Србије и свих других који то нису. У трећој студији случаја контрастратешки оквири имају снажну појачавајућу функцију и садрже емотиван језик, а којима се истичу напори власти у решавању свих криминалних активности, као и пребацивање одговорности на опозицију.

Може се закључити да домаћи медији, да би промовисали одређену интерпретацију догађаја, различитим аспектима и елементима стварности дају предност у односу на друге, истичу их и наглашавају, док друге прикривају. Тако се са намером делује на ставове и мишљења појединца. То значи да медији стварају услове за формулацију поједностављених стилова и симбола, који овладавају маштом публике, а што потврђује налазе до којих у својим истраживањима долази и Миливојевић (Milivojević, 2015: 71).

Већина анализираног садржаја обухвата медијско представљање особа, догађаја и заплета и специфично дефинисан почетак и крај кризне ситуације. Телевизије са националном фреквенцијом користе своју моћ и раде на портретисању актера и учесника кризе и дају легитимитет решењима и предлозима решења тих актера. Користећи новинарске форме и технике, новинари стварају представе унутар већ формираног и установљеног идеолошког оквира и начина интерпретације стварности која постаје све више у складу са политичком перспективом догађаја и у складу је са преференцијама политичких странака на власти.

### **12.3. Субјекти и актери стратешки уоквирених медијских прилога**

У све три студије случаја може се уочити да се медији позивају на изворе информација који најчешће долазе из политичке сфере и имају различите државне функције. Ове личности постају доминантни кризни менаџери, али који нису специјализовани нити стручни да се баве одређеним темама (људска права или избеглице). Такође, у све три студије случаја се појављују личности из политичке сфере које дају основне информације о кризи. Политички лидери на власти тумаче кризне ситуације и предлажу решења.

Домаћа медијска пракса и симболичка презентација политике у кризним ситуацијама показала је унапред одређен број политичких актера који ће давати изјаве у вези са кризом и већ формулисану аргументацију која ће се користити, што се понавља на нивоу дужег временског периода. У све три студије случаја, без обзира на разлику од шест година, појављују се углавном исте личности као коментатори кризе. То показује унифицираност извора које медији имају и која се годинама не мења. Странке које су у првој студији случаја на власти, у другој и трећој прелазе у опозицију, али то их у прилозима чини само мање заступљеним, али се и даље исти људи појављују као саговорници.

Веома мало медијског простора остављено да се публика сусретне са обичним грађанима, а не добија ни довољно информација од стручњака. Тако у другој студији случаја, грађани не добијају довољно информација од лекара и медицинских стручњака који би им објаснили ситуацију на терену и појаснили у којој мери је долазак избеглица повезан са здравственим стањем нације. Нису видљиве ни поруке правника који се баве питањем азила у Републици Србији, иако их је у мањој мери било. У трећој студији, нису идентификовани ставови полиције која је требала да реагује у ноћи бесправног рушења објеката у централној градској четврти нити медији већински износе разлоге због којих је до таквог пропуста дошло.

У трећој студији случаја у 27,8% медијских садржаја није јасно назначено ко је тачан извор информација, већ се о томе само спекулише, што се у претходним случајевима није догодило.

Прилози у просеку имају по два субјекта по прилогу и једног актера. У стратешки обојеним медијским прилозима новинари у највећем броју случајева супротстављају изјаве субјектата интерпретираним ставовима актера. Изјаве актера се користе да појачају и нагласе изјаве субјектата више него да дају опонентски став о кризној ситуацији. Најчешће се врши слагање изјава, где су личности које се представљају на истој или уједначеној политичкој или етичкој позицији. Тако се омогућава самоподржавање ставова доминантних субјектата у кризи и обезбеђује подршка других актера, што води ослобађању од пружања доказа о сопственој ефикасности за решавање кризе о чему је већ било речи. У све три студије случаја овај Сарцинелијев (Sarcineli, 1987: 59) налаз је потврђен.

На основу мерења заступљености одређених врста субјектата и актера у анализираним медијским прилозима може се закључити да кризним ситуацијама доминирају републичке државне институције и субјекти који представљају институције извршне, законодавне и судске власти и министри. Премијер који се као субјекат у првој студији случаја не појављује, у другој и трећој студији постаје најзначајнија врста субјектата/актера у кризној ситуацији због своје преобимне цитираности и високог времена појављивања. Шта више, укупно време излагања премијера (исти је у другој и трећој студији случаја) је најдуже у целом истраживању.

Други најчешћи творци стратешких оквира су медији. Доминација изјава политичких субјектата на власти и у прилозима чији је творац оквира медиј показује да политика делује на рад медијских редакција и да новинари користе уједначене изворе информација, а који су већински политички субјекти на власти. Без представљања алтернативне представе о кризи, утврђује се да су пласирани прилози већински уоквиравани у складу са ставовима политичких субјектата на власти.

Председник као субјекат у кризној ситуацији, нарочито у интернационалној кризи, треба да буде категорија високе видљивости, али она то ни у једној студији случаја није, независно од коалиције на власти.

Представнике НВО и цивилног сектора треба истаћи као субјекте/актере у анализираним медијским садржајима. Они се у првој студији случаја заједно са политичким представницима на власти боре за исти циљ, док су у друге две студије случаја критичари власти који се неретко перципирају као опоненти политичких структура.

У анализираним студијама посебно се могу истаћи следеће личности:

- 1) Премијер Србије у другој и трећој студији случаја и представник СНС-а у првој студији случаја са најдужим временима излагања, а који је и најцитиранији учесник кризних догађаја;
- 2) Министар унутрашњих послова и полиције у првој студији случаја и министар спољних послова у другој студији случаја који је бранитељ Србије и њеног интегритета и идентитета и има кључну улогу као давалац информација и коментатор у обе студије.
- 3) Министар унутрашњих послова у другој и трећој студији случаја као главни портпарол политике власти са изјавама које треба да пруже подршку ставу тадашњег премијера о кризној ситуацији.

Ови функционери се идентификују са политичким програмима и решењима које заступају кроз своје изјаве или то чине медији кроз интерпретацију тих изјава. У њима се наглашавају индивидуална својства функционера и њихови лични напори, што омогућава политичким субјектима да се извуку из стереотипне представе о политичару и постају отворенији и доступнији публици. Такође, они у својим обраћањима указују на „друге“, обично лошије, непријатеље, кривце и у односу на које се формира јасна дистанца, а публика се тера да бира између две опције. Овакве личности представљају себе као „спаситеље“ или „реформаторе“. Уопште персонализација политике је честа у домаћем медијском простору и симптоматична је за друштва традиционалних вредности, поданичког менталитета и ауторитарних образаца понашања (Slavujević, 2009: 95).

У све три студије карактеристичан је однос власти и опозиције као субјеката политичке комуникације. Представници политичких субјеката на власти из прве студије случаја постају већински чланови опозиције у другој и трећој студији случаја. Тиме се даје увид у начин комуникације и медијски простор који се даје опозиционој страни. У првој студији, не постоје прилози чији је творац парламентарна опозиција, у другој студији су оквири парламентарне опозиције и власти међусобно сагласни. У трећој студији, публикују се прилози чији је извор информација парламентарна опозиција, али су политичке околности такве да је она овде већ у потпуности ослабљена што се може видети у претходно наведеном политичком контексту кризе. Ипак, тиме се и ствара осећај и могућност указивања на постојање медијских слобода, које су и веће него у прошлости, јер су ставови опозиције видљиви и присутни.

У другој студији супротстављена страна су најчешће хрватски политичари, чије се изјаве извлаче из контекста тако што се представљају фрагментирано и селективно. Оне се медијски декларишу као недипломатске и представљају као узрок стварања негативне климе у региону. Њихова присутност служи да се увећа доминација представника власти, јер се тако истиче њихово поштење и добронамерност.

У трећој студији стварни „супарник“ власти је непарламентарна опозиција оличена у деловању цивилног сектора, најчешће омбудсмана и повереника за информације од јавног значаја и заштиту података о личности. Они, такође, не добијају своје самосталне медијске прилоге (као и опозиција у првој студији).

Субјекти су у анализираним медијским прилозима чешће позитивно интонирани, док су актери у медијима представљени двоструко - и позитивно и негативно, у зависности да ли се на тој позицији налазе представници опозиције (интонирани негативно) или само други представници власти и коалициони партнери (интонирани позитивно).

Највећи број субјеката у све три студије случаја је портретисан као *шармантни лидер* (Aaldering & Vliegthart, 2016: 1973/1874) који жели да заведе публику, реши кризу и побољша ситуацију. То указује не само на присутност политичких субјеката у извештавању, већ и на чињеницу да су ово личности које лако привлаче пажњу публике, а што може да доведе до раста поверења у њихове речи и активности. Такође, ова категорија носи са собом придев *шармантни*, што значи да ове личности у својим излагањима се користе триковима персонализације садржаја, афективне манипулације и емотивним говором, али и претеривањима да би нагласили и додатно истакли своје ставове о кризи. У медијским прилозима и актери се најчешће смештају у позиције *шармантних лидера*. Тако медији политичаре не стављају у позиције у којима они треба нужно да реше кризну ситуацију, али могу значајно да је побољшају, јер се истиче њихова харизма, слаткоречивост и високи ниво самопоуздања.

Мањи број субјеката и актера налази се у улози *хероја* или *оца нације* (Petrogiannis & Freidenvall, 2022:9-11), али појединци који заузимају ове позиције указују на личности са великим политичким потенцијалом у својим рукама и великом количином моћи која са собом носи поверење, присталице и сигурност која је обичним грађанима најпотребнија у време кризе. У улози *оца нације* и *хероја* налазе се министар полиције у првој студији случаја, и премијер у другој и трећој студији случаја, којим том приликом континуирано исказују своје жеље да пруже сигурност, утеху и заштиту свима које је криза угрозила на било који начин.

*Добри људи* (Lindermüller, Sohn & Hirsch, 2021:3-6) као категорија портретизације субјеката у кризи су заступљени у првој и другој студији и тада се већина лидера истовремено дефинише и као људи са добрим намерама. Иако би се очекивало да у фокусу кризне ситуације треба да буду и жртве кризе, то се ни у једној студији не дешава. Ова категорија је најбројнија у другој студији случаја у којој она обухвата избеглице, али које чак ни у овој ситуацији нису централне личности, већ њихове изјаве служе да би се подржали ставови политичких актера и субјеката и дала похвала политици актуелне Владе.

Тон којим се субјекти обраћају јавности је морализујући, чиме се указује на потпуно одсуство одговорности за дату ситуацију и пребацивање исте на друге, непосредне актере. Такође, указује на јасно оптуживање и привлачење пажње од стране политичара у медијским прилозима и немогућност и незаинтересованост медијских радника да представе прилог из неутралне перспективе.

Током извештавања о кризи домаћи медији су фокусирани на приказивање политичких актера и појединачне приче људи на власти, а који су дефинисани као званични извори у кризи. Криза је у другом фокусу и стиче се утисак као да се она дешава око политичких субјеката на власти, а не да су они њени учесници и особе задужене за решавање. Домаћи политички субјекти преумеравају кризу у своју корист и истичу себе чиме се ствара простор за развој дескриптивног новинарства и позицију политичара као кредибилних кризних менаџера. Новинари у анализираним кризним ситуацијама врше селекцију кризних елемената и неке од њих проглашавају за релевантне, одређују главне актере и обликују саму причу. Тако се изграђује једно виђење стварности, које је подложно политичким утицајима и деловањима.

На основу наведеног може се закључити да независно од кризне ситуације новинари приликом извештавања користе сличне изворе информација, а да се остали учесници и субјекти/актери у прилозима представљају истоветно и ујединачено и у складу са постојећим предрасудама и стереотипима.

#### **12.4. Презентација стратешких језичких елемената у медијским прилозима**

Стратешки уоквирени прилози могу се препознати и по употреби специфичних језичких форми, синтагми, дискурса и наратива који у себи садрже терминологију такмичења, игара и сукоба, а којима се лако стварају бинарне поделе, црно-бели спектар и стварају поштоваоци победничке или губитничке стране.

Стратешка перспектива оквира може се креирати употребом метафора које се стратешки боје и позиционирају у одређени контекст. Стратешки обојеним метафорама се у кризним ситуацијама често служе политички субјекти чије се изјаве онда преносе у целости или цитирају. Новинари током креирања садржаја користе стратешке метафоре да би преувеличали одређене догађаје или допринели драматизацији ситуације приликом извештавања о кризи. Њихова употреба спашава од одговорности, увек обезбеђује међупростор за оспоравање изјава других актера и указује на погрешно тумачење одређених ситуација, уколико је то потребно. Кроз метафоре медији јасно изражавају став о одређеној теми, док политичким субјектима оне доприносе изградњи аргументације и чини је ефектнијом у јавној расправи (Radić-Bojanić & Silaški, 2008; Станојевић & Животић, 2013).

Осим метафора које се у другој студији случаја користе да опишу избеглички талас, у све три студије појављују се стратешке метафоре које треба да укажу на актуелно стање у Србији које се креће у спектру од врло доброг до изразито лошег. Тиме што се затечено кризно стање углавном дефинише преко најекстремнијих верзија ситуације показује се да медији, са једне стране, уместо да снизе тоналитет кризе и покушају да улију сигурност публици, подижу ниво панике и, са друге стране, да су добри и позитивни помаци у кризи увек описани уз највеће похвале и улепшавања.

Многе метафоре указују на деловање судских институција и спровођење законских процедура у Србији. Упућивање на законске процедуре и деловање закона показује да се медији у различитим кризним ситуацијама позивају на колектива решења која треба да се спроведу на државном нивоу и посредством државних институција и њених закона. Тако се оквирима даје стратешки карактер и перспектива. Поред њих, појављују се и метафоре које треба да укажу на однос Србије и ЕУ и процес преговора. На основу ових метафора ствара се јаз између Србије и ЕУ у којој је српска страна обично потчињена или сноси последице. Метафорама се у стратешким прилозима врши поједностављење слике света, што значи да долази до формирања једнодимензионалних поларизација у категоријама „добро“ и „лоше“ (Slavujević, 2009: 93). То значи да се догађаји, особе, одлуке, активности у самим кризним

ситуацијама деле у нужно ове две категорије на различитим деловима моралног спектра. У око 40% укупно анализираниог узорка идентификовано је коришћење метафора којима се постиже фаворизовање одређене интерпретације кризне ситуације.

Спортских метафора у политичком дискурсу у све три студије случаја има око 10% и тада се врши структурисано пресликавање из изворног домена (спорта) на циљни домен (политику). Примењује се такав начин мишљења који подразумева схватање политике као неке врсте игре или такмичења. Концептуализација политике као спорта омогућава стварање прикладних и погодних когнитивних пречица, које политичарима, и медијима који њихове изјаве преносе и интерпретирају омогућава да избегну отворене, огољене изјаве и да примењују неку врсту дипломатског језика.

Спортизација политике (Lipsky, 1980: 36) спречава адекватну концептуализацију нових политика и нових праваца политичког деловања. Свесна, намерна и манипулативна симплификација политичких процеса има за циљ, да релативизује значај кризних и политичких збивања и омогући простор странкама за несметану борбу за превласт, без веће контроле (Radić-Bojanić & Silaški, 2008: 142).

За постизање жељеног ефекта и политичког циља неопходно је било да метафоре буду приступачне хетерогеној публици. Зато медији у примерима и користе метафоре спорта којима се омогућава лакша презентација моћи и реализација жеља политичких субјеката за поседовањем власти (Jensen & Sabo, 1994: 8). То је у наведеним примерима неретко фудбал као тимски спорт у коме се такмичење одвија по националним/регионалним лигама, што представља одговарајући оквир за метафоризацију политичког дискурса (Radić-Bojanić & Silaški, 2008: 145), било да је реч о домаћој политичкој сцени са великим бројем партија или регионалним и глобалним играчима у другој студији случаја која се односи на избегличку кризу. Поред фудбала, присутни су и други спортови који су у последње време у центру пажње домаће публике, попут тениса. Тенис као индивидуални спорт, више одговара политичким ситуацијама са једним доминантним учесником кризе. Тако се може уочити кретање од колективне борбе до индивидуалне премоћи. Поред тога, јављају се још и спортови и метафоре о победи или поразу попут пинг понга, атлетике итд.

Фокус на победу и губитак сугерише употребу „*шема игре*“ и језика такмичења у око 15% анализираних прилога у укупном узорку. У овом случају, појам игре се односи на стратегије решавања кризне ситуације и наглашава значај политичког актера за процес решавања кризе. Уочава се да и у кризним ситуацијама као виду политичке утакмице, када се политички бодови лако губе, политички субјекти боре за предност. Победа је једина могућност и опција за излазак из неизвесне ситуације. Оквирима игре, домаћи новинари наводе публику да се бави питањем предности и мана политичара, посматра их као извођаче или учеснике у забавним програмима и усмерава их на победнике (Lavrakas & Traugott, 2000).

У око 40% медијских прилога може се уочити и коришћење ратне и борбене терминологије која наводи публику да изабере страну, али има задатак и да опише кризну ситуацију. Употребом ратне терминологије медији креирају представе које треба да подигну ниво неизвесности и продубе постојећи јаз у друштву. Медији на тај начин доприносе развоју детаљнијих и емотивнијих представа о стварности. Када језик рата носи са собом конфликтни, стратешки оквир, он показује активну новинарску интервенцију и прераду оквира које су предложили домаћи политички актери или инострани актери у студији о избегличкој кризи. Такве вести јасно одређују две стране спектра и указују на вербално насиље политичара. На домаћим ТВ каналима може се уочити садржај обликован нематеријалним конфликтним оквирима који се баве политиком као игром или личним нападима на политичке субјекте. То даље води чешћој медијској спекулацији о последицама политичких сукоба које почивају на интерпретацијама самих политичких субјеката, а што се најбоље уочава у другој студији случаја током расправе између премијера Хрватске и бројних српских министара, али и тадашњег српског премијера.

Како је језик рата присутан у око 40% анализираниог узорка, као и стратешке метафоре, а језик спорта и игре у 15% узорка, ово показује високу заступљеност стратешких језичких



формулација. Тиме се наговештава да скоро сваки стратешки обојен прилог садржи неку од ових језичких карактеристика, иако ни једна појединачна категорија ових формулација није стопроцентно заступљена.

У домаћем кризном извештавању је присутно директно преношење изјава политичких субјеката, без укључивања процене вредности, поређења или представљања свих страна укључених у конфликт од стране медијских радника.

У више од половине узорка користе се бројчани и статистички подаци којима се повећава уверљивост изјава субјеката или медија и даје потврда. Поред тога, може се видети да се у све три студије слабије користи лого који служи најчешће као обележје у ситуацијама када политички субјекат није довољно познат па да публика визуелно може повезати са обележјем политичке странке.

У све три студије случаја видљива је стереотипизација и дискриминаторно се представљају одређени учесници кризе попут избеглица или ЛГБТ заједнице, учесника протеста „Не даavimo Београд“ итд.

Визуали коришћени у наведеним студијама случаја такође, имају стереотипни карактер, јер се за појединачне кризне ситуације везују одређене сцене и кадрове. Они се континуирано понављају са циљем да се урежу у свест публике и постану синоним за кризу.<sup>169</sup> Коришћена псеудоаргументација у све три студије случаја почива на дискриминацији, претеривању, подизању нивоа хаотичности и несигурности и сензационализму који креирају медијске представе, а које указују на степен несигурности кризног догађаја и имају задатак да повећају страх од неадекватног решавања или нерешавања кризне ситуације.

Спроведена анализа потврђује постављене помоћне хипотезе. У медијским садржајима који се односе на извештавање о кризним ситуацијама на каналима телевизија са националном фреквенцијом ***стратешки оквири се фокусирају на победу или губитак и користе језик рата, игара и конкуренције (Хп5)***. Поред ове, потврђена је помоћна хипотеза ***(Хп4)*** која се односи на чињеницу да се ***новинарска рутина у извештавању о кризним ситуацијама огледа у истоветној примени речи, фраза, стереотипних слика и извора информација приликом формулисања медијских порука о кризи, а независно од врсте кризне ситуације***.

Све три анализиране студије случаја указују на чињеницу да новинари континуирано, годинама, контактирају исте изворе за добијање информација, без обзира на карактер кризне ситуације, али и промену власти. Такође, речи, фразе, терминологија је у све три студије слична и почива на окосницама националне несигурности попут: *полиције, насиља, сукоба*, али и речи и појмова који су симптоматични за сваку појединачну кризну ситуацију, а које се као кључне речи понављају у свим прилозима, на свим телевизијама. Дискриминишуће слике и стереотипно приказивање у складу је са усвојеним вредносним ставовима, идентитетским поделама и симболичком политиком која се реализује кроз стратешки уоквирене прилоге о којој ће бити још речи и у наставку текста.

## **12.5. Презентација кризне ситуације у стратешки уоквиреним медијским прилозима**

Кризне ситуације се представљају кроз широку перспективу што омогућава и да се све три кризе посматрају кроз призму процеса придруживања ЕУ. Када се кризне ситуације посматрају кроз широк контекст и могућности за решавање кризе су веће, али су веће и могућности за пребацивање одговорности на друге учеснике кризе. У све три кризне ситуације постоји стратегија за решавање кризе. У првој студији је она одбрамбена, у другој студији је нагласак на хуманом деловању Србије и у трећој студији случаја политички субјекти користе стратегију порицања и потом одбрамбену стратегију.

<sup>169</sup> Ту спадају снимци масе навијача која окружује тролејбус, док се спуштао Мекензијевом улицом у Београду без возача у првој студији случаја, док је у другој студији то снимак прешевског полицајца који се игра са дечаком избеглицом. У трећој је то снимак порушених објеката у Херцеговачкој улици.

Кризе се у студијама случаја дефинишу као кризе губитка, иако се кризне ситуације у другој и трећој студији случаја медијски постављају тако да се публици покаже да иако ове ситуације са собом носе несигурност и претњу, из њих може произаћи корист за грађане Србије и државу уопште. На тај начин, смањује се озбиљност кризне ситуације, као и одговорност политичких актера уз могућност лакшег презентовања кризних менаџера као хероја и спасиоца.

Медијски садржаји показују усмереност медијског извештавања ка одржавању постојећег поретка у друштву. То је у складу са улогом медија као идеолошких институција у очувању постојећег система. У првој студији случаја у 44,4% прилога се могла идентификовати изражена оријентација ка пружању подршке успостављеном систему односа у друштву. У другој студији случаја чак 89% анализираних прилога има овакву усмереност, а у трећој студији случаја 59,2%. Као што је претходна анализа показала, новинари у већини прилога користе политичке субјекте на власти као изворе информација. Зато је било неопходно утврдити да ли су у медијским прилозима који теже одржавању „status quo”-а извори информација политички субјекти на власти. Анализа је показала да је у првој студији случаја реч о 63% прилога, док тај проценат у другој студији случаја износи око 50% , а у трећој око 40%. Иако проценат прилога који за изворе има политичке субјекте на власти, а тежи одржању „status quo”-а варира, прва помоћна хипотеза се ипак потврђује (*Хп1*) тј. да у **обликовању кризног наратива, новинари користе информације које су добили од официјелних извора, а уз помоћ којих граде политички пожељну представу о кризи којом се одржава „status quo”**.

Опис актуелне ситуације је неуједначен у три испитане студије, што се може образложити чињеницом да је у првој и трећој студији криза трајала неколико сати у једном дану, док је у другој студији случаја криза дуготрајна и њен званичан крај није покривен анализираним материјалом.

Узроци кризе су специфичан аспект домаћег извештавања о кризној ситуацији. Ипак, у другој и трећој студији случаја, узроци кризе су много више у фокусу медија него у првој студији. Узроком кризе се у првој студији случаја баве углавном представници опозиције који, на тај начин, покушавају да кризну одговорност у потпуности пребаце на власт. Политички субјекти на власти у првој студији случаја не нуде сопствену перцепцију узрока кризе, јер би то потенцијално указало на неуспешно владање у претходних десет година развоја демократског поретка. Отуда се криза, у том случају, доводи у везу са деловањем екстремистичких, десничарских група и покрета. У друге две студије случаја, узрок кризе је чешће медијски презентован. Избегличка криза у вези је са ратом у Сирији, док се у трећој студији случаја криза везује за незадовољство и неутралисање ЕУ пута или развој пројекта Београд на води (ово је узрок кризе за цивилни и НВО сектор). Без обзира на видљивост узрока кризе, ни један од наведених узрока није довољно испитан и истражен од стране медијских радника. Уколико се анализирају политичка или економска ситуација и различити контексти кризних ситуација, може се закључити да медијски представљени узроци нису стварни узроци криза, већ окидачи који су довели до покретања кризне „лавине“. Основе самих проблема су много дубље, неиспитане, а тиме и невидљиве за просечне гледаоце.

Манифестација кризе, њен развој и последице су много видљивије и чешће навођене од узрока криза. Кроз ове аспекте кризних ситуација лакше се указује на планове за решавање кризе, а који могу долазити и од официјелних кризних менаџера, али и од других учесника кризне ситуације. Ово је значајна фаза кризе за све субјекте, јер у њој кризни менаџери могу показати способност, самопоуздање и гарантовати сигурност и решење проблема. Говор о последицама кризе и мерама које последице са собом носе се ојачава визуалима, снимцима и сликама који треба да подигну ниво степена осетљивости публике и делују на њихове емоције.

Предлог решења кризних ситуација није популарна тема. То показује да представници власти и кризни менаџери немају спремна решења за несигурне ситуације, нити умеју да се ангажују и преузму одговорност за потенцијално понављање проблема у будућности. Ако се

решење и спомиње, оно је нужно колективног карактера, где институције и друштво у целини преузимају решавање кризе на себе.

С обзиром на овакву ситуацију, у мањем броју прилога у којима новинари публици представљају потенцијална решења кризе, они то чине кроз прогностичке стратешке оквире (50% прилога у све три студије случаја). У таквим оквирима се уз решење, ствара и прогноза за даљу реализацију кризне ситуације или потенцијал за њено понављање у будућности.

Екстремни ставови се пласирају да би подржали изјаве доминантних кризних менаџера, али их они сами не пласирају. Ситуација се мења у трећој студији у којој и доминантни кризни менаџери на локалном нивоу користе екстремне ставове о кризи. Ипак, у укупно анализираном узорку, екстремни ставови о кризи су мало заступљени.

Предложено решење у кризној ситуацији не тежи екстремима, јер такав став не одговара представницима власти као кредибилним кризним менаџерима. Политички актери у кризној ситуацији покушавају да направе одступање од екстремних ставова о кризи, јер понуђена решења треба да имају хуману димензију која ће довести до решења проблема уз минималну штету. У предлозима решења политички субјекти и медији дају предвиђање тока кризне ситуације, али и начина на који ће стратегија за решавање кризе да делује, тј. у којој мери и колико брзо би проблем могао бити потенцијално решен.

Медији приликом публикавања потенцијалних решења кризне ситуације користе информације које су уоквирене прогностичким стратешким оквирима, а које су добили од официјалних кризних менаџера, али број прогностичких оквира у укупном узорку у три анализирани студије случаја није значајан. У исто време дистанца према екстремним ставовима у кризи се формира кроз прогностичке оквире, али ни екстремне изјаве о кризној ситуацији нису бројне у анализираном узорку у све три студије случаја. У складу са тим, трећа помоћна хипотеза (*Хп3*): **Да би понудили решења кризне ситуације и формирали дистанцу према екстремним ставовима о кризи политички актери дају изјаве које новинари представљају кроз прогностичке стратешке оквире**, није у основи потврђена.

Слике о кризи су поједностављене у првој и трећој студији случаја, што значи да се медијски активно ради на повећању уверљивости и прихватљивости садржаја уз поларизације и категоризацију, чиме се ствара осећај организованости и разумевања. Тако се публика тера да се определи „за“ и „против“ одређених личности и њихових поступака. У другој студији случаја, медији не врше поједностављење, јер то није у интересу субјеката на власти и није у складу са изабраном хуманом стратегијом деловања Србије. Поједностављењем би се умањивали и напори Србије, чиме би њен хумани третман избеглица изгубио на значају и преувеличаности. Ипак, у малом броју прилога, у другој студији случаја у коме су медији сконцентрисани на локалне проблеме врши се поједностављење кризне ситуације, јер медијски покушава да се креира представа о постојању контроле над кризном ситуацијом. Тада се одговорност пребацује на Хрватску/Мађарску и историју односа двеју земаља. У складу са анализом прилога у све три студије случаја, у медијским садржајима који кризу представљају поједностављено, у 70% њих новинари то постижу употребом дијагностичких стратешких оквира. То значи да се слика о кризи поједностављује интервенцијом у сам кризни догађај или узроке кризе, а са циљем да се смањи драматичност кризне ситуације. На тај начин, потврђује се помоћна хипотеза (*Хп2*) **да новинари поједностављену слику о кризној ситуацији стварају користећи се дијагностичким стратешким оквирима**.

У 45% анализираног садржаја се врши процена кризне ситуације. Ипак, у трећој студији те процене су слабо видљиве, јер са собом носе расправе субјеката и њихова реаговања. Такође, процене често са собом носе одређивање „жртвеног јагњета“ као последице симплификације кризне ситуације. Све три студије случаја садрже ову фигуру у различитом контексту. У првој студији случаја, је то вођа „Образа“ као човек на кога се преноси целокупна кризна одговорност. У другој студији, случаја је то Хрватска која се презентује као земља региона која не ради ништа у избегличкој кризи, није за њу спремна, иако добија европску помоћ и која не уме да се постави адекватно у кризној ситуацији. У трећој студији

случаја, ситуација је специфична, јер власт самостално себе поставља као *жртвеног јарца*, на добровољној бази. За такву реторику задужен је углавном премијер, који истовремено пребацује сву одговорност на себе, али и преузима улогу жртве, чиме жели да створи представу о себи као особи који ће учинити све да људима у Србији буде боље. Улогу *жртве*, на кратко, преузима чувар из Савамале и то након смрти, посредством порука опозиције и запажања омбудсмана.

Питање одговорности је одлика кризних ситуација и оно се покреће у већој или мањој мери. Питање глобалне одговорности у избегличкој кризи се не разматра, иако се поставља питање неодговорности ЕУ у проналажењу заједничког решења кризе. У локалним сукобима који су део глобалне кризе скреће се пажња и на појединачну одговорност субјеката. У друге две студије случаја, одговорност се премешта на представнике власти или представника опозиције. Чак и у првој студији случаја, у којој су изазивачи кризне ситуације нестраначки актери, њима се даје политички потенцијал тако што се повезују са политичким финансијерима, а насиље се декларише као политички оркестрирано.

Када се кризна одговорност процењује на основу узрока настанка кризе који може да проистекне из техничке или људске грешке, у све три студије случаја кризе су окарактерисане као кризе проистекле из људска грешке. То значи да је степен одговорности већи и да је јавности потребно да се пронађе онај ко ће одговорати за почињена дела. У 90% анализираних медијских прилога у све три студије случаја, новинари и субјекти позивају публику да се понаша у складу са моралним нормама, одговорно и пристojно. На грађане апелује углавном власт која на тај начин тражи подршку за своје предложене активности.

Када се у анализираном узорку расправља о расподели кризне одговорности, она се континуирано пребацује на „друге“. У првој студији случаја она се у највећој мери приписује хулиганима и десничарским организацијама. У другој студији, кризна одговорност се приписује ЕУ ако су прилози усмерени на глобални контекст или Хрватској ако су умерени на локални контекст. У трећој студији случаја, одговорност се преноси међу различитим представницима власти и опозиције, али и људи са фантокама, тј. неких људи за којима се трага. У складу са тим се потврђује и помоћна хипотеза (**Хпб**) да се ***стратешким оквирима врши атрибуција кривице и расподела одговорности у домаћој медијској пракси приликом извештавања о кризним ситуацијама.***

## 12.6. Симболичка политика и извештавање о кризним ситуацијама

У све три студије случаја, а кроз стратешке оквире у медијима, манифестује се симболичка политика. У великој мери она се базира на промишљању идентитета Србије и потенцијалних промена тог идентитета под дејством европеизације, избегличке кризе, модернизације итд. Идентитет као комплексан појам подложен је различитом дефинисању и обликовању од стране бројних актера и субјеката. У све три студије случаја могу се уочити одређени аспекти симболике политике.

Први сегмент симболичке политике који је присутан у све три студије случаја јесте оријентација ка ЕУ као кључна карактеристика спољне политике, а која постаје актуелна са променом власти 2000. године. У вези са тим, европски пут је нешто што је окосница сваке студије и призма кроз коју се сви кризни догађаји посматрају. Већински су кризе медијски представљене као тестови на којима Србија треба да покаже одговорност и спремност да се са препрекама суочи ослањајући се на европске вредности и дипломатски приступ проблему уз поштовање различитости и толеранцију.

У првој студији случаја, европски притисак је велики, јер Србија, још увек, није „закорачила“ ка европском путу, а што је била и окосница кампања ДС и Бориса Тадића још од 2004. године. У другој студији случаја, процес придруживања је започет, а Србија покушава да кроз хуману стратегију докаже да њена деловања и поступци почивају на европским, демократским вредностима. У трећој студији, саботажа и успоравање европског пута је изговор и узрок зашто би опозиционе структуре желеле да нашкоде коалицији на власти.

Без обзира у којој фази транзиције и фази европског прилагођавања Србија јесте, у све три студије случаја посредно се говори о односу српског и европског идентитета, тачније колико је српски национални идентитет под притиском да буде измењен процесима придруживања и глобализације и у којој мери он треба да се промени да би се ускладио са европским тенденцијама и вредностима. У првој студији случаја, европско је значило одустајање од неких „српских“ карактеристика, а европски идентитет се доживљава као нешто супротстављено „српском“. Српски национални идентитет, у овом случају, прети да буде измењен европским рушењем патријархалне норме. Организацијом породичне шетње, уз континуирано медијско приказивање снимака родитеља са децом, инсинуира се да би подржавање ЛГБТ права угрозило концепт породице у традиционалном смислу.

У другој студији, српски национални идентитет угрожен је подршком избегличког плана немачке канцеларке, који обухвата интеграцију избеглица у друштво. Овде поред претходно постојећег страха од одустајања од традиционалног српског стила живота, установљава се и обнова вековног страха од исламизације још из период Турака. Нарушавање хришћанског идентитета је нешто што добија медијску пажњу преношењем изјава мађарског премијера (у 7 од 17 прилога у којима се мађарски премијер појављује као субјекат).

У трећој студији европски идентитет се поставља у контекст економског развоја, модернизације и напретка. Премијер Србије, у бројним својим обраћањима у овој студији истицао је да се градска „ругла“ под његовом влашћу претварају у места која ће у будућности бити симбол Београда и Србије.

Други сегмент симболичке политике који је присутан у све три студије случаја је политички потенцијал који са собом носи људско тело у покрету (Butler, 2011). Могућност појединаца да буду слободни, да иду куда желе, борећи се за сопствена права и вршећи притисак на политичке и друге актере кроз миран протест.

У другој студији, борба за толеранцију и једнакост је израженија кроз много сложенији однос и пут других народа који су водили преко територије Србије. Овај корак се по свом облику не може изједначавати са корацима које су појединци правили у првој или трећој студији случаја, али те „реке“ људи у вези су са основним правом на живот и мир. У трећој студији, грађански протести јављају се као одговор на неадекватне реакције власти и државних органа и институција на рушење објеката у Херцеговачкој улици. Грађани Србије после 2000. године, први пут, излазе на улице, а њихов ход је корачање за сигурност и борбу против корупције и државне самовоље. Потенцијал слободног кретања или нагло и насилно заустављање тог кретања, указује на значај снаге појединца који је спреман да се бори за своја уверења и ставове. Чињеница да појединци у својим личним превирањима нису сами, и да исти проблеми муче једнако велики број људи рађа снагу промена, која се у све три студије и системски гуши.

Трећи аспект симболичке политике у све три студије случаја је наслеђе деведесетих које се презентује као терет који Србија са собом носи. Анализом медијских прилога и ставова новинара и политичких субјеката на власти у њима, могло се закључити да су деведесете године бинарни пандан који се оцењује као лош и на основу кога се оцењују сва каснија деловања власти и државе (која не могу бити никада тако лоша као „она“ деведесетих). Такође, медијски је презентвано да су деведесете биле период када је Србија интернационално препозната као простор криминалног деловања и ратних структура. У складу са тим и представа коју су медији креирали је требала да укаже на несигурност тог периода и на негативне аспекте повратка у такав период политичког, економског и друштвеног развоја. Такође, у другој студији случаја на основу изјава субјеката попут премијера Хрватске, становници Србије се посматрају као груби, неотесани и спремни на преступе свих врста где год да се они у свету налазе. Други интернационални актери у истој студији хвале деловање Србије у избегличкој кризи које је саосећајно и хумано и наговештава се спремност Србије на различитост. Тако се у први план ставља неочекивана српска толеранција и разумевање, а чиме се опет прави одступница у односу на нешто што би требало да буде „очекивано“ недемократско понашање Србије. Иако се то не наводи увек

отворено, Србија континуирано и кроз различите активности попут Параде поноса, збрињавања и првог регистровања избеглица на Балканској рути или обнављања градских четврти покушава да се приближи европским стандардима у различитим областима и покушава да направи дистанцу у односу на понашање из прошлости, а које је вези са ратом и ратним злочинима итд.

Политички субјекти користе деведесете као изговор, инспирацију и одступницу на основу које јавности представљају своје деловање, а што отвара могућност за манипулацију сећањима на овај период. Поред тога, анализом је идентификовано да се кроз стратешке оквире који настају на основу техника трансформације покушава изменити контекст и значење неких догађаја из деведесетих година. Уочено је и да се методом ширења контекста и вредности на друге догађаја из историје, а кроз стратешке оквире, неретко указује на деловање представника власти или опозиције у прошлости. Томе говори у прилог и то до ни једна структура власти није успела да побегне од веза које вуку порекло из деведесетих година, а која се односе на појединце за чија имена се везују криминалне радње.

Може се закључити да се деведесете доживљавају као слика о Србији од које се бежи и која стално покушава да се преиначи и негира. Сва деловања државе на интернационалном нивоу имају улогу да створе нову представу о Србији која треба да неутралише давно постављену репутацију која почива на употреби силе. Из тог разлога бројне медијске представе које се медијски посредују имају задатак, нарочито од 2012. године, да промовишу „нове“ догађаје из дате прошлости са задатком стварања нове славе историје Србије у којој је она храбра и одважна, а не груба и криминална. Ти нови догађаји су мање популарни и до сада се нису јавно и масовно представљали публици, па нису имали прилике ни да буду довољно истражени и повезани са криминалним радњама. Те нове слике представљају и основ за представу о новој и модерној Србији која је равноправна чланица ЕУ и регионални лидер.

Четврти аспект симболичке политике, јесте чињеница да се економска димензија кризе у све три студије случаја вешто прикрива и о њој нема информација, нити се о њој спекулише. У првој студији случаја, публика је упозната са висином штете начињене у Београду или возилима ГСП-а. Са друге стране, публика не добија информацију колико је буџетских и небуџетских средстава уложено у организацију Параде поноса. Такође, када је реч о угроженој имовини грађана, приватној имовини, публика не добија јасне назнаке како да обезбеди надокнаду штете, нити се презентује висина штете и начин компензације за економске субјекте – полупани излози, покрадена роба итд.

У другој студији случаја, спекулише се о оквирним сумама које Србија троши када је реч о кризи о избеглицама на дневном нивоу. Такође, спомињу се суме које Србија прима у виду донације ЕУ или појединачних чланица ЕУ, али те суме за грађане не значе много, јер не знају како се расподељују, нити знају шта тачно значи „захтев за буџетску помоћ“. Не истиче се ни вредност помоћи која стиже у људству или ресурсима итд. Публика добија јасну поруку да је помоћ неопходна и да Србија много трпи и губи, али нема осећај шта та порука у практичном смислу значи.

У трећој студији случаја, вредност бесправно порушених објеката, штета нанета власницима објеката и грађанима, као и шта конкретно значи закон о експропријацији нису део медијских прилога.

Последња заједничка карактеристика симболичке политике у све три студије случаја је невидљивост стварних потреба грађана. Углавном је уочљиво неподударање грађанских тежњи са сликом онога што се пласира да је грађанима потребно. Тако, у првој студији случаја су бројна истраживања показала да грађани нису подржавали одржавање Параде поноса, али се ради испуњења предизборних обећања странке на власти и притисака ЕУ медијски посредовало да је то нешто што је потребно учинити да би се започео процес придруживања ЕУ. Поред тога, политички субјекти на власти нису били јединствени у својим ставовима поводом организације Параде поноса, па су поруке усмерене јавности често биле двосмислене, неусклађене са политичким ставовима странака којима су

припадали и стварале су забуну. На основу бројних и неуједначених порука није се могло закључити да ли доминантни субјекти желе да публика Параду подржи или не. Након одржане Параде поноса фокус малобројних, анкетираних грађана није био на подршци или противљењу Паради, већ на насиљу које је потом уследило.

У другој студији случаја, ставови грађана су презентовани кроз призму хуманости и претходна искуства из рата. Хуман одговор проистакао је и из деловања појединаца који су долазили и помагали избеглицама на терену. Ипак, медијски је презентовано да постоји страх и несигурност од непознатог и неразумевање навика и живота избеглица. Тероризам, заразне болести и бројна друга питања која су се везивала за боравак избеглица на простору Србије није доживео своју јавну дебату, нити је био на адекватан начин објашњен.

У трећој студији случаја прикривен је цео процес бесправног рушења објеката у Херцеговачкој улици, од стране медија, полиције, државних органа итд. Поред прикривања самог дела, недостајале су и информације о грађанским захтевима за бољу потрагу за починиоцима, као и захтев за кажњавање одговорних, укључујући и оне који нису били директни починиоци, али су својим нечињењем допринели кризној ситуацији. Грађански протести, постају део прилога тек када је њихова масовност довољно велика да се више није могла прикрити. Такође, грађански протести се јасније не разматрају, нити коментаришу од стране политичких субјеката на власти, а право упознавање публике са новим елементима кризе имао је само премијер лично.

Овакви резултати истраживања у складу су са тумачењима симболичке политике у Србији данас која је описана у првом делу рада. Њена значајна одлика је позиција политичких субјеката на власти као кризних менаџера и творца доминантних друштвених дефиниција које почивају на бинарним поделама. У складу са тим, симболичка политика у Србији је усмерена на стварање интерпретација у складу са циљевима власти. Окоснице симболичке политике о којима је било речи у овом делу текста и даље су део медијске стварности. Ту се на првом месту налази незавршени процес придруживања ЕУ, а који сада већ траје више од десет година. Политике условљавања ЕУ још увек обухватају тестове за Србију и нису дошле у финалну фазу, али јесу проузроковале веће осамостаљење и удаљавање Србије од ЕУ. Такође, представа о Србији која се сада гради на интернационалном нивоу не почива на преправљању некада постојеће слике о којој је овде често било речи, нарочито у првој и другој студији случаја, већ обухвата стварање нове представе о Србији што је и започето у трећој студији. Та представа је слика о будућој Србији која почива на модернизацији и епитетима „храбра и јака“ и која је лидер у региону.

Поред тога, „наслеђе деведесетих“ преживљава и у данашњим медијским презентацијама најчешће као изговор и аргумент опозиције, док представници власти занемарују овај период и користе га по потреби само за сагледавање односа у региону. Тада се овај део новије историје користи за формирање нових дискурса о прошлости. Уз то дефинисање опозиције или било којих творца алтернативних тумачења стварности као „издајника“ и „страних плаћеника“ вуку основе из друге и треће студије случаја.

Поред тога као окоснице симболичке политике истицан је и политички потенцијал тела у покрету који остаје симбол грађанске борбе, али такође та борба, као и поглед на свет из перспективе обичних људи остају ван оквира медија.

Овим се потврђује и основна хипозета *(X0)* да се **стратешким уоквиравањем вести о кризним ситуацијама, телевизије са националном фреквенцијом у Републици Србији доприносе реализацији официјелне симболичке политике.**

Стратешки оквири које домаћи новинари формулишу приликом извештавања о кризним ситуацијама су најчешће дијагностички простратешки оквири, морализујућег тона, а чији су стварни творци политички субјекти на власти. Ти оквири усмерени су на коалицију на власти и базирају се на изјавама кредибилних кризних менаџера (који су обично владајући политички субјекти). Они настају процесима селекције, фрагментације и ширења уз велику дозу драматизације и емотивног језика. У себи садрже метафоре спорта, игре, такмичења и рата и портретизују учеснике кризе као шармантне лидере који могу интерпретирати кризу и

догађаје у оквиру ње, понудити колективно решење кризе и представити њен узрок из сопственог угла. Стратешки кризни оквири у садржајима телевизија са националном фреквенцијом који се односе на информисање о кризној ситуацији доприносе ширењу контекста кризе, пребацују одговорност на актере са супротне стране политичког спектра и позивају публику на морал и културу понашања. Слика о кризи је поједностављена уз обиље стереотипних приказа и понављајућих визуала, али без већег броја екстремних изјава о кризи. Криза се у зависности од контекста кроз ове оквирице публици представља из позиције победе – избегличка криза или губитка – друге две студије, уз повремено наглашавање перцепције појединих учесника о кризи – углавном политичара на власти. На овај начин испуњен је циљ истраживања и утврђене су карактеристике стратешких оквира и њихови елементи који доприносе реализацији симболичке политике.

Домаћи медији са циљем потврђивања претходно формулисане слике о кризној ситуацији извештавају у складу са намерама политичких актера на власти који се налазе на позицији доминантних кризних менаџера, а за то користе стратешке оквирице као врсту симболичке форме изражавања, а коју прате говор мржње, дискриминаторна аргументација и манипулација садржајем у форми политичких пропагандних порука.

### 12.7. Расправа о стратешком уоквиравању

На домаћем медијском тржишту, медији су платформа за представљање политичке руководеће елите која је креатор догађаја, али и њихов главни коментатор, описивач и интерпретатор. Тако се производи медијализовано јавно мњење, што значи да је врло изражен процес персонализације политичких странака (чије су те личности чланови) и институција (у чијем руковођењу одређене личности учествују).

Однос медија и политике се у три студије случаја може сагледати на различите начине. На основу разматрања Кунцика и Зипфела (Kunczik & Zipfel, 2006: 57-61)<sup>170</sup> о аспектима и парадигмама о односу ове две сфере, а о којој је било речи у уводним поглављима може се закључити да је у време прве студије случаја постојала зависност политичких институција од медија. Медији су у том тренутку на дневни ред стављали теме од којих су политичке странке на власти имале користи, што је истовремено значило и да могу да искључе одређене теме из јавног простора. То показује и чињеница да у првој студији није постојао ни један прилог у коме је фокус био на опозиционом мишљењу, већ је представљање опозиционих ставова било публиковано искључиво кроз конфронтирање са ставовима политичких субјеката на власти. Такође, политички непријатељ у првој студији случаја био је неполитички актер (навијачке скупине), али који је са собом носио политички потенцијал (политички индоктринирано насиље).

У другој студији случаја долази до развоја дубљег односа међузависности (Kunczik & Zipfel, 2006: 57-61) између медија и политике. У овој студији извештавање у већој мери заснива на догађајима који су политички интерпретирани, што значи да се дневни догађаји (са терена) тумаче од стране политичких субјеката на власти. Они то чине неретко и у истом прилогу у коме је новинар управо известио са лица места. То значи да политички субјекат објашњава публици шта је то заправо новинар снимео. Како је друга студија случаја обухватала извештавање о избегличкој кризи, она је почивала на упливу и међународне и националне политике уз представе о кризи које су биле формиране на основу већ одабране хумане кризне политичке стратегије, али и под великим утицајем немачког, па потом и европског става о избегличком питању.

У трећој студији случаја, може се уочити почетак губитка аутономије медија, што је у вези са зависношћу медија од политике. Поред тога, у овој студији медији имају улогу у представљању политичких одлука што заједно спада под карактеристике теорије

<sup>170</sup> Погледати по потреби главу 2.1.



инструментализације медија (Kunczik & Zipfel, 2006: 57-61).<sup>171</sup> О догађајима у Савамали расправља се прекривено, истоветно уз доминантни приказ једне стране и мало простора за критику. У складу са оваквим развојем ситуације и деловањима, лако је уочити да долази до супервизорске контроле медија од стране државних тела, политичких странака или појединаца, као и да постоји унапред формулисан образац у додељивању задатака у оквиру медијске организације (CAPF, 2007 према Матић, 2018).

Сагледавајући целокупан процес извештавања кроз ове три кризе уочљиво је да је у Србији током 2010. године било развијено послушничко новинарство (Lou, 2013: 70-74), које је током времена постало новинарство поборништва (Исто) у коме је дошло до отвореног подржавања политичких субјеката и политичких странака од стране медија уз прљаво новинарство (Lou, 2013: 70-74) које сурово задире у људску интиму као у случају бесправног рушења објеката у Херцеговачкој улици.<sup>172</sup> У складу са тим, могу се уочити сва три сценарија које се односе на везу медија и извора информација. Сценарији по Малиновој (Малинова, 2013: 18-84) обухватају системску везу између медија и политичких субјеката, где су ти субјекти извори информација, при чему медији углавном преузимају дефиниције датих личности, дају им легитимитет и граде једнострану представу о стварности и догађајима у њој.<sup>173</sup>

До презентовања пристрасних медијских садржаја у домаћим медијима долази из различитих разлога. Домаћи медијски радници истичу мањак оглашивача, неједнакост у тржишној утакмици, изузетно лош третман медијских радника од стране политичких субјеката и ниске плате у новинарском сектору. Сви ови разлози чине медијске раднике додатно подложним различитим врстама комерцијалног и политичког утицаја. Такође, уредништво постаје доминантно политички оријентисано уз страначки запослену радну снагу или новинаре који су условљени да извештавају на одређени начин по цену задржавања посла.

Стално позивање на исте изворе у све три студије случаја, независно од временског периода, партија власти или типа кризе указује на јединствене и уједначене листе извора и то у оквиру различитих медија и комерцијалних телевизија и јавног сервиса. То указује на постојање бирократских пракси у прикупљању вести. Тако медији више не прикупљају информације које се потом тумаче да би се формирали ставови и представе о одређеним догађајима, већ је потребно пронаћи информацију која ће потврдити доминантан политички дискурс и став власти. Чак и када је у анализираном узорку присутно уживо извештавање са терена у истом прилогу следе и изјаве политичких субјеката на власти који не дају информације о кризном догађају или решењу, већ за публику тумаче дати догађај и објашњавају јој како кризну ситуацију треба посматрати. На основу анализе садржаја, али и уклапања визуала и изјава извора, као и пропратног текст кога изговарају водитељи или новинари уочљиво је мењање радних навика новинара, али и рутина у раду. Рутине су посебно уочљиве кроз уједначено и континуирано коришћење језика такмичења, игара и рата и публиковање стереотипних ставова и визуала. Све је мање процеса истраживања и развоја догађаја изван изјава политичких субјеката уз ретко приказивање свих страна укључених у проблем. Већина прилога се заснива на процесу уклапања и слагања изјава, а и снимака, где закључна разматрања у оквиру прилога не дају никакво заокружење или разјашњење. Новинари све више постају пристрасни коментатори него креатори, а у потпуности престају да буду критички промислиоци садржаја.

Домаће телевизије са националном фреквенцијом приликом извештавања о кризи, већински преносе догађаје „упаковане“ у тематске прилоге који се обрађују у медијским

<sup>171</sup> По разматрању Кунцика и Зипфела (Kunczik & Zipfel, 2006: 57-61) када су медији су зависни од политике и доприносе реализацији политичких одлука реч је ио теорији инструментализације. Оваква ситуација у медијима доводи до губтка аутономије медијског система.

<sup>172</sup> У глави 2.2. могу се видети све карактеристике наведених облика политичког новинарства по Лоу (Lou, 2013: 70-74).

<sup>173</sup> У глави 2.2. дат је преглед наведених сценарија по Малиновој (Малинова, 2013: 18-84).

редакцијама и све је мањи број уживо извештавања. Када и он постоји, гости и саговорници су обично политички актери на власти. Спикери и водитељи који би требало да имају улогу да уведу публику у прилог и дешавање на терену, тумаче прилоге, дају коментаре, али у складу са циљевима и изјавама политичких субјеката на власти који су у остатку прилога цитирани. У првој студији случаја овакви коментари били су мање видљиви на каналима комерцијалних телевизија попут: Б92 и Фокс/Прва, али се у каснијим студијама презентација догађаја униформише између ових канала и канала јавног сервиса.

Визуална презентација је тонска и омогућава овладавање свим чулима публике, а за додатно потврђивање представљених садржаја из једне перспективе користе се архивски снимци и понављају стереотипни кадрови који се везују за појединачне ситуације. Прилози су интонирани као позитивни или негативни у складу са потребама власти и стратегијама које она користи за превазилажење несугласица, проблема или криза.

На основу анализе медијских прилога у све три студије случаја може се закључити да долази до континуираног понављања садржаја у току дана или недеља, па чак и месеци (прва студија случаја), као и понављања садржаја на више медија. То говори о недостатку плурализма информација у јавној сфери, али и чињеници да новинари прикупљају информације од добро познатих и доступних извора, уз коришћење флоскула, ПР материјала, фраза итд. Поред тога, новинари приликом објашњавања догађаја на терену користе званичне дефиниције које су пласиране од стране политичких субјеката на власти, ретко других извора информација, што значи да недостају дефиниције других субјеката. На тај начин, губи се из вида да политички субјекат није надлежан за коментарисање и тумачење свих ситуација и догађаја. Поред тога, тако се добија унифицирани поглед на ситуације у стварности и онемогућава се уважавање алтернативне перспективе. То значи да приликом извештавања о кризним догађајима, медији са националном фреквенцијом који су били део истраживања, презентују у својим садржајима само делић целокупне представе о кризи која је могла да се прикаже. Целокупна представа је углавном изостала, чиме се омогућава лакша манипулација ставовима публике.

По Стантићу (Stantić, 2003: 9) телевизија би требала да испуњава три основне функције: информативну, нормативну и да обезбеди простор за јавну расправу. Канали телевизије са националном фреквенцијом у Србији обављају информативну функцију, али из перспективе политичких субјеката на власти. На основу присутне ироније и сарказма у изјавама политичких субјеката, али и учесталом употребом језика игре, спорта и такмичења, опстаје и функција „инфотејмента“, што значи да је домаћа публика све више и забављена кроз информативан садржај. Све је теже направити разлику између забавних и политичких догађаја, пошто политика и политичари постају елемент сваког јавног информисања.

#### *12.7.1. Стратешки оквири на каналима телевизијама са националном фреквенцијом*

Све конструктивистичке теорије медијских ефеката: формулисање агенде, „прајминг“ и уоквиравање су у синергији и неопходне су за стварање целокупне представе о стварности за публику. На основу анализа студија случаја, утврђено је да се не може говорити о формулисању оквира без претходно установљеног дневног реда и одлуке о „прајмингу“ тј. истицању одређених информација у оквиру једног медијског прилога. На то указује чињеница да су теме о којима медији извештавају пажљиво одбране и сложене, да их је у све три студије било лако уочити и груписати, као и да су се оне на дневном нивоу понављале и могле испратити, јер су биле подупрете изјавама политичких субјеката. У први план су стављане оне информације које су се понављале и чије гомилање је требало да доведе до већег препознавања одређеног става кризних менаџера о датом проблему. Поред тога, оне су требале да обезбеде изједначавање плана поступања у кризи појединичних политичких субјеката на власти и решења кризне ситуације. То показује и да део медијских агенди у кризи нису увек питања која су од значаја за јавност и у њиховом интересу, већ су у фокусу садржаја за које политичка елита жели да грађани знају. Доминација одређених

тема и питања зависи од снаге и жеље медија да одређене чињенице учине видљивим или невидљивим.

У савременој медијској пракси, новинар има кључну улогу у формирању представе о стварности и у начинама њене интерпретације од стране публике. На основу анализе може се утврдити да домаћи медији врше селекцију аспеката у кризним ситуацијама и проглашавају их за значајне. Домаћи новинари присвајају изјаве или интерпретирају актере и цитирају субјекте на власти који су већ познати публици. Исти појединци се дужи временски период декларишу као доминантни извори информација, што значи да се у кризним ситуацијама не уводе нова лица која би интерпретирала стварност, него да се остаје на онима који ће „наводити воду на воденицу“ власти. Њихове информације се потом претварају у приче које са собом носе друштвено-прихватљива и већ одређена значења и тумачења датог кризног догађаја уз афирмацију и легитимизацију одређених вредности и ставова. Тако медији формулишу слику о стварности која пристрасна и заправо унапред осмишљена.

У све три студије случаја новинари преносе садржаје који за изворе најчешће имају политичке субјекте на власти које медији одлучују да пренесу тако што истичу једне, а искључују друге аспекте и врше притисак на публику да размишља на одређене, пожељне начине о датој теми и користи селективно своје знање и сећање везано за њу. Аспекти који се најчешће прикривају јесу они који се тичу приказа алтернативног гледишта, објашњења одређених изјава, најчешће, оних који су критички усмерени на поступке актуелне власти. Ту спадају и интернационалне критике од стране Немачке, Велике Британије, Француске, али и свака врста информације која би одговорност ставила у руке функционера итд. Наглашавају се: похвале, делови изјава субјеката којима се увеличавају поступци актуелне власти, заслуге и жртве политичких субјеката на власти заслужних за ублажавање или решавање кризе итд.

Формирајући стратешки уоквирене медијске прилоге, новинари преносе информације које се данима понављају, наглашавају, емотивно боје, што олакшава публици да их запамти и потом и користити за интерпретацију нових медијских садржаја. Стратешки оквири који су утврђени у овом раду су „књишки“ примери стратешких оквира, јер пре свега су фокусирани на стил политичких кандидата, њихову личност и тактике и у себи садрже језик рата и игре. Стратешки оквири у све три студије истичу људске аспекте деловања у кризним ситуацијама, садрже високи ниво персонализације субјеката, недовољно представљају политички дискурс и наглашавају улогу институција у односу на обичне грађане, што потврђује карактеристике стратешких оквира о којима је писао Бенет (Bennett, 2004). Ови оквири у наведеним студијама настају медијском употребом техника фрагментације, персонализације, драматизације, ширења, истицањем емотивног набоја језика итд.

Карактеристике стратешких оквира у анализираним студијама случаја на основу аспеката Фрејмворк Института (Frameworks Institute, 2020) могу се сагледати у Табели 22. и констатовати да иако су кризе у студијама случаја међусобно другачије и политички контекст се временом мења, стратешки оквири формулисани од стране медија имају одређених сличности.<sup>174</sup>

---

<sup>174</sup> Све наведене карактеристике стратешких оквира на основу истраживања Фрејмворк Института (Frameworks Institute, 2020) дате су у глави 5.2.

Табела 22. Карактеристике стратешких оквира у садржајима пласираним у телевизијама са националном фреквенцијом приликом извештавања о кризним ситуацијама

Контекст	широк контекст (изузетак друга студија у којој се широк контекст комбинује са уским контекстом у локалним придружним кризама)
Ланац објашњења	Објашњења дају политички субјекти на власти који постају стручњаци за све
Примери објашњења	Примере дају политички субјекти на власти, с тим што примери садрже поређења са деловањима претходне структуре власти и нужно обухватају пребацивање одговорности
Метафоре	Спорта, такмичења, игара и ратна терминологија
Садржај поруке	Изјаве политичких субјеката на власти
Наратив	Организација идеја обојена политичким циљевима и активностима са парцијалним приказом проблема, одрицањем од одговорности и решењима ситуације (у првој студији решења су реална, док у другој и трећој расте степен њихове нереалности)
Бројеви	Подршка за тврдње и изјаве политичких актера на власти
Ред и распоред	Ред и распоред фаза кризе и догађаја у оквиру ње одређују медији и који се не морају поклапати са стварним редоследом развоја догађаја (у првој студији се медији држе сатнице и релативно усклађено извештавају о кризној ситуацији, у трећој извештавање о кризи не постоји, само о дешавањима након кризе)
Решења	Колективна решења и јавни одговори на друштвене проблеме
Тон	Морализујући тон политичких субјеката којим се одговорност преноси на друге учеснике кризе
Вредности	Традиционалне, патријархалне вредности које су подржане домаћом представом о српском националном идентитету, колективне вредности и позивање на интерес јавности да зна уз дељење парцијалних информација
Визуали	Континуирано понављајући, немаштовити и без разноврсности

На основу Халаханове (Hallahan, 1999: 208) поделе оквира и карактеристика процеса уоквиравања који су детаљно размотрени у поглављу 4.2.1., у студијама које су обухваћене истраживањем, могу се уочити следећи стратешки оквири. На првом месту то су стратешки оквири сукоба, јер су у питању оквири кризних ситуација који нужно носе са собом две супротствљене стране. У све три студије случаја се стратешки уоквирује одговорност као карактеристика извештавања о кризним ситуацијама, где поред дефиниције проблема, већина захтева и одређивање узрока и носиоца одговорности, али и повезивање кризног догађаја са личним или околинским факторима – контекстом кризе. У најширем смислу, све три студије случаја обухватају стратешко уоквиравање вести (Hallahan, 1999: 222), јер новинари користе оквири да конструишу друштвену стварност за публику и дају значење речима и сликама.

У складу са поделом оквира коју су установили Бенфорд и Сноу (Snow & Benford, 1988: 200-205) на дијагностичке, прогностичке и мотивационе,<sup>175</sup> а који чине основу овог истраживања током анализе утврђено је да су стратешки оквири у наведеним студијама случаја дијагностички по свом карактеру и да се заснивају на идентификацији проблема и атрибута кризне ситуације, нарочито током пласирања описа кризне ситуације, затим утврђивању кривца, а потом и приписивању одговорности за проблем.

Тумачећи добијене резултате у светлу закључака Беноа и сарадника (Benoit et al., 2005) уочава се да у све три студије случаја у прилозима доминирају политика и карактер политичара. У првој студији случаја је то највидљивије у садржајима који се баве улогом министра полиције, у управљању полицијским снагама и осмишљавању стратегије деловања када је у питању обезбеђење Параде поноса. У другој и трећој студији случаја су то прилози у којима је фокус на премијеру без обзира на то да ли се наглашава његова улога у избегличкој кризи као доминантног преговарача, хуманисте и сарадника ЕУ или његова могућност да сагледа и реши све криминалне случајеве у Србији.

<sup>175</sup> Више у поглављу 4.5.

„Трке коња“ и такмичење између учесника кризног догађаја се називају у првој студији случаја између власти и опозиције, у другој студији случаја између представника Срба и Хрвата и повремено Мађара, а у трећој студији случаја између политичких и грађанских структура. Такмичење политичара је видљиво између хрватског и српског премијера у другој студији случаја, што је најочигледнији и врло динамичан пример. Поред тога, такмичење између политичара је видљиво у конфронтацију ДС-а и ДСС-а у првој студији случаја или премијера и омбудсмана у трећој студији случаја. Ови примери указују на присутност стратешких оквира игре који су фокусирани на то који политичар ће победити у кризној ситуацији – решити кризу и каквим ће тактикама и стратегијама то постићи.

Публика се концентрише на појединце, а не кризну ситуацију и њен развој, опсег деловања и последице због персонализације политике. Персонализација политике у великој мери, је последица (теле)визуелизације културе, па отуда и политике. Оквир игре се у анализираним студијама посматра се кроз призму стратегије која је највидљивија у другој студији случаја. У њој је хумана стратегија деловања Србије у кризи у фокусу у скоро сваком кризном извештавању. Стратешки оквири игре се посматрају и кроз призму политичких кампања. У трећој студији случаја кризна ситуација се представља и као наставак или последица изборне кампање за парламентарне изборе у Србији. Такође, у првој студији случаја, демократска политика европеизације је део изборних обећања ДС-а. Свака дневна новост добија на значају због свог имплицитног односа према кризи и указује на то ко је тог дана ближи победи у бици за превласт у кризи.

Поред оквира игре у студијама случаја су видљиви и конфликти оквири. Разматрајући добијене резултате у складу са истраживањем Бартоломеа и сарадника (Bartholomé et al., 2018) утврђено је да у анализираним узорку постоје и материјални нематеријални конфликтни оквири. *Материјални конфликтни оквири* који су усредсређени на политичке идеје, политичка и идеолошка питања и вредности се појављују у првој студији случаја и делимично у трећој, поготово у оним прилозима који се баве односом Србије и ЕУ. *Нематеријални конфликтни оквири* који се баве политичким процесом, политиком као игром или личним нападима на политичке присутни у другој и делимично трећој студији случаја и обухватају прилоге који су концентрисани на јавну расправу политичких субјеката или политичких субјеката на власти и представника цивилних институција и НВО. Новинари у анализираним студијама у већој мери не интервенишу у изјаве политичких субјеката на власти, а претходно достављени материјали и информације преносе се описним стилем који нуди детаљну дефиницију догађаја.

По Капели и Џејмисону (Carpella & Jameison, 1997: 53) уоквиравање може обухватати доминацију једног кадра или више уједначених оквира. Ипак, ефикасност оквира се не мери само количином (или величином) конкурентских оквира понуђених јавности, већ и њиховом перципираном снагом. Снага оквира се по њима мери истакнутошћу и понављањем уоквирених речи и слика и представља важну димензију утицаја кадрирања на процес формирања мишљења. Најгласнији кадар - то јест, оквир који има највећу покривеност - није нужно и најјачи (Исто). Овај аспект стратешког уоквиравања је јако значајан за разумевање све три студије случаја. У више наврата је у анализи оквира, посебно субјеката и актера, истакнуто да поједини извори информација у кризи који се перципирају као субјекти имају дугачка времена излагања, али мали број појављивања у укупном узорку. То најчешће значи да су такви субјекти гости специјализованих емисија или су интервјуисани у уживо укључењу поводом одређеног догађаја. Ипак, без обзира на дугачка времена излагања ови појединци нису кризни менаџери нити значајнији извори информација у кризи. Деловање на публику се кроз стратешке оквири реализује не само ако је порука на различите начине изречена, већ и ако је довољно пута поновљена. Зато одређени субјекти чија су излагања краћа и фреквентнија делују интензивније на публику. Њихове поруке су циљане и саопштавају значајне и тражене информације и дају одговоре на претходно отворена питања. Тако да се свака порука и њен оквир морају засебно анализирати и не може се говорити о унифицираности. Велико време излагања не значи

видљивост и моћ, већ синергија времена излагања и учесталост појављивања са собом носе политички потенцијал и утицај. Понављање информација које су пласиране и истицање контекста у коме је изјава дата, али и време емитовања, поспешују видљивост одређених порука и повећавају стратешки потенцијал и могућност утицаја емитованог садржаја.

Сprovedена анализа је показала да су оквири у наведеним студијама случаја нарочито они који су декларисани као простратешки изузетно стабилни и да се они ретко доводе у питање, што указује на значајан утицај политике моћи на рад медија. У првој студији случаја, опозициона страна приче и поглед на кризу доступан је под перспективом власти. То значи да ако алтернативна гледишта на кризну ситуацију и добију свој простор у медијима то је увек кроз поређење са погледом на кризу од стране политичких субјеката на власти. На тај начин, „друга страна приче“ постаје доступна иако се о њој не спекулише. У другој студији случаја, опозициона перспектива о избегличкој кризи је невидљива. У трећој студији случаја, алтернативно виђење кризе постоји и пласирано је чак и у виду самосталних прилога. Проблем са алтернативним погледом на кризу у трећој студији је тај што он у великој мери заостаје над перспективом субјеката на власти, у смислу да је временски пласиран након неколико недеља. Поред тога, он је под сталном индоктринацијом власти и континуирано се поставља у негативан контекст од стране политичких субјеката на власти. Извештавање медија у трећој студији почива на контроли политичких субјеката на власти над порукама које се пласирају, јер се свака објављена информација коментарише, тумачи и интерпретира у складу са владајућом политиком. На тај начин, може доћи до веће интеграције медија у систем власти о чему је говорила и Миливојевић (Milivojević, 2015: 99). Она је у својим истраживањима истакла да приликом интеграције медија у систем власти ретко долази до супротстављања различитих оквира, као и да се врши строг надзору над производњом представа о стварности која је пуна инцидената, смена и забрана (Milivojević, 2015: 99).

#### *12.7.2. Извештавање о кризним ситуацијама у Србији*

Стратешко уоквиравање догађаја као кризног начелно указује на угрожавање друштвеног и политичког поретка и носи са собом осећај несигурности и страха. Сви учесници у кризном догађају имају своје стратегије деловања које су више или мање видљиве публици. Они желе да њихова представа о кризи буде доминатна, што у све три кризе постаје могуће и омогућено само политичким субјектима на власти. Други актери маневришу, расправљају се и преговарају како би покушали да осигурају да њихов оквир превлада, тј. да постане прихваћен од стране публике.

Иако се очекује да ће медијски радници утврдити доминантне одлике кризе, указати на одговорност одређених личности у кризи и предвидети потенцијално решење кризе, у све три анализираним студијама случаја то раде политички субјекти на власти, чији се предлози само преносе и већински не доводе у питање. У првој студији случаја се скреће пажња на чињеницу да су одређене екстремистичке и десничарске скупине могле бити забрањене и раније, јер је иницијатива око тога већ покренута у прошлости. Осим тога, нема других предлога решења кризне ситуације осим поштравања закона и кажњавања ухпшених починиоца. У другој и трећој студији случаја критичари политике власти су оличени у невладином или цивилном сектору и они захтевају одговорност и промену, али се о тој критици јавно не расправља.

Део медијске пажње усмерен је на медијску расподелу кривице и одговорности, која се у анализираним медијским садржајима декларише у оквиру дуалности између власти и опозиције, тј. супротстављених страна у избегличкој кризи. Када постоји ситуација која би потенцијално угрозила политичке субјекте на власти, онда се она оправдава, несигурност ситуације се смањује, а власт интервенише у процес медијске производње, што се најбоље може видети у трећој студији случаја, у којој се иде до медијске невидљивости одређеног догађаја и ситуације. Оваква улога медија одговара закључку Хола (Hall, 1982: 77 према Milivojević, 2015: 99) према коме медији представљају стварност која је обавијена

скривеним плановима и интересима политичких актера, што значи да медији постају инструмент социјалне контроле који обезбеђује продукцију пристанка публике на постојеће услове у друштву.

Криза се у првој и трећој студији случаја може декларисати и као инцидентна криза, док у другој студији то није могуће због ширине и глобалног карактера кризе. Све три студије на различите начине теже одржању затеченог стања у друштву („staus quo“) – одржавању демократског потенцијала у првој студији случаја, одржавању хуманог приступа кризи од стране Србије у другој студији случаја и одржавњу коалиције око СНС-а на власти у трећој студији случаја.

Значајно је и на који начин се уоквирују узроци кризе. У све три студије случаја, узрок кризе медији дефинишу као егзоген, тј. извор кризе је изван сфере одговорних актера, а одговорност се приписује субјектима на другом крају политичког спектра. Узроци кризе се по другој систематизацији преписују људском или технолошком фактору и у складу са тим се и кризе генерализују као кризе људске или техничке грешке. Све три кризе су у представљеним студијама случаја кризе људске грешке, што значи да је степен одговорности у њима још већи.

Кумс (Coombs, 2004) је тврдио да кризне ситуације имају различите оквире. Прва студија случаја садржи кризни оквир који показује да је криза произведена намерно. У другој студији, кризна ситуација је таква да се Србија у њој нашла случајно. Трећа студија показује тренутну власт као жртву оних који желе да укаљају њен углед. Сви наведени оквири са собом носе одређену кризну одговорност, али нису идентични, јер су контексти криза другачији.

Политичким субјектима на власти је дозвољено да представе себе на начин на који желе и сигнализирају који су аспекти кризне ситуације важни за разматрање, што их поставља у позицију кризних менаџера. Иако у кризи кредибилитет кризних менаџера увек може бити доведен у питање, на примеру треће студије случаја може се видети да се и из сталног и континуираног пребацивања одговорности уз оправдавање кризне ситуације може изаћи као победник.

### *12.7.3. Интерпретација резултата истраживања у теоријском контексту симболичке политике*

Као што је већ наведено у претходним деловима рада, симболичка политика у овом раду је истраживана и уочавана у анализираним медијским прилозима на основу њене дефиниције коју је дао Поцелујев (Поцелуев, 1999), а према коме симболичка презентација политике обухвата свесно и намерно коришћење симболичких ресурса (најчешће од стране политичких субјеката) да би се добила подршка и легитимитет од стране публике и конструисао концептуални оквир кроз који људи примају информације. То се чини уз помоћ медија као савезника који те симболичке ресурсе преузимају, пласирају и претварају их у поглед на свет. На тај начин, симболичка политика обухвата процесе трансформације, током којих се комуникација створена од политике и политичког ПР-а трансформише у медијску стварност.

Симболичка политика се у домаћој јавној сфери реализује путем стратешких оквира, али и кроз бројне дискурсе, идеје, наративе и уз помоћ којих се друштвена стварност тумачи/интерпретира најчешће из угла политичких субјеката на власти. Симболичка политика у анализираним студијама случаја повезује кризне догађаје који изазивају одређени степен несигурности и нестабилности са узроцима кризе који су публици разумљиви. У првој студији кризни догађај се повезује са екстремним и десничарским организацијама, које су насилно и рушилачки исказивале незадовољство поводом организације Параде поноса. Такво деловање ових организација је публици објашњавано кроз отпор према променама, уласку у ЕУ, отпору према демократизацији. Зато се ове групе сликовито повезују са криминалним и политичким структурама које су настале деведесетих година, јер је њихов блиски однос и сарадња део представе о Србији из тог периода. Та

Србија је насилна, конзервативна, неинклузивна и недемократска. Истовремено се сугерише и да је дата власт извршила преврат и срушила такав поредак 2000. године, што треба да буде доказ да и сада у његовим мањим пробојима тај поредак може бити обуздан и санкционисан.

У другој студији случаја узроци кризних догађаја се повезују са ратним активностима изван домета Србије и где политички субјекти сугеришу да се Србија само бори у такмичењу „вишег ранга“ и на најбољи начин. Локалне кризе које настају као последица избегличке кризе имају своје узроке у нерешеним међудржавним сукобима из деведесетих година, а који се овај пут тиче распада Југославије. Свако затварање границе, обустава саобраћаја, подизање блокада између Србије и Хрватске се под утицајем политичких субјеката на власти медијски презентује као последица неразрешених и још „живих рана“ из тог периода.

У трећој студији случаја кризни догађај, поново, има узрок у отпору евроинтеграцијама, али који сада пружа бивши режим. Политички субјекти на власти на то надовезују незадовољство опозиције (бившег режима) са резултатима парламентарних избора, који желе на сваки начин, укључујући и употребу силе да зауставе добро деловање актуелне власти. Политички субјекти на власти развијају представу о кризној ситуацији и путем медија врше интерпретацију датих догађаја из сопствене перспективе.

Истраживање које је спроведено за потребе овог рада потврдило је резултате Бергера и Лукмана (Berger & Lukman, 1992: 140) по којима симболичка политика нуди различита тумачења политичке стварности, а та тумачења се онда у медијској арени боре за доминацију. Презентација догађаја, актера, дешавања, али и интерпретација и анализа кризних догађаја доминантно је у складу са циљевима и идејама политичких субјеката на власти. У медијима, алтернативна виђења стварности пласирају опозиција и невладин сектор који воде борбу са функционерским презентацијама истог кризног догађаја. Алтернативне интерпретације кризе у домаћим медијима ретко побеђују и не постају доминантне.

У првој студији случаја алтернативни поглед на кризну ситуацију публикован је искључиво уз ставове политичких субјеката на власти. У другој студији алтернативни ставови нису публиковани или су представљени у виду критике одређених поступака власти, али не и целокупног представљања кризне ситуације. У трећој студији случаја, алтернативна виђења су присутна, али се на њих врши велики притисак политичких субјеката на власти тако што се она изругују, унижавају, мењају и пореде са догађајима из прошлости итд.

По резултатима истраживања Сарцинелија (Sarcineli, 1987: 59) број актера који се појављује у медијима и распон њихових аргумената, ограничен је симболичком презентацијом политике. Резултати анализе у све три студије потврђују ову тврдњу. У све три студије случаја, политичка елита на власти формира сопствене презентације кризних догађаја и учествују у њиховој репродукцији. У другој и трећој студији случаја за то је задужен доминантни кризни менаџер (премијер), док остали субјекти на власти раде даље на ширењу симболичке политике које су претходно успостављене кроз његов наратив. Његови ставови и мишљења обезбеђују систем аргумената и ставова за друге политичке субјекте, што га ослобађа дужности пружања доказа о сопственој ефикасности. Преузимањем порука овог субјекта од стране других политичких субјеката и актера потврђује се континуирано залагање премијера за решавање кризне ситуације.

У првој студији случаја представници странака на власти нису усаглашени у својим презентацијама кризне ситуације тако да је њихова интерпретација стварности мање убедљива. Дискурс НВО и представника власти по питању организације Параде поноса је компатибилан и чини базу аргумената за политику равноправности и толеранције која је основа за развој европског пута Србије. Тиме се показује да нису само политички субјекти на власти, ти који стварају симболичке компоненте политике. Представници НВО-а стварају симболичке елементе и кроз бригу о избеглицама кроз политике азила у другој студији случаја или покретање грађански протеста у трећој студији случаја.



У оквиру симболичке политике користе се бројне стратегије које су усмерене на деградирање политичких противника о чему је у својим истраживањима говорио Сакер (Saker, 1992). У првој студији случаја противник власти су екстремистичке организације за које се наводи да имају политичку позадину, а насиље се декларише као „политички оркестрирано“. Ипак, тај политички противник није јасно дефинисан и он се повремено кроз поруке власти декларише као скуп политичара који су били активни и током деведесетих година, а чиме се инсинуира његова веза са криминалним структурама. На тај начин, противник је обележен као особа слабог морала и вредности која не залуђује поверење публике и чије методе изражавања незадовољства укључују насиље и примену силе, а о чему сведоче и снимци разрушеног града.

У другој студији случаја, противници власти су политички представници из региона, најчешће Хрватска. Овде стратегије деградације имају основу у неразрешеном сукобу из периода деведесетих година и распада Југославије. Критике на рачун Србије се повезују са сликом о Србији из тог периода као криминалне и насилне, а Србија одговора на ту представу унижавајући интегритет политичких представника Хрватске.

У трећој студији случаја врши се деградација оних који су рушили и који се јавно називају „идиотима“. Они се индиректно повезују са члановима опозиције тако што се упућује на дешавања из новије историје Србије, а у вези са хапшењем председника Србије 2000. године који је изведено од стране лица са фантомкама.

Симболичка политика може имати улогу и у смиривању страсти у проблематичним ситуацијама. Таква њена улога је највидљивија приликом презентације решења кризних ситуација. У првој студији случаја, симболичка политика обухвата залагање политичких субјеката, али и субјеката из области права за промену законске регулативе, а која би у будућности требала да обезбеди веће казне за насилно и хулиганско нарушавање реда и мира. У том случају ширење симболичке политике изван владиних активности на административну област представља последицу захтева за већим легитимитетом, а што је на линији закључака Сакера (Saker, 1992). У другој студији случаја, симболичка политика смирује страсти кроз дипломатско решење локалних криза, али и као саставни део хуманог приступа избегличкој кризи. У трећој студији случаја реч је о наративу који прати претходна решења криминалних случаја од стране власти, а који треба да послужи као гарант за успешно решавање и новог проблема. Ово је уједно и једина студија у којој решење није јасно назначено и дефинисано већ почива на претходним активностима и обећањима.

Држава заузима посебан положај у области симболичке презентације политике и то се најбоље види у другој студији случаја која обухвата пример интернационалне кризе и где је хумана стратегија деловања Србије у највећем фокусу медија. Велики број извештавања почиње, завршава се или користи наратив пласиран од стране политичких субјеката на власти по коме Србија није чланица ЕУ, али се понаша више европски од бројних европских земаља и чини све што је у њеној моћи да олакша пут и боравак избеглица у Србији. Под државним окриљем, поједини политички субјекти на власти добијају додатну моћ да као државни представници дају посебан статус симболима, дискурсима и наративима, јер их представљају на интернационалном нивоу и у име макро-политичке заједнице.

#### **а) Идеје и симболичка политика у анализираним студијама случаја**

На однос који постоји између идеја, идеологије, идентитета и симболичке политике је скренута пажња и у теоријском делу рада. Политички субјекти у анализираним студијама случаја развијају и обликују идеје, идеологије и разматрају структуру и манифестације идентитета под окриљем симболичке политике, а у складу са сопственим преференцијама, веровањима, циљевима итд.

Једна од централних идеја у оквиру симболичке презентације политике у све три студије случаја јесте идеја о Србији као чланице ЕУ и у све три студије се може пратити борба коју Србија води да би ову своју идеју и остварила. Ова идеја делује као „звезда водила“, јер бројни субјекти из политичке и не политичке сфере раде на остваривању ове замисли, али покушавајући истовремено и да сопствене интересе укључе у њену реализацију. Иако

Голдстин и Коене (Goldstein & Koehane, 1993: 8) у својим истраживањима тврде да се утврђивањем покретачке идеје делимично елиминише неизвесност у деловању на јавној сцени, студије случаја су показале да није тако. Идеја евроинтеграција Србије са собом јесте донела правац кретања Србије на интернационалној политичкој мапи, али је донела и бројне неизвесности и дилеме када је реч о начину на који би Србија тај пут требала да пређе.

У првој студији случаја као један од тестова који се ставља пред Србију јесте организовање Параде поноса. Ова манифестација се медијски представља од стране политичких субјеката на власти, али и од стране НВО, као начин да Србија покаже да је спремна да поштује европске вредности попут права на различитост, толеранцију, демократичност. Иако сагласни да Србија треба да се креће „ка Европи“ постоји несагласност међу политичким субјектима на власти када је реч о самој организацији манифестације и медијски се шаљу неуравнотежене поруке око тога да ли манифестација треба да се одржи или не. Истраживање Голдстина и Коена (Goldstein & Koehane, 1993: 8) показује да идеја води обезбеђивању образаца који обезбеђују постизање зацртаних циљева и омогућавају актерима да предвиде последице својих активности. У истраживању које је спроведено у првој студији случаја, о могућности ескалације насиља се спекулисало и о чему сведочи велики број ангажованих полицајаца за обезбеђење Параде поноса. Могло се закључити да је власт предвидела дешавања и покушала да остане на „европском путу“. Парада се одржава чак и уз примену силе, иако је то у супротности са европским вредностима које је сама манифестација требало да покаже.

У другој студији, Србија је започела процес придруживања и ближа је у том смислу чланству у ЕУ. Избегличка криза и државе чланице ЕУ, сада поново стављају Србију на тест у виду прихвата и контроле избегличког тока. Србија се одлучује да примењује хуману стратегију која обухвата поштовање европских вредности и толеранцију и даје подршку такозваном немачком плану у избегличкој кризи. Резултати студије су у складу са налазима Хадсона и Мартина (Hudson & Martin, 2010) о значају идеја као узрочног фактора у реализацији симболичке политике које у тренуцима несигурности одражавају стварност и помажу актерима да планирају и имплементирају промене. Жеља Србије да постане чланица ЕУ је усмерила Србију у начину њеног постављања према избегличкој кризи, а што се презентује кроз регистрацију и прихват великог броја избеглица на балканској рути, али и публикавањем похвала које следе од стране иностраних политичких лидера. Сви медијски дискурси и наративи усмерени су ка понашању Србије у европском маниру уз континуирано истицање саосећања, толеранције и мира.

У трећој студији случаја кретање Србије ка чланству у ЕУ се не остварује кроз тестове који су наметнути од међународне заједнице, већ кроз унутрашње деловање власти. У том смислу, политички субјекти на власти сугеришу да пут ка Европи значи да напредак Србије мора бити и видљив и опипљив и да не може да се заснива само на променама закона и регулације. У том смислу се најчешће говори о модернизацији и урбанизацији градова које треба да постану „европске метрополе“. На тај начин, показује се како идеје посредују у преговорима за постизање циљева, иако је на крају сваки исход одређен материјалним интересима актера, а што је на линији истраживања Хадсона и Мартина (Hudson & Martin, 2010).

У све три студије случаја постоји недостатак алтернативних ставова и идеја. У првој студији случаја алтернативно мишљење - да Србија не треба да иде ка чланству у ЕУ - постоји, али се супротставља ставовима политичких субјеката на власти и никада није независно публиковано. У другој студији, другачији алтернативни став би истовремено значао да се појединци или групеprotиве хуманој стратегији према избеглицама, па га ни један субјекат или актер и не пласира. У трећој студији, алтернативни став постоји, али се не односи на супротстављање иницијалној идеји европског пута (иако је често представници власти „боје“ на овај начин) већ начинима на који политички субјекти на власти користе идеју интеграција да остваре своје материјалне интересе.

Сагледавање начина на који се идеја „чланства Србије у ЕУ“ мења и прилагођава бројним политичким контекстима и преноси кроз време је на линији Брисковог истраживања (Brysk, 1995: 581), а то је да снага или слабост идеја не зависи само од њених интелектуалних капацитета, већ и од способности да се прилагоди контексту политичке комуникације.

Између идеја, субјеката и институција увек постоји међусобан однос и он се манифестује у проналажењу решења у кризним ситуацијама било кроз промену закона и кажњавање оних који су учествовали у насиљу на улицама, затим кроз одражавање хумане стратегије у кризи, али и проналаску починиоца рушења објеката у Херцеговачкој улици. У првој студији случаја је то јасно, јер је медијски дијалог пун професионалног жаргона правних субјеката. У другој студији случаја се кроз причу политичких субјеката на власти спознају и дискурси полиције, здравства, цивилног сектора. У трећој студији је реч о институцији полиције која је у фокусу пажње како и због не-деловања у кризној ситуацији, тако и због учешћа у решавању кризе. У трећој студији случаја значајну улогу имају и институције омбудсмана и повереника за информације од јавног значаја и заштиту података о личности као субјеката који су покренули наратив о бесправном рушењу објеката у градској четврти Савамала и наратив о потрази за одговорним личностима. Без ових субјеката цивилне власти, наратив о одговорности не би ни био медијски видљив.

#### **б) Идеологија и симболичка политика у анализираним студијама случаја**

Већ је у претходним поглављима истакнуто да се под окриљем симболичке политике, идеологија може посматрати као скуп оквира које субјекти користе како би представили сопствене акције (van Dijk, 1998). Симболичка обрада рационализује друштвене односе у складу са интересима политичких актера на власти, покушавајући да легитимише и ојача те интересе и да дефинише поље колективног деловања (Исто). У све три студије случаја ова ван Дајкова (Исто) претпоставка се потврђује и у све три студије може се уочити повезивање свих области деловања са политиком, као и да политички субјекти на власти тумаче све врсте догађаја и активности, независно од области за коју су стручни или образовани.

Према Томпсону (Thompson, 1990: 265) идеологију треба схватити као средство кроз које значења у симболичким облицима, служе за успостављање и јачање односа доминације. У складу са првим Томсоновим ставом да различите симболичке форме конструишу и преносе значење (Исто) анализирани су и медијски прилози. Уочено је да у све три студије случаја симболичка политика носи са собом читав спектар језика игре, спорта, такмичења и стратешки обојених метафора. Ове језичке конструкције учествују у изградњи стратешких оквира и преносе симболичке и политичке поруке које имају унапред одређен циљ, а то је да формирају специфичну представу о кризној ситуацији у складу са преференцијама субјеката на власти. Поред тога, континуирано понављање визуала, стереотипних слика, па чак садржаја попут видео игара или постова са друштвених мрежа имају истоветан задатак. Специфична представа о кризној ситуацији креира се: 1) када постоји некомпатибилност видео садржаја и изговореног текста и 2) када се врши комбиновање изјава политичких субјеката и њихово свакодневно понављање у различитим ситуацијама и од стране различитих субјеката. Истражене симболичке форме показују већу тежњу ка употреби метафора у стратешкој форми у првој студији случаја, језику рата и супарништва у другој студији случаја и језику такмичења, па и екстремних изјава у трећој студији случаја.

У складу са другом Томпсоновом тврдњом (Thompson, 1990: 265) која се тиче друштвеног контекста, у све три студије случаја говоримо о другачијем политичком, медијском, па и економском и друштвеном контексту. Оно што остаје заједничко за све три студије случаја јесу неке њихове кључне окоснице попут: тежње евроинтеграцијама, политички потенцијал људског тела у покрету, мањак ставова обичних грађана у медијским садржајима и тежња да се прави паралела између друштвеног и политичког живота у периоду кризе и деведестих година двадесетог века.

У складу са трећом Томпсоновом тврдњом (Thompson, 1990: 265) која се односи на неопходност уочавања механизма преноса идеолошких симболичких форми у овом раду

фокус је на стратешким оквирима којима је обликован садржај медијских порука. Ти оквири у великој мери резултат су дугогодишњих политичких деловања на медијско уредништво, примене радних рутина приликом извештавања и радних околности у којима функционишу медији данас. Политички субјекти стварају значења која медији преузимају и преносе чиме постају станишта политичке идеологије и место на којој је та идеологија лако доступна публици.

У оквиру симболичке политике, а под дејством идеолошких деловања, у све три студије случаја може се уочити да политички субјекти на власти успостављају односе доминације и творци су доминантних друштвених дефиниција. Поред тога, може се утврдити да су те дефиниције у првој студији случаја могле бити створене од стране различитих функционера који нису увек чланови исте политичке партије, али теже заједничком циљу. У друге две студије случаја творци дефиниција су припадници једне политичке странке, чак је у питању најчешће један функционер, а затим се његове дефиниције подржавају и надограђују од стране других субјеката на власти. Творци дефиниција обезбеђују слике уз помоћ којих се врши репрезентација других играча у политичкој утакмици, од „жуте опозиције“ у другој и трећој студији случаја, до „парapolитичког подземља“ у првој студији случаја. Поред тога, творци дефиниција карактеришу и друге неполитичке учеснике попут представника цивилне власти, НВО, па и медија. Тако, на пример, НВО у првој студији су сарадници власти на европском путу, у другој студији су критичари, али и помагачи, док су у трећој студији случаја оне глас народног незадовољства.

Када идеологије делују оне исказују материјалне и симболичке интересе. Зато се у све три студије случаја може уочити расправа о намерама субјеката са друге стране политичког спектра. Поред тога, у анализираном узорку се исказују преференције и заслуге представника власти у разјашњавању кризних ситуација. Такође, у великој мери се политички субјекти постављају у одређене улоге попут *жртва*, *хероја*, *лидера* (Aaldering & Vliegenthart, 2016: 1873/1874; Anker, 2005:24-26; Petrogiannis & Freidenvall, 2022: 9-11). На тај начин им се приписују одређене карактеристике уз помоћ којих се указује колико тога материјалног су политички субјекти (најешће на власти) били спремни да жртвују да би дошли до решења кризне ситуације.

У све три студије случаја може се уочити ван Дајков „идеолошки квадрат“ (van Dijk, 1998: 268-301) који омогућава позитивну презентацију политичких субјеката. У првој студији случаја, позитивну перцепцију обезбеђују представници власти. Оно што је значајно јесте да се у медијским садржајима континуирано истиче пожртвованост ових субјеката, а потом и њихов рад на решавању проблема. Ово чини први сегмент идеолошког квадрата и обухвата наглашавање позитивних порука о себи. Након тога, одговорност се у кризним ситуацијама пребацује, а извор кризе се тражи у историји Србије, често деведесетим годинама које постају изговор за бројна деловања. У првој студији се медијски иницира да је деловање хулигана у вези са политичким подземљем из деведесетих година. У другој студији се хрватски однос према Србији образлаже ратним наслеђем и још увек неразрешеним сукобом из доба распада Југославије. У трећој студији, политички субјекти иницирају да се под фантомкама крију људи из бивше власти који су носећи фантомке учествовали и у хапшењу бившег председника државе. Ово је други сегмент идеолошког квадрата и обухвата наглашавање негативних порука о другима (учесницима, субјектима, актерима, опозиционој страни итд.). У појединачним случајевима, у медијским прилозима се скреће пажња на добар рад других типова субјеката, попут цивилних организација које хвале рад институција власти у другој студији случаја. Овакви мање заступљени ставови чине трећи сегмент идеолошког квадрата и обухватају децентрализацију позитивних информација у вези са другима, где актуелни кризни менаџери, на кратко, уступају јавни простор учесницима и актерима на другом крају идеолошког спектра (Исто). У четвртном сегменту идеолошког квадрата ради се о децентрализацији негативних информација о себи (елитама), као када се медијски не спекулише о одговорности структура власти у случају бесправног рушења објеката у Херцеговачкој. Ту спадају и медијски садржаји које говоре о

избеглицама које су у Србији плаћале превоз између прихватних центара од југа до севера Србије, али и садржаји који показују да држава ништа није радила да се адекватно суочи са навијачким структурама са којима је већ дуго имала проблем.

На основу анализе идеолошких аспеката симболичке политике у све три студије случаја, може се закључити да долазак нове партије на власт није значајно радикалан прекид са установљеним вредностима, већ политичко прилагођавање и преузимање идеолошких тековина. Доказано је да промена политичке идеологије не носи увек са собом и идеолошку промену на друштвеном нивоу, што је на линији Ентманових истраживања (Entman, 2010: 339).

### **В) Идентитет и симболичка политика у анализираним студијама случаја**

У оквиру већ размотрених аспеката реализације симболичке политике у претходним деловима рада може се закључити да се у свакој студији случаја ставља нагласак на начин на који се друштво идентификује са одређеним појмовима, ситуацијама, категоријама, али које вуку своју основу из историје и културе. Без обзира на њихов конзервативан или патријархалан карактер, да би деловале на публику оне морају бити представљене и истакнуте у медијским садржајима. Идентификација са понуђеним представама и сликама утиче на начин на који се публика декларише и доживљава. Без обзира на могућност различите идентификације мора се успоставити склад свих установљених идентитетских категорија.

Ово се опет може показати кроз пример идеје о евроинтеграцијама Србије. Свако разматрање европског пута Србије континуирано се посматра у опсегу поларитета између 1) традиционалног, српског животног стила и патријархалних вредности и 2) европских вредности, толеранције, права на различитост, а за које се не показује да могу да коезистирају и да се међусобно се не угрожавају. Тако се отвара простор за промишљање идентитета које би захтевао трансформацију између једне од две понуђене опције у којој једна искључује другу. Проевропски пут у првој студији добија негативну конотацију, јер разматрање контекста кризе указује на чињеницу да је један део становништва западне силе и даље доводио у везу са бомбардовањем Србије 1999. године, као и питањем статуса Косова. На тај начин медијски се спекулисало о жељи „западних сила“ да кроз ратна дејства или на друге начине „наруши“ српски национални идентитет и то на начин да он изгуби своје специфичности.

У другој студији случаја, истичу се борбе генерација у прошлости за слободу и очување православног пута као дела идентитета, па постоји медијски презентован отпор када је у питању велики број избеглица муслиманског порекла које пролазе кроз Србију. Тај отпор огледа се у континуираном постављању питања које се односе на последице проласка ових људи, а које су стереотипно у вези са проблемом тероризма, заразних болести итд. Поред тога, у другој студији случаја у фокусу је поређење између: идентитета Србије и представе која на њему почива у време избегличке кризе и идентитета и представе о Србији која је постојала у време распада Југославије. Хрватски политички субјекти на власти континуирано враћају дискурс у деведесете године двадесетог века када је Србија посматрана као земља насиља и неравноправности и у којој су политичка сфера и криминал испреплетани. Кроз призму такве Србије тумаче се сви потези и одлуке који се од стране Србије доносе и аутоматски се карактеришу као негативне и угрожавајуће за Хрватску. Такав дискурс домаћи медији преносе и повремено оправдавају актуелном изборном кампањом у Хрватској. Србија на поруке овог типа покушава да одговори тако што медијски посредује садржај који говори о новој представи о Србији, а која почива на хуманости и толеранцији, демократским и европским вредностима и која проблеме увек решава мирним путем.

У трећој студији случаја домаћи идентитет се поставља у контекст економског развоја, модернизације и напретка, а који се пре свега огледа у претварању Србије у регионални центар и то осавремењивањем постојећих градова.

Може се закључити да се врши промена одређених идентитетских карактеристика кроз симболичку политику. Зато се у својим обраћањима политички субјекти враћају на одређене догађаје, осећаје, стрепње, јер они покрећу представе у главама публике. Србија свој идентитет и представу о себи из деведесетих покушава да мења у прве две студије случаја презентујући публици садржаје у којима је она земља спремна на различитост, толеранцију и једнакост, тј. представља се као хумана, саосећајна и снажна, али и јака и храбра без обзира на ставове и поступке других. Поред тога, у другој студији случаја када политички субјекти на власти представљају државу Србију на интернационалном нивоу, таква деловања имају шири идеолошки и идентитетски утицај. Они онда преносе поруку не само домаћој, већ и интернационалној публици. Та представа на којој политички субјекти раде постаје још значајнија, јер треба да обезбеди бољи положај Србије на међународном нивоу. У трећој студији случаја идентитет и представа о Србији добијају епитете јака, храбра, модерна и спремна да постан лидер у региону. У трећој студији долази до промене из погледа на Србију прошлости на Србију у будућности. Повратком у прошлост омогућавала се поправка слике која је о Србији постојала. Са преласком на дискурс о будућности, раскида се континуитет и престаје поправка старе представе и прелази се на изградњу нове слике. Та нова слика формира се кроз одређене идеје о „нама“ и ко смо то „ми“, а које су засноване на новим тумачењима историје и предвиђањима и које треба да пробуде осећај националног поноса. Таква Србија онда постаје јак и одлучан субјекат који самостално доноси одлуке. У складу са тим, може се закључити да по потреби идентитет у симболичкој политици може да служи политичким субјектима да одрже постојеће стање у друштву као што је то учињено у прве две студије случаја или да теже промени како што се то ради у трећој студији случаја.

Као мотивациони аспект, идентитет је значајан и за покретање активности, а која се огледа у приказу Параде поноса и учесника ове манифестације. Презентовањем Параде поноса показује се још једну лична идентитетска категорија која покушава да се учини прихватљивим делом ширег српског националног идентитета. Такође, у трећој студији случаја људи протестују због рушења објеката у Херцеговачкој улици, а парола: „Чији град, мој град“ указује на везу која се ствара између људи и града који у њему живе и који га доживљавају као део свог идентитета и за њега се боре.

Свака студија случаја нужно садржи бинарне поделе и поређење између „нас“ и неких „других“. Други се увек критикују и представници су алтернативних тумачења стварности. Они су оличени у члановима опозиције, НВО и цивилног сектора у анализираном узорку, али и појединим иностраним актерима. Без обзира на дуалност и поделу, симболичка политика је та која треба да доведе до заједништва и слагања чланова публике. Удруживање и брисање граница и уверавање свих чланова публике у одређену интерпретацију стварности треба да обезбеди легитимизацију политичких представника на власти, али и њихових идеја и циљева.

### **13. ЗАКЉУЧАК**

Стратешки оквири који су идентификовани у анализираном садржају, а који су део извештавања о кризним ситуацијама на каналима телевизија са националном фреквенцијом у овом истраживању су дијагностички простратешки оквири који су настали процесима фрагментације, ширења, драматизације и трансформације и теже одржавању затеченог стања у друштву, садржећи у себи језик игре, такмичења, спорта, рата. Са карактером оквира игре или оквира сукоба, они са собом носе кризну одговорност која се преноси на опозиционе учеснике кризе. Кризне ситуације се декларишу као кризе људске грешке у којој се о узроку исте спекулише, о последицама ћути, а тренутна кризна ситуација је делимично медијски покривена, јер је увек дата само једна страна приче. Решења која се преносе кроз овакве оквири имају колективан карактер. Творци ових оквира су новинари, али њихови иницијални ствараоци су политички субјекти на власти, чије изјаве чине окоснице ових оквира. Стратешки оквири у истраженом узорку су створени од стране

власти и усмерени на власт и имају улогу да презентују слику о стварности и кризу у њој, у складу са потребама и циљевима субјеката на власти. Екстремне изјаве у кризи нису већински део ових медијских садржаја, али се њима може повремено подизати стратешки потенцијал медијских прилога заједно са статистиком, бројевима и стереотипним сликама.

Медијски садржаји уоквирени стратешким оквирима у прилозима о кризи на каналима телевизија, а који су били део истраживања су тематски, актуелни и тонски и садрже у себи значајну подршку водитеља/ки и спикера/ки. Они указују на разлике између субјеката и актера у прилогу који су обично на различитим странама политичког спектра и апелују на морал и културу публике која у складу са том молбом треба и да усвоји тумачења и значења која се кроз ове поруке пласирају. То се чини, јер се на тај начин избегава да се фокус публике пребаци на ток кризне ситуације. У ствари се медијским садржајима моћ фиктивно пребацује у „руке“ грађана којима се на тај начин сугерише да својим понашањем могу да учине „више да реше/ стишају кризну ситуацију“, него политички и други субјекти на власти.

Домаћи стратешки оквири негативно делују на демократију, јер фокусом на стратегије и обележја актера поткопавају политичке информације и представљају кризне ситуације у складу са очекивањима власти. Тиме се онемогућава критика и неутралност, а публици се политички интереси представљају као национални. Истовремено смањује се знање о другим политичким позицијама, ставовима и алтернативним гледиштима о кризи и догађајима уопште. Иако у кризним ситуацијама, стратешки уоквирене вести садрже и информације о проблемима, последицама и решењима, оне већински указују на пожртвованост и континуирани напор власти да се страсти утишају и имају задатак да створе представе које код публике треба да изазову осећаје сигурности и заштићености.

Чак и када се понуде неке значајније информације о кризној ситуацији, мање је вероватно да ће их публика у већој мери перципирати, као што се може видети у другој или трећој студији случаја у коме се алтернативна гледишта медијски потискују. Дакле, стратешки оквири смањују политичку информисаност публике која ове садржаје прима на дневном нивоу и континуирано им је изложена, тако да лакше усваја интерпретације и оцене политичког понашања.

Пошто домаћи политичари виде да сукоб и стратегија добијају више пажње у медијима, они користе прилику да у несигурним временима освоје додатно медијски простор и проследи своје политичке поруке. Захваљујући рутинизацији медијске праксе, тешком финансијском положају медија, али и политичким притисцима, домаћа публика добија представу о стварности, која је медијализована и укрожена према жељама политичких субјеката на власти, а који се у кризним ситуацијама самостално постављају (а медији прихватају) на позиције кризних менаџера. Њихове речи и дефиниције кризне ситуације онда имају посебан значај и публика се на њих додатно ослања, јер јој је у време неизвесности потребна додатна подршка и сигурност. Медији као главни извори информација, добијају додатну моћ коју користе да би: имали сталан приступ официјелним изворима информацијама, добили приче без великих трошкова рада, интерпретирали алтернативне представе у складу са ставом официјелних изора, представили догађаје парцијално не успостављајући континуитет у извештавању, али у исто време подижући ниво сензационализма и драматизације порука.

Стратешки оквири у односу на медијске оквири, у све три студије случаја, носе са собом јасну политичку поруку и циљ, а новинари их преносе уз трансформације и интерпретације које су у складу са планираном представом о кризи, а која долази од официјелних извора. Стратешки оквир се понавља и заступљен је на већем броју телевизија са националном фреквенцијом, без обзира да ли оне имају формат јавног сервиса или је у питању комерцијална телевизија. Овај оквир је препознатљив по језику спорта, такмичења и рата, стратешким метафорама или је обележен употребом персонализације политике, стереотипизације, драматизације, ширења контекста и језика пуног емтовиног набоја. Стратешки оквир добија на снази и постаје начин на који се догађај презентује уз помоћ

контекста у којем се остварује, али и уједначеним коришћењем и континуираним понављањем. У домаћој медијској пракси, он у основи има изјаве политичких субјеката на власти, а које се додатано потврђују употребом статистике, стратешким језиком и изјавама других субјеката. Употреба стратешког оквира је интезивована медијском рутином у извештавању и начином на који стратешки оквир „боји“ садржај који треба да се обликује у медијску поруку.

Стратешки оквири и садржаји које ти оквири формулишу носе са собом симболички потенцијал и један су од начина реализације симболичке политике. Та политика не рефлектује стварна друштвена стремљења, жеље и потребе, већ преноси поруку и слику стварности која је направљена по мери политичких субјеката на власти и која треба да обезбеди подршку и прихватање појединачним личностима, па потом преко њих и одређеним политичким странкама и програмима и идеологијама које заступају. Симболичка политика у себи носи идеју која је увек окосница таквог начина реализације политике. Та идеја указује на начин деловања политичких субјеката, њихов крајњи циљ, али не и на методе и технике које ће се користити да би се тај циљ постигао. Да би симболичка политика била успешна, она некада не може да буде ношена само дискурсима и наративима политичких субјеката на власти, већ захтева и ширење на бројне друге институције власти, цивилног сектора, невладиног сектора итд.

Алтернативна схватања о окосници симболичке политике могу бити присутна, али се она у медијском простору, као и свим другим сферама, боре за превласт. Поред тога, како симболичка обрада информација дефинише и покушава да на нови начин успостави односе у друштву, врши се и легитимизација политичких актера на власти који шире своје планове и идеологије деловања, али и остврују своје материјалне интересе на том путу. Идеолошка промена која се може догодити са променама дискурса, наратива, али и саме власти није увек обавезујућа, најчешће само политички субјекти воде сличне политике са различитим идејама окосницама. У складу са свим тим, симболичка политика са собом носи терет промишљање идентитета, јер све врсте промена треба да обухвате друштво у целини да би постале трајне. Зато се мењају одређене карактеристике, епитети, начини на које публика себе посматра. То се врши тако што се политички субјекти на власти у својим излагањима континуирано враћају на различита колективна сећања, догађаје из историје, митове, навике и вредности да би обезбедили поновну идентификацију публике са старим, измењеним или потпуно новим представама о томе ко су. Одређење тога ко су чланови публике и политички субјекти заједно са њима увек почива на бинарном односу према неком другом који обележава све оно што припадници друштва нису и не желе да буду. Поред тога, симболичка политика са собом носи мобилишући капацитет који покреће представнике публике на активност. Она може обухватати промену представе која о нама постоји, али може обухватати и борбу за одржане карактеристике идентитета или њену одбрану.

Кроз симболичку презентацију политике долази до медијализације савременог политичког процеса у коме публика све више сведочи општеприсутности политичких субјеката у свим сегментима и темама извештавања медија уз концентрисање на те субјекте као сталне такмичаре једне велике утакмице која више нема почетак и крај, већ постоји велики број полувремена која се нижу и у којима се само бележе остварени бодови. Третман политике као игре постао је, данас, толико широк да је довео до постојања изборне кампање која не престаје. Тако је истраживање симболичке презентације политике у вези са карактеристикама стратегија које политички субјекти и други учесници користе у кризним ситуацијама у којој је важно како доћи до победе, али које су само један од изазова у трајним политичким кампањама.

Истраживањем медијског простора у коме се производе и шире конкурентна тумачења друштвене реалности, а која су у вези са симболичком презентацијом политике, утврђено је да на телевизијама са националном фреквенцијом, плурализам идеја и презентација алтернативних становишта није заступљена и да и ако она постоји она је у већини случајева готово невидљива.



У првој студији случаја, која се дешава у 2010. години, критика поступака власти је била у мањој мери доступна публици, под условом да је она публикована заједно са перцепцијама политичких субјеката на власти. Тиме се обезбеђивала равнотежа са критиком и публикован је бар један аргумент више у корист коалиције на власти. Упркос томе, алтернативно гледиште је било на одређени начин доступно јавности.

У другој студији случаја, алтернативна гледишта на кризу и деловање Србије и домаћих политичара у кризи су презентована у самосталним прилозима и припадају неполитичким структурама. Ипак, садржаји који пласирају перцепцију кризе у складу са намерама и циљевима субјеката на власти су толико бројни и обимни, да алтернативна гледишта у мањој мери проналазе свој пут до публике и не доживљавају се релевантно. Ово нам показује да се у пет година видљивост садржаја наводно повећала, јер су алтернативна гледишта добила свој самостални облик. Ипак, анализом контекста кризе, медијских услова и видљивости датих субјеката, утврђено је да подизање нивоа самосталности и слободе врло дискутабилно из два разлога. Први, је тај што када се алтернативна гледишта коментаришу, она се „поткопавају“, исмевају, „затрпавају“ изјавама политичких субјеката на власти, а што их у медијским презентацијама чини slabим, неуверљивим и понекад невидљивим. Са друге стране, када доминантни кризни менаџери не тумаче, не истичу и не баве се овим алтернативним становиштима, показује се да та алтернативна виђења и не доживљавају као претње које би на било који начин могле да угрозе официјелну интерпретацију кризне ситуације. У трећој студији случаја постоје самостална, алтернативна гледишта о кризној ситуацији и расподела одговорности у њој. Ипак, та становишта, опет не долазе од политичара на власти и окарактерисана су као: „издајничка, лоша, неадекватна, противна држави, систему и друштву у целисти“. То говори о све већем паду медијске неутралности, али и немогућности да се све стране обухваћене сукобом сагледају и промисле. Критички ставови су се временом замагљивали, што нас је довело у медијски мрак у коме се налазимо пола деценије касније од наведених студија случаја. Новинари који раде у медијима постају важни актери у процесу производње и ширења политичког симболизма, што доводи до све веће повезаности политичких субјеката, медија, новинара и јавног мњења.

Чланови владајуће коалиције током 2010. године нису увек пружали јединствену представу о кризној ситуацији. Они су већински имали заједнички став, али су њихове полазне тачке око организације Параде поноса биле другачије, што је медијски и публиковано. У другој и трећој студији случаја, чланови владајуће коалиције увек подржавају и истичу сваку активност власти, посебно премијера државе и не доводе у питање његове изјаве и ставове, нити одлуке које су доношене на нивоу најмоћније странке у држави. За разлику од 2010. године, 2016. године, коалициони партнери служе као подршка доминантним кризним менаџерима и њихова су прва линија одбране. Такође, простор за промишљање и критику је увек био већи на каналима комерцијалне телевизије, него на јавном телевизијском сервису, ипак у годинама које следе одступања у извештавању су нестајала, а рутинско извештавање је постојало све чешће. То се може видети у све већем коришћењу метафора игре, језика, стереотипних слика и унифицираних погледа на кризну ситуацију.

У првој студији случаја могло се уочити да су медији одражавали интерпретације субјеката на власти и заговарали опстанак у затеченом стању који се односио на демократске друштвене тенденције и европски дијалог. Интереси владајућих политичких субјеката су под велом новинарске неутралности и грађанских слобода презентовани публици. Стварност која је том приликом репрезентована је уклопљена у већ установљене друштвене и политичке норме, културу и вредности. Медији су одређивали које су теме значајне и давали им примат са претходно установљеном медијском агендом, али која је била уоквирена у складу са плановима највиших државних структура.

Медији добијају још већи терет са променом власти 2012. године. У току избегличке кризе, може се наслутити истоветно извештавање, па чак и са терена, а које се разликује у

финесама и које је било без значајних коментара и теренског истраживања. Избегличка криза као догађај глобалног карактера имала је такав потенцијал да је служила као оправдање, изговор и узрок свих потеза које су власти вукле 2015. године, а које су медији оправдавали, чиме телевизије постају вид ослонца власти. Са 2016. годином и извештавањем о бесправном рушењу објеката у Савамали ситуација се знатно погоршава, што је видљиво и кроз сам чин непостојања медијског извештавања о спорном догађају. Чињеница је да се поред доминације ставова власти на телевизији јавног сервиса, представници власти, а најчешће премијер, појављују и на каналима комерцијалних телевизија (нарочито ТВ Пинку) као специјални гости и извори информација, а који потом откривају велике приче. Тако се јавност и медијски простор у све већој мери претвара у контролисано политичко поље. Уз сталну медијску и политичку кампању која је видљива и након избора 2016. године и дефинише опозиције, појединача и медија као политичких противника и издајника, све је теже уочити критички приступ, представљање алтернативне представе о реалности и критички став на официјелну верзију стварности. Медији већ у трећој студији случаја губе улогу контролора, а постају инструмент политичког ПР-а који треба да обезбеди широку презентацију и дистрибуцију материјала и садржаја који ће да убеди публику да Влада и власт на њеном челу воде добру политику која је у јавном интересу и да све што чине раде да би државу и њене грађане заштитили и обезбедили им просперитет и сигурност.

У уводу је истакнуто да су бројни извештаји који прате стање медија у Србији и стање грађанских права и слобода указали на значајан пад демократичности и недостатак истих. Након много година Србија добија нову позицију на светској скали грађанских и политичких слобода и рангирана је у сектор хибридних режима са тежњом ка ауторитаризму који пре свега почива на контроли медија и немогућности видљивости политичке алтернативе или критике изван садржаја на мрежи. О томе сведоче и популистичке тенденције власти о којима су писали бројни аутори још пре парламентарних избора 2016. године.

Власт је након анализираних студија случаја наставила да одржава систем у коме тржиште није главни фактор који утиче на судбину медија, у коме је профит мали или непостојећи, а медији зависни од државног новца којим надокнађују губитке, што их чини подложним политичким утицајима. Под паролом усклађивања са европским стандардима многе промене које су најављене или спроведене у медијској индустрији нису доведене до краја или је парола европеизације била изговор за додатни улазак политике у медије.

Студије случаја које су биле део анализе су показале да је погоршање стања медија у Србији било видљиво и кроз посматрање самог начина извештавања, иако су можда кризе то чиниле још видљивијим, јер је степен интервенције политике у рад медија, тада и највећи. Анализа садржаја и оквира је указала на политичке околности које су се мењале и задирале у рад медија, што је резултирало обрасцима извештавања и постојећим матрицама објава, као и листама извора и језика који новинари користе да би формирали медијске садржаје. Рутинизација новинарске праксе показала је немогућност медија да се одупру политичким притисцима зато што је преживљавање медија уско повезано са државним субвенцијама и информацијама које долазе од стране политичких субјеката на власти.

Иако је већ истакнуто да симболичка презентација политике и процес стратешког уоквиравања у кризним ситуацијама није новост у научним круговима, истраживање ових процеса није вршено у већој мери код нас. Истраживање спроведено у овом раду, стога има научни значај, јер је успело да укаже на реализацију симболичке политике кроз стратешко уоквиравање садржаја приликом извештавања о кризним ситуацијама на телевизијама са националном фреквенцијом у Србији и потврди установљени предмет истраживања, али и да одговор на основно истраживачко питање. Такође, потврђено је да домаћи медији стварају садржаје које преносе намере и интерпретације доминантних политичких субјеката, а који су у складу са њиховим политичким циљевима. Тим садржајима се обезбеђује додатна видљивост и утицај захваљујући контексту, форми и одређеним

аспектима садржаја, а које стварају сами новинари ослањајући се на рутинске праксе и претходно установљене и редакцијски прихваћене изворе.

У раду су потврђена основна и већина помоћних хипотеза и утврђене су основне карактеристике стратешких оквира, као и арсенал симболичких средстава кроз које се реализује симболичка политика. Та средства истовремено указују и на поједине разлике у формирању медијских и стратешких оквира у домаћим медијима чиме је постигнут и дефинисани циљ истраживања и чиме је додатно потврђена научна оправданост теме.

Поред наведеног, друштвени значај спроведене анализе огледа се у доприносу истраживању области политичке персуазије која у времену нових комуникационих технологија добија на важности. Медији као субјекти политичког комуницирања и конструктори смисла изграђују реалност, коју публика доживљава као сопствену стварност. Тако медији нису огледала стварности, већ равноправни учесници политичке утакмице и „четврта грана власти“ која има своје идеолошке и политичке предиспозиције. То значи да медији подржавају циљеве, поруке и интерпретације оних субјеката и актера чија политика је део редакцијске политике и која онда обликује и „боји“ и рад новинара у тој редакцији. Деловање медија као идеолошких апарата омогућава им да преносе различите сегменте идеја и идеологија и конципирају поруке снажног политичког потенцијала.

Тако су медији креатори персуазивних порука и учесници политичке комуникације који имају задатак да промене преференције публике или устаљена колективна значења. Убеђивање је механизам који служи за успостављање нових или реконструкцију старих друштвених значења. Захваљујући процесу персуазије деловање политичара добија форму социјалних структура, њихове идеје постају норме, а субјективно постаје колективно. Персуазивне поруке се не преносе у идеолошком вакуму, већ се у медијском простору те идеје међусобно такмиче, са другим нормама и перцепцијама. Нове идеје остварују се кроз деловање са претходним искуством публике.

Стратешки оквир као персуазивно средство указује на одређена значења и искуство, наговештава специфичне аспекте најешће националних интереса и идентитета и предлаже решења за проблеме који постоје у том тренутку. Тако он у овом случају, даје одређену интерпретацију кризне ситуације и предлаже публици како да се понаша у складу са њом. Симболичка моћ која се преноси кроз оквир резултат је стварног друштвеног деловања и материјалне моћи која се најчешће налази у рукама политичких субјеката на власти.

Употреба дискурса у сврхе убеђивања утиче на политичке акције, где се кроз стратешки оквир идентификују два пола, најчешће „ми“ и „други“. У складу са тим, „ми“ се увек дефинише кроз позитивне и добре карактеристике насупрот „другима“ који су „другачији“. Како су држава и политичари на власти иницијатори одређеног тона медијског извештавања и неретко и креатори званичних дефиниција, медији прослеђујући такве дефиниције и рефлектују унутрашњу страну борбе за интерпретативну превласт. Због свог ауторитета и привилегованог приступа медијима, држава ужива значајну предност у овој борби, што је видљиво у свим студијама случаја, јер политички субјекти на власти неретко иступају у „име Србије“. Доминација државе као ентитета који има највећу моћ је највидљивија у другој студији случаја када се поруке шаљу на интернационалном нивоу и где се борба води са светским „играчима“ ради репозиционирања и промене представе о Србији у целини. Ово је у вези са политикама идентитета које су саставни део симболичке политике, а које имају за циљ да доведу до интеграције заједнице у целини.

Стратешко уоквиравање у домаћим медијима обезбеђује политичким субјектима на власти да не морају да дају оправдања за своје поступке. Стратешки уоквиреним садржајима пружају се докази о њиховој ефикасности у прошлости, што је довољан доказ за манифестацију њихове способности и у будућности. То се обезбеђује пласирањем порука које садрже упутства које публика треба да користи приликом тумачење конкретних политичких активности, догађаја и кризе.

Анализом садржаја у све три студије случаја утврђено је да стратешки оквири носе са собом идеологију владајуће елите и имају за циљ легитимизацију политичких субјеката и

повећање поверења публике у активности функционера. Када анализирајући своје наступе и поруке, политички субјекти на власти уоче сопствене недостатке, они кроз стратешке оквири онда поново покушавају да те мане надоместе и промене, што значи да долази и до промене оквира. Тада су те промене привремене и у складу са циљевима и намерама политичких субјеката на власти. Са друге стране, стратешким оквирима домаћи новинари поруке повезују и са „колективним памћењем“ земље чиме се обезбеђују њихова уклопљеност са домаћом културом, историјом, вредностима, навикама. Ипак, до идеолошких промена у друштву може доћи само када се нови концепти уведу у постојећу идеологију или када се концепти који су део владајуће идеологије појачавају или мењају, али коренито и дубински. Тада се стратешки оквири мењају трајније и пружају подршку владајућој идеологији, а која заузврат пружа материјал за изградњу оквира. Стратешки оквири потом примењују концепте званичне идеологије на питања свакодневног политичког живота и стварају ширу слику или представу о одређеном догађају, па и кризи.

Иако, ови увиди можда нису потпуно нови, рад утврђивањем ових веза пружа аналитичке алате за повезивање проучавања политичког убеђивања са симболичком политиком и радом медија.

Ово истраживање је друштвено оправдано и, јер је анализа указала на природу везе између владе, медија и публике, чиме се обезбеђује боље разумевање медијских садржаја. Ово истраживање може бити полазиште за покушај промене устаљених, политички обојених интерпретативних оквира и новинарских рутина у домаћој медијској пракси.

Искуства стечена овим истраживањем треба на првом месту да обезбеде видљивост одређених патерна који би се могли пратити у дневно-политичком извештавању, а који би помогли у уочавању делова стварности који одговарају стварној реализацији догађаја. То је постало изузетно важно у већински политички подобној медијализованој стварности, јер се информације вештачки производе и надограђују изјавама политичких субјеката на власти. Такође, утврђени стратешки оквири треба да укажу на олакшице које новинари учестало користе, а које нове генерације медијских радника не доживљавају као патерне или матрице, већ их доживљавају као део медијске праксе и начина на који се посао ради. Очекивање је да ће борбу за медијске слободе после пуно времена на својим леђима носити независни локални медији, а не медији националних фреквенција.

Добијени резултати би могли и да се искористе као основа на којој би се градили програми и стратегије за подизање нивоа свести и информисаности публике о начину рада медија, а са двоструким циљем. Први би био да успеју да у постојећим садржајима пронађу информације које су релевантне, што се преноси и на сферу дигиталних медија на којима је избор информација изузетно широк и свеобухватан. Други циљ је да их мотивише да од медија почну да захтевају комплексније и информативније садржаје и да се не задовољавају ниским стандардима извештавања, јер до промене не може доћи без заједничке сарадње публике и медија.

## СПИСАК ЛИТЕРАТУРЕ

- Агенција за привредне регистре (АПР) (2015). *Медији*, преузео са: <http://aplikacije3.apr.gov.rs/RemediaPublicWebSearch/MediaSearch/GetDoc/e65e0ec2-56b4-4403-87be-3aa0bef2c670>, посећено: 21.12.2020.
- Агенција за привредне регистре (АПР) (2021). *Медији*, преузео са: <https://www.apr.gov.rs/%D1%80%D0%B5%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B8/%D0%BC%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D1%98%D0%B8.1180.html>, посећено: 1. 11. 2021.
- Атлагић, С., Сурчулија Милојевић, Ј. (2018). Институционални услови конкуренције политичких идеја у Србији: случај регулаторног тела за електронске медије. *Српска политичка мисао*, бр. 3, год. XXV, свеска 61, Београд: Институт за политичке студије, стр. 123-140.
- Атлагић, С. (2019). Трансформација јавне сфере и симболичка политика у савременој Србији. *Политика и простор*. Београд: Институт за политичке студије, стр. 92-113.
- Атлагић, С. (2020). *Изборне поруке и свест бирача*. Београд: Демостат.
- Б92. (2010). *Брука у Ђенови и њене последице*, преузето са: [https://www.Б92.net/sport/fudbal/vesti.php?уууу=2010&mm=10&dd=13&nav\\_id=465117](https://www.Б92.net/sport/fudbal/vesti.php?уууу=2010&mm=10&dd=13&nav_id=465117), посећено: 3.1.2021.
- Б92. (2020). *О нама*, посећено: 1.05.2020. преузето са: [https://www.Б92.net/o\\_nama/index.php](https://www.Б92.net/o_nama/index.php)
- Вељановски, Р. (2014). Контроверзе медијске политике Србије. *Теме – часопис за друштвене науке*. Ниш: Универзитет у Нишу, 03:1297-1312.
- Владисављевић, Н. (2019). *Успон и пад демократије после петог октобра*. Београд: Архипелаг.
- Вучићевић, Д. (2010). Демократизација кроз изборе: изборни ауторитаризам у Србији. *Политичка ревија*, Београд: ФПН, стр. 1-28.
- Евгеньева, Т. В., Селезнева, А. В. (2013). *Психологија масовој политичкој комуникацији*. Москва: Издање московског универзитета.
- Каспэ С.И. (2009). Политическај нација и ценностниј избор: общије положења, рускиј случај, *Политија*, № 2., у Малинова О.Ю. (2010). Символическај политика и конструирање макрополитичкој идентичности в постсоветској Русији, *Полис*, № 2., С. 90-105.
- Малинова О.Ю. (2010). Символическај политика и конструирање макрополитичкој идентичности в постсоветској Русији, *Полис*, № 2., С. 90-105.
- Малинова, О.Ю. (2013). *Конструирање смислов: Исследовање символическој политики в современной Русији*. РАН. ИНИОН. Центр социалних науч. - информ. исслед. Отд. полит. науки. с. 5-56.
- Матић, Ј., Миливојевић, С. (2021). Три деценије изборне комуникације. *Како, кога и зашто смо бирали. Избори у Србији 1990–2020. године. Зборник радова са научне конференције „Избори у Србији 1990–2020“*. Факултет политичких наука, Институт за политичке студије, 9. и 10. децембар 2020, Београд, Београд: Институт за политичке студије и Службени гласник, стр. 347 -399.
- Миливојевић, С., Симоновић, Б., Јанковић, Б., Оташевић, Б. & Турањанин, В. (2014). *Млади и хулиганизам на спортским приредбама*. Београд: ОЕБС.
- Министарство за европске интеграције Републике Србије. (2015). *Годишњи извештаји Европске Комисије*, преузето са: [https://www.mei.gov.rs/upload/documents/eu\\_dokumenta/godisnji\\_izvestaji\\_ek\\_o\\_napretku/godinj\\_i\\_izvestaj\\_15\\_final.pdf](https://www.mei.gov.rs/upload/documents/eu_dokumenta/godisnji_izvestaji_ek_o_napretku/godinj_i_izvestaj_15_final.pdf), посећено: 1.11.2021. године.
- Министарство за европске интеграције Републике Србије (2021). *Споразум о стабилизацији и придруживању*, преузето са: <https://www.mei.gov.rs/srp/srbija-i-eu/sporazum-o-stabilizaciji-i-pridruzivanju/>, посећено: 21.3.2022.

Мучибабић, Д., Алексић, Д. (2016). Реконструкција решења у Савамали. Нелегални објекти нелегално и срушени. *Политика*, преузето са: <https://www.politika.rs/scc/clanak/354724/Nelegalni-objekti-nelegalno-i-sruseni>, посећено: 21.3.2022.

Омбудсман (2021). *Улога и функција*, преузето са: <https://www.ombudsman.rs/index.php/о-нама/улога-и-функција>, посећено: 9.11.2021.

Петровић Д., Буквић, Р. (2020). *Европа и мгрантско питање 2014-2020*. Београд: Институт за међународну политику и привреду.

Пинк. (2020). *О нама*, преузето: <http://www.rtvPink.com/компанија/>, посећено: 24.05.2020.

Повереник за информације од јавног значаја и заштиту података о личности (2021). *Надлежности повереника*, преузето са: <https://www.poverenik.rs/sr/%D0%B7%D0%B0%D1%88%D1%82%D0%B8%D1%82%D0%B0-%D0%BF%D0%BE%D0%B4%D0%B0%D1%82%D0%B0%D0%BA%D0%B0%D0%BE%D0%B2%D0%BB%D0%B0%D1%88%D1%9B%D0%B5%D1%9A%D0%B0-%D0%BF%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B0.html>, посећено: 9.11.2021.

Поцелуев, С. П. (1999). Символическая политика как инсценирование и эстетизация, *Полис*. Н:5, с. 62–76.

Поцелуев, С. П. (1999а). Символическая политика: Констелляция понятий для подхода к проблеме. *Полис*. Политические исследования, No 5, стр. 62.

Прва (2020). *Менаџмент ТВ Прва*, преузето са: <https://www.Prva.rs/menadzment-tv-Prva>, посећено: 24.05.2020.

Радио Телевизија Србије (РТС) (2020). *О јавном сервису*, посећено: 1.05.2020. године, преузето са: <https://www.rts.rs/page/rts/ci/javniservis.html>

Рогов, К. (2010). *Гипотеза трећег циклуса*. Москва: Pro et contra.

Станојевић, Д., Животић, Р. (2013). *Реторика и политика*. Београд: Јасен.

Тањуг. (2016). *Изабрана нова Влада РС*, преузето са: <https://www.srbija.gov.rs/vest/271024/izabrana-nova-vlada-republike-srbije.php>, посећено: 22.3.2020.

Aalberg, T., Strömbäck, J., de Vreese, C. H. (2011). The framing of politics as strategy and game: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*. 13(2). London: Sage, pg. 162–178.

Aaldering, L., Vliegenthart, R. (2016). Political leaders and the media. Can we measure political leadership images in newspapers using computer-assisted content analysis? *Qual Quant*, 50, pg. 1871–1905.

Abreu, A. A. (2015). Framing theory in communication research in Spain. Origins, development and current situation. *Revista Latina de Comunicación Social*. 70, pg. 423-450, преузето са: <http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1053/23en.html>, посећено: 21.05.2020.

Alink, F., Boin, R. A., 't Hart, P. (2001). Institutional crises and reforms in policy sectors: the case of refugee policy in Europe. *Journal of European Public Policy*. 8(2) pg. 286–306.

Altheide, D. (1977). *Creating Reality*. Beverly Hills, CA: Sage.

Anderson, J. (1983). *The architecture of cognition*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Anheier, H. K., Friedhelm N., Wolfgang V. (1998). Movement Cycles and the Nazi Party: Activities of the Munich NSDAP 1925–1930. *American Behavioral Science*, 41, pg. 1262–1281.

Anker, E. (2005) Villains, Victims and Heroes: Melodrama, Media, and September 11. *Journal of Communication*, pg. 22-37.

Ansolabehere, S., Behr, R., Iyengar, S. (1993). *The media game: American politics in the television age*. New York: Macmillan

Antoniades, A., Miskimmon, A., O'Loughlin, B. (2010). Great power politics and strategic narratives. *CGPE Working Papers Series NO. 7*. UK: Centre for the Global Political Economy University of Sussex Brighton.

Arendt, H. (1985). *Vita Activa*. München

Babcock, P. & Staff, M. W. E. (1961). *Webster's third new international dictionary of the English language*. London: Bell, u Branković, M. (2018). Konstrukcionizam kao medijska paradigma. *CM. Komunikacija i mediji*. Beograd: Fakultet političkih nauka, Br 42, vol. 13, str. 133-156.

Balunović, A. (2018). *Politički diskurs i izbjeglička kriza*. Rijeka: Sveučilište u Rijeci, Filozofski fakultet.

Bandović, M. Š., Čodanović, N. (2021). Savamala, državni projekat rušenja pravne države. *Istionomer*. Analize. preuzeto sa: <https://www.istinomer.rs/analize/savamala-drzavni-projekat-rusenja-pravne-drzave/>, posećeno: 1.12.2021.

Baran, S. J., Davis, D. K. (2012). *Mass communication theory. Foundations, Ferment, Future*. Boston: Wadsworth Ltd.

Bartholomé, G., Lecheler, S., de Vreese, C. H. (2018). Towards A Typology of Conflict Frames. *Journalism Studies*. 19:12, pg. 1689-1711.

Barton, L. (2001). *Crisis in organizations II*. Cincinnati: College Division South-Western.

Bateson, G. (1955). *A Theory of Play and Phantasy. Steps to an Ecology of Mind*. New York: Ballantine. pp. 177-193.

Baum, M. A., Potter, P. B. K. (2008). The Relationship between Mass Media, Public Opinion, and Foreign Policy: Toward a Theoretical Synthesis. *Annual Review of Political Science*. No.11, pg. 39-65.

Beck, U. (1992). *Risk Society: Towards a New Modernity*. New Delhi: Sage.

Behr, R. L., Iyengar, S. (1985). Television news, real-world cues, and changes in the public agenda. *Public Opinion Quarterly*, 49, pg. 38-57.

Bennett, W. L. (2000). Introduction: Communication and civic engagement in comparative perspective. *Political Communication*. 17, pp. 307-312.

Bennett, W. L. (2004). Gatekeeping and Press-Government Relations: A Multigated Model of News Construction, in Kaid, L. L. (eds.). *Handbook of Political Communication Research*. New Jersey, London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, pg. 283-311.

Benford, R. D., Hunt, S. A. (1992). Dramaturgy and Social Movements: The Social Construction and Communication of Power. *Sociological Inquiry*, 62(1), pp. 36-55.

Benford, R. D., Snow, D. A. (2000). Framing processes and social movements: An overview and assessment. *Annual Review of Sociology*, 26, pg. 611-639.

Beogradski centar za ljudska prava (2010). Ljudska prava u Srbiji 2010: parvo, praksa i međunarodni standardi ljudskih parava. *Izveštaji*. Beograd: BCHR.

Beogradski centar za ljudska prava (2016). Ljudska prava u Srbiji 2015: parvo, praksa i međunarodni standardi ljudskih parava. *Izveštaji*. Beograd: BCHR.

Beogradski centar za ljudska prava (2017). Ljudska prava u Srbiji 2016: parvo, praksa i međunarodni standardi ljudskih parava. *Izveštaji*. Beograd: BCHR

Beogradski fond za političku izuzetnost (2016). *Pogled preko horizonta: Suočavanje sa izbegličkom i migrantskom krizom*. Beograd: BFPE, OSCE, Fondacija za otvoreno društvo.

Benoit, W. L., Steen, K. A., Hansen, G. J (2005). New York Times coverage of presidential campaigns. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 82(2), pg. 356-376.

Benson, R., Hallin, D. C. (2007). How States, Markets and Globalization Shape the News the French and US National Press 1965-1997. *European Journal of Communication*. 22(1), pp. 27-48.

Ber, V. (2001). *Uvod u socijalni konstrukcionizam*. Beograd: Zepter book world.

Berbrier, M. (1998). Half the battle: cultural resonance, framing processes and ethnic affections in contemporary white separatists rhetoric. *Social Problems*, 45, pp. 431- 450.

Berger, P. & Luckman, T. (1992). *Socijalna konstrukcija zbilje*. Zagreb: Naprijed.

Beta. (2017). *Istraživanje: Pad slobode izražavanja u Srbiji odraz nazadovanja demokratije*, dostupno na: <https://beta.rs/vesti/drustvo-vesti-srbija/78910-istrazivanje-pad-slobode-izrazavanja-u-srbiji-odraz-nazadovanja-demo>, posećeno: 23.12.2020.

- Beta. (2018). *TIEX: Mediji u Srbiji pod stalnim pritiskom vlasti*, Dostupno na: <https://beta.rs/vesti/drustvo-vesti-srbija/76021-taix-mediji-u-srbiji-pod-stalnim-pritiskom-vlasti>, posećeno: 23.12.2020.
- Birkland, T. A. (2006). *Lessons of Disaster: Policy change after catastrophic events*, Washington, DC: Georgetown University Press.
- Blic. (2016). *Slučaj savamala. Tužilaštvo naložilo policiji da istraži rušenje objekata u Hercegovačkoj*, od: Tanjug, preuzeto sa: <https://www.blic.rs/vesti/hronika/slucaj-savamala-tuzilastvo-nalozilo-policiji-da-istrazi-rusenje-objekata-u/161bkkw>, posećeno 21.3.2020.
- Blumler, J., Katz, E. (1974). *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*. Beverly Hills & London: Sage Publications.
- Blumler, J. G., Gurevitch, M. (1982). The political effects of mass communication, in Gurevitch, M., Bennett, T., Curran, J., Woollacott, J. (EDT) *Culture, society and the media*. London: Routledge, pp. 232-265.
- Blumler, J. G., McLeod, J. M., Rosengren, K. E. (1992). An introduction to comparative communication research, In Blumler, J. G., McLeod, J. M., Rosengren, K. E. (Eds.) *Comparatively speaking: Communication and culture across space and time*. Newbury Park, CA: Sage. pp. 3–18.
- Bobić, M., Šantić, D. (2018). Sigurnost EU vs. sigurnosti migranata: Srbija na Balkanskoj migracijskoj ruti. *Forum za sigurnosne studije*. Beograd: Institut za sociološka istraživanja Filozofskog fakulteta, god. 2, br. 2, str 219 – 246.
- Bogdanović, M. (2012). Kako sam napravila Prajd. *Optimist*. No. 8, str. 50–53, preuzeto sa: <http://www.optimist.rs/optimist-008-septembar-oktobar-2012/>, posećeno: 20. 1. 2021.
- Bodrijar, Ž. (1991). *Simulakrum i simulacija*. Novi Sad: Svetovi.
- Boin, A., 't Hart, P., Stern, E., Sundelius, B. (2005). *The Politics of Crisis Management: Public leadership under pressure*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Boin, A., 't Hart, P., McConnell, A. (2009). Crisis exploitation: political and policy impacts of framing contests. *Journal of European Public Policy*, 16:1, pg. 81-106
- Borah, P. (2015). Media Effects Theory. *The International Encyclopedia of Political Communication*, edited by Mazzoleni, G., UK: JohnWiley & Sons Inc., First Edition. pp. 1-12.
- Brändström, A., Kuipers, S. (2003). From “normal incidents” to political crises: understanding the selective politicization of policy failures. *Government and Opposition*, vol. 38, no. 3, pp. 279–305.
- Branković, M. (2018). Kontrukcionizam kao medijska paradigma. *CM. Komunikacija i mediji*. Beograd: Fakultet političkih nauka. Br 42, vol. 13, str. 133-156.
- Breton, F. (2000). *Izmanipulisana reč*. Beograd: Clio.
- Birkland, T.A. (2005). *An Introduction to the Policy Process: Theories, Concepts and Models of Public Policy Making*. NY: M. E. Sharp.
- Brubaker, R., Cooper, F. (2000). Beyond Identity. *Theory and Society*, Vol. 29, No. 1, Springer Stable pp. 1-47., preuzeto as: <http://www.jstor.org/stable/3108478>, posećeno: 24.05.2020.
- Bruner, J. S. (1990). *Acts of Meaning*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Brysk, A. (1995). Hearts and minds: bringing symbolic politics back in. *Polity*. Palgrave Macmillan. Vol. 27, N 4., pp. 559–585.
- Butler, J. (2011) *Bodies in alliance and the politics of the street*. European institute for progressive politics. Available at: <http://www.eipcp.net/transversal/1011/butler/en>. Posećeno: 23.2.2022.
- Calhoun, C. (2007). *Nations Matter. Culture, History, and the Cosmopolitan Dream*. London: Routledge.
- Callaghan, K., Schnell, F. (2001). Assessing the democratic debate: How the news media frame elite policy discourse. *Political Communication*, 18, pg.183–213.
- Canel, M. J., Sanders, K. (2010). Crisis Communication and Terrorist Attacks: Framing a Response to the 2004 Madrid Bombings and 2005 London Bombings, in Coombs, W. T., Holladay S. J. (eds). *The Handbook of Crisis Communication*. Oxford: Blackwell.



CAPF (2007). *Campaign Finance and corruption A Monitoring Report on Campaign Finance in the 2007 General Election*. Nairobi: Coalition for Accountable political Financing, in Kastels, M. (2014). *Moć komunikacija*. Beograd: Clio.

Cappella, J. N., Jamieson, K. H. (1997). *Spiral of cynicism. The press and the public good*. New York: Oxford University Press.

Car, V. (2010). Politika i političari: glavna tema, i glavni junaci televizijskih vijesti. *Anali Hrvatskog politološkog društva: časopis za politologiju*. Zagreb: Fakultet političkih znanosti Sveučilište u Zagrebu, Izvorni znanstveni rad, Vol. 7. No. 1, str. 193-212.

Carothers, T. (2002). The End of the Transition Paradigm. *Journal of Democracy*, 13 (1): 5–21.

Chaiken, S. (1980). Heuristic Versus Systematic Information Processing and the Use of Source Versus Message Cues in Persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*. Vol. 39, No. 5, pg. 752-766.

Chaiken, S., Liberman, A., & Eagly, A. (1989). Heuristic and systematic processing within and beyond the persuasion context, in J. S. Veelman & J. A. Bargh (Eds.) *Unintended Thought*. New York: Guilford: 212–252.

Chong, D., Druckman, J. N. (2007). A Theory of Framing and Opinion Formation in Competitive Elite Environments. *Journal of Communication*. No.57, International Communication Association, pp. 99–118.

Cobb, R. A., Elder, C. D. (1972). *Participation in American politics: The dynamics of agenda-building*. Boston: Allyn & Bacon.

Cohen, J.E. (1999). *Presidential Responsiveness and Public Policy-Making: The Public and the Policies That Presidents Choose*. Ann Arbor: University of Michigan Press.

Connolly-Ahern, C., Broadway, S.C. (2008). To Booze or No to Booze. *Newspaper Coverage of Foetal Alcohol Spectrum Disorders*. *Science Communication*, pp. 366-370.

Cook, T. E. (1996). Afterword: Political values and production values. *Political Communication*, 13, pp. 469–481.

Coombs, W. T., Holladay, S. J. (1996). Communication and attribution in a crisis experimental study in crisis communication. *Journal of Public Relations Research*, 10, pg. 177–191.

Coombs, W. T. (1999). Information and compassion in crisis responses: A test of their effects. *Journal of Public Relations Research*, 11(2): 125–142.

Coombs, W. T., Holladay, S. J. (2002). Helping crisis managers protect reputational assets: Initial tests of the situational crisis communication theory. *Management Communication Quarterly*, 16, pg. 165–186.

Coombs, W. T. (2004). Impact of past crises on current crisis communications: Insights from Situational Crisis Communication Theory, *Journal of Business Communication*, 41, pg. 265–289.

Coombs, W. T. (2007). *Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding* (2nd ed). Thousand Oaks, CA: Sage.

Coombs, W. T. (2010). Parameters for crisis communication, in W. T. Coombs & S. J. Holladay (Eds.) *The handbook of crisis communication*. Chichester: Wiley-Blackwell. pp. 17-53.

Coombs, W. T., Holladay S. J. (2010). Examining the Effects of Mutability and Framing on Perceptions of Human Error and Technical Error Crises: Implications for Situational Crisis Communication”, in Coombs, W. T., Holladay S. J. *The Handbook of Crisis Communication*. Oxford: Blackwell.

Culbert, S. A., McDonough, J. J. (1990). The concept of framing as a basis for understanding a blind spot in the way managers wield power, in Massarick, F. (Ed.). *Advances in an organization development*, Vol. 1, Norwood, NJ: Ablex, pp. 57-82.

Goldstein, J., Keohane, R. O. (1993). *Ideas and Foreign Policy: Beliefs, Institutions and Policy Change*. Ithaca: Cornell University Press

Danas (2000). *Fridom haus: Ni Srbija ni Crna Gora više nisu među demokratijama*, preuzeto sa: <https://www.danas.rs/politika/fridom-haus-ni-srbija-ni-crna-gora-vise-nisu-medju-demokratijama/>, posećeno: 22.09.2020.

- D'Angelo, P. (2002). News Framing as a Multiparadigmatic Research Program: A Response to Entman. *Journal of Communication*, 52(4), pg. 870 – 888.
- D'Angelo, P., Kuypers, J. A. (2010). *Doing News Framing Analysis: Empirical and Theoretical Perspectives*. New York: Routledge.
- D'Angelo, P. (2017). Framing: Media Frames. *The International Encyclopedia of media effects*, pp. 1-10, preuzeto sa: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/9781118783764.wbieme0048>, posećeno: 21.1.2019.
- Deephouse, D. L. (2000). Media reputation as a strategic resource: An integration of mass communication and resource-based theories. *Journal of Management*, 26, pg. 1091–1112.
- Denzin, N. (1989). *Interpretive Biography*. Newbury Park, CA: Sage.
- Dershowitz, A. M. (1994). *The abuse excuse: And other copouts, sob stories, and evasions of responsibility*. Boston: Little, Brown.
- de Vreese, C. H. (2005). News framing: Theory and typology. *International design journal – Document design*, 13(1), John Benjamins Publishing Company, pp. 51-62.
- de Vreese, C. H. (2014). *Mediatization of News: The Role of Journalistic Framing. Mediatization of Politics*. Palgrave Macmillan Publishers Limited, pg. 137-155.
- Dražković, B. (2012). Vizuelno predstavljanje glavnih aktera siromaštva u Srbiji: semiotička analiza televizijske slike i fotografije u medijskim tekstovima. *Godišnjak filozofskog fakulteta*, Novi Sad: Filozofski fakultet Univerziteta u Novom Sadu. str. 269-284.
- Druckman, J. N. (2001). On the limits of framing effects: Who can frame. *Journal of Politics*, 63, pp. 1041–1066.
- Državna revizorska institucija (2014). *Nezavisna nadzorna tela Republike Srbije*, preuzeto sa: [https://www.dri.rs/upload/documents/Publikacije/2014-06-19%20JRG%20Nezavisna%20nadzorna%20tela%20RS%20\(sr\).pdf](https://www.dri.rs/upload/documents/Publikacije/2014-06-19%20JRG%20Nezavisna%20nadzorna%20tela%20RS%20(sr).pdf), posećeno: 22.3.2022.
- Dunwoody, S. (1992). The media and public perceptions of risk: How journalists frame risk stories, In Bromley, D. W., Segerson, K. (Eds.). *The social response to environmental risk. Policy formulation in an age of uncertainty*. Boston: Kluwe, pp. 75-100.
- Đurović, J. (2021). Izveštaj Reportera bez granica: U Srbiji novinari skoro svakodnevno na meti vlasti, *Voice of America*, preuzeto sa: <https://www.glasamerike.net/a/reporteri-bez-granica-godi%20A1nji-indeks-slobode-medija/5859737.html>, posećeno 11.4.2022.
- ECPMF (2021). *Medijske slobode i bezbednost novinara u Srbiji. Sloboda medija brz odgovor izveštaj Misije*. London: Article 19, preuzeto sa: <https://www.ecpmf.eu/wp-content/uploads/2021/05/Mission-Report-Serbia-SERB.pdf>, posećeno: 20.4.2021.
- Edelman, M. (1964). *The Symbolic Uses of Politics*. Urbana: University of Illinois Press.
- Edelman M. (1971). *Politics as symbolic action. mass arousal and quiescence*. Chicago: Markham Publishing Company
- Edelman, M. J. (1993). Contestable categories and public opinion. *Political Communication*, 10, pg. 231–242.
- EIU, Economist Intelligence Unit. (2016). *Democracy Index 2015: Democracy in an age of anxiety*, preuzeto sa: <https://www.yabiladi.com/img/content/EIU-Democracy-Index-2015.pdf>, posećeno: 22.09.2020.
- Entman, R. M. (1989). *Democracy without citizens: Media and the decay of American politics*. New York: Oxford University Press.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward a clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43, pp. 51–58.
- Entman, R. M., Page, B. (1994). The news before the storm: The Iraq War debate and the limits to media independence, In W. L. Bennett & D. Paletz (Eds). *Taken by Storm: The media, public opinion, and U.S. foreign policy in the Gulf War*. Chicago: University of Chicago Press. pp. 82–103.
- Entman, R. M. (2003). Cascading Activation: Contesting the White House's Frame After 9/11. *Political Communication*, 20, pp. 415–432.

- Entman, R.M. (2007). Framing Bias: Media in the Distribution of Power. *Journal of Communications*, 57(1), pp. 163 – 173.
- Entman, R. M., Matthes, J., Pellicano, L. (2009). Nature, sources, and effects of news framing, In Wahl-Jorgensen, K., Hanitzsch, T. (Eds.). *The handbook of journalism studies*. NY: Routledge. pp. 175-190.
- Entman, R. M. (2010). Framing Media Power, in D'Angelo, P., Kuypers, J. A. *Doing News Framing Analysis: Empirical and Theoretical Perspectives*. New York: Routledge., pp. 331-355.
- Esser, F., Reinmann, C., Fan, D (2000). Spin Doctoring in British and German Election Campaigns: How the Press is Being Confronted with a New Quality of Political PR. *European Journal of Communication*. 15(2). pg 209-239.
- Esser, F. (2008). Dimensions of Political News Cultures: Sound Bite and Image Bite News in France, Germany, Great Britain, and the United States. *The International Journal of Press/Politics*. 13 (4), pp. 401–428.
- Esser, F., Umbricht, A. (2014). The evolution of objective and interpretative journalism in the western press: Comparing six news systems since the 1960s. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 91(2), pg. 229–249.
- Fairhurst, G. T. (2011). *The Power of Framing Creating the Language of Leadership*, San Francisco, CA: Jossey-Bass A Wiley Imprint.
- Falasca, K. (2014). Framing the Financial Crisis: An unexpected interaction between the government and the press. *Observatorio. The financial crisis, confidence and expectations - a crisis communication case study of the interaction between the authorities, the media and the citizens*, 8(1): pg. 1-21.
- Fallows, J. (1997). *Breaking the News*. New York: Vintage
- Fearn-Banks, K. (2007). *Crisis Communications: A case book approach*, 3rd edition, Mahwah, NY: Lawrence Erlbaum.
- Fishman, J. A. (1977). *Advances in the creation and revision of writing systems*. The Hague: Mouton.
- Foa, M. (2017). *Gospodari medija*. Beograd: Clio.
- Fond za humanitarno parvo (2021). *Politika sećanja na ratove devedesetih u Srbiji: Istorijski revizionizam i izazovi memorijalizacije*. Beograd: Instant System.
- Frameworks Institute (2020). *Communications Jobs of 12 Frame Elements*, Preuzeto sa: [https://www.frameworksinstitute.org/assets/files/PDF/comms\\_jobs.pdf](https://www.frameworksinstitute.org/assets/files/PDF/comms_jobs.pdf), posećeno: 27.05.2020.
- Freedman, L. (2006). Networks, culture and narratives. *Adelphi Papers Series*, 45:379, pp.11-26. Available at: <http://dx.doi.org/10.1080/05679320600661640>
- Freedom House (2010)., *Report. Serbia*, preuzeto sa: [https://freedomhouse.org/sites/default/files/23.%20NIT10\\_Serbia\\_final.pdf](https://freedomhouse.org/sites/default/files/23.%20NIT10_Serbia_final.pdf), posećeno: 26.12.2020.
- Freedom House (2016). *World freedom: Serbia*, preuzeto sa: <https://freedomhouse.org/country/serbia/freedom-world/2016>, posećeno:15.06.2021.
- Freedom House (2020). *World freedom: Serbia*, preuzeto sa: <https://freedomhouse.org/country/serbia/freedom-world/2020>, posećeno:15.04.2021.
- Friedman, M. (2002). *Everyday crisis management: How to think like an emergency physician*. Naperville, IL: First Decision Press.
- Frontex (2016). *General Report 2015*. posećeno: 22.3.2021, Preuzeto sa: <https://prd.frontex.europa.eu/?form-fields%5Bsearch%5D=report%202015&form-fields%5Bdate-from%5D&form-fields%5Bdate-to%5D&form-fields%5Boffset%5D=0&form-fields%5Bform-post-id%5D=N2RmODZIZjIYzU0ZWVjYmE3MjBIZmRlYjhiMTRNVFk0T0E9PTQyOTkzMzcwNTU3NWVlODZlZTQ2ZDlmMGQ4MDA5ODkwNDI1MjJmNWFhNTM3Njk5NTY3&form-fields%5Bmodule-post-id%5D=NGRINzIxNjY0YzFmYTkwNTdmMDA0MWY3MwVjYmIzN2VNemt3TVE9PTk1NTA2Njk1MTI4MTNiMmFjMjRlYjgyM2I3NjY5ZDFhZDRkYTgzM2QyMzgzNDI1MDA2>,
- Fuko, M. (2007). *Poredak diskursa*. Loznica: Karpos.

Galtung, J., Rouge, M. H. (1965). The structure of foreign news. The presentation of Congo, Cuba and Cyprus cases in four Norwegian newspapers. *Journal of Peace Research*, 2, pp. 64-91., in u Zerfass, A., Radojković, M. *Menadžment političke komunikacije: osnove i koncepti*. Beograd: Konrad Adenauer Stiftung, str- 11-26.

Gamson, W. A., Modigliani, A. (1987). The changing culture of affirmative action. *Research in Political Sociology*, 3, pg.137–177.

Gamson, W. (1988). The 1987 distinguished lecture: A constructionist approach to mass media and public opinion. *Symbolic Interaction*, 11(2), pg. 161–174.

Gamson, W. A., Modigliani, A. (1989). Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach. *American Journal of Sociology*, 95, pg. 1–37.

Gamson, W. A. (1992). *Talking politics*. New York: Cambridge University Press.

Gamson, W. A. (1995). Constructing Social Protest, in Johnston, H., Klandermans, B. (ed.). *Social Movements and Culture*. London: Routledge. pg. 85–106.

Garfinkel, H. (1967). *Studies in Ethnomethodology*. NJ: Prentice-Hall.

Garnett, J. L., Kouzmin, A. (2007). Communicating throughout Katrina: Competing and complementary conceptual lenses on crisis communication, *Public Administration Review*, 67.

Gej lezbejski info centar (GLIC) (2010). *Saopštenje od 10. septembra 2010*, dostupno na <http://gayecho.com/glic/?p=187>, posećeno: 21.12.2010.

Gergen, K., Gergen, M. (2006). *Socijalna konstrukcija: ulazak u dijalog*. Beograd: Zepter Book World.

Gitlin, T. (1980). *The Whole World is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left*, Berkley: University of California Press.

Glasgow University Media Group (1976). *Bad news*. London: Routledge & Kegan Paul.

Gligorijević, J. (2010). Teror nad Srbijom. Parada Ponosa 2010. *Vreme*, Br. 1032. preuzeto sa: <https://www.vreme.com/cms/view.php?id=955024>, posećeno: 3.1.2021.

Goodman, N. (1984). *Of mind and other matters*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Goffman, E. (1959). *The presentation of Self in Everyday Life*. NY: Doubleday.

Goffman, E. (1974). *Frame Analysis*, Boston: Northeastern University Press.

Goldhaber, M. (1997). *The attention economy and the net*. *First Monday*, 2(4).

Graber, D. A. (1980). *Mass Media and American Politics*. Washington, DC: Congressional Quarterly Press.

Greenberg, J. (2014). *After the revolution: Youth, democracy and the politics of disappointment in Serbia*. Palo Alto: Stanford University Press.

Grunig, J. E., Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. New York: Holt.

Gej-strej Alijansa (GSA), CESID (2010). Predrasude na videlo. Homofobija u Srbiji 2010. preuzeto sa: <http://www.gsa.org.rs/izvestaji/Istrazivanje-Predrasude-Na-Videlo-2010-GSA.pdf>, posećeno: 20.3.2020.

Gurevitch, M., Bennett, T., Curran, J., Woollacott, J. (1982). *Culture, society and the media*. London: Routledge.

Habermas, J. (1976). *Communication and the Evolution of Society*. UK: Thomas McCarthy.

Hall, P. A. (1993). Policy paradigms, social learning and the state: the case of economic policymaking in Britain. *Comparative Politics*, 35(3), pg. 275–96.

Hall, S. (1981). Encoding/Decoding in Television Discourse, in Hall, S., Hobson, D., Lowe, A., Willis, P. (ed) *Culture, Media, Language*, London: Hutchinson.

Hall, S. (1982). The Rediscovery of 'Ideology: The Return of the Repressed in Media Studies, in Gurevitch, M., Bennett, T., Curran, J., Woollacott, J. (ed.) *Culture, Society and the Media*, London: Methuen.

Hall, S. (1997). The Work of Representation, In Hall, S. (ed.), *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage. pp. 13–64.

Hall, S. (1997a). The centrality of culture: notes on the cultural revolutions of our time, u Thompson, K. (ed.), *Media and Cultural Regulation*. London: Open University.

- Hallahan, K. (1999). Seven Models of Framing: Implications for Public Relations. *Journal of Public Relations Research*. 11:3, pg. 205-242.
- Hallahan, K. (2008). Strategic Framing. *International Encyclopedia of Communication*, London: Blackwell.
- Halliday, J., Jansen, S., Schneider, J. (1992). Framing the Crisis in Eastern Europe, in Raboy, M., Dagenais, B. (eds), *Media, Crisis and Democracy*, London: Sage Publications, u Milivojević, S. (2015). *Mediji, ideologija i kultura*. Beograd: Pešćanik: Fabrika knjiga.
- Hallin, D. C. (1994). *We keep America on top of the world*. New York: Routledge.
- Hänggli, R., Kriesi, H. (2010). Political Framing Strategies and Their Impact on Media Framing in a Swiss direct-democratic Campaign. *Political Communication*. 27 (2), pp. 141–157.
- Hertog, J. K., McLeod, D. M. (2001). A multiperspectival approach to framing analysis: A field guide, in Reese, S. D., Gandy, O.H., Grant, A. E. (Ed.) *Framing public life*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum. pp. 139–162.
- Hopstad, B. (2011). *The Russian media under Putin and Medvedev: Controlled media in an authoritarian system*. Trondheim: NTNU.
- Hudson, D., Martin, M. (2010). Narratives of neoliberalism. The role of everyday media practices and the reproduction of dominant ideas, in Gofas A., Hay, C. (eds.) *The role of ideas in political analysis. A portrait of contemporary*. NY: Routledge, pp. 97–117.
- IAA, *Zakon o radiodifuziji*, 2002. preuzeto sa: <http://www.iaa.rs/assets/ZAKON-O-RADIODIFUZIJI.pdf>, posećeno: 30.02.2021.
- Index of censorship (2015). *The report*, preuzeto sa: <https://www.indexoncensorship.org/>
- Irwin, G. A., van Holsteyn, J. J. M. (2008). What are they waiting for? Strategic information for the late deciding voters. *International Journal of Public Opinion Research*. 20(4), pg. 483–493.
- Isaković, Z. (1991). *Uvod u propagandu*, Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
- Iyengar, S. & Kinder, D. (1987). *News that matters: Television and American opinion*. IL: University of Chicago Press.
- Iyengar, S. (1991). *Is anyone responsible? How television frames political issues*. IL: University of Chicago Press.
- Iyengar, S, Norpoth, H., Hahn, K. S (2004). Consumer demand for election news: The horserace sells. *Journal of Politics*. 66(1), pg. 157–175.
- Jensen, K. B. (1990). „The Politics of Polysemy: Television News, Everyday Consciousness and Political Action”. *Media Culture Society*. 12 (1), pg. 57-77.
- Jensen, S., Sabo, D. (1994). The sport-war metaphor: Hegemonic masculinity, the Persian Gulf War, and the new world order. *Sociology of Sport Journal*, 11 (1), pg. 1-17.
- Jovanović, M. (2008). Konsolidacija, principi „slobodnih i fer“ izbora i ustavni dizajn, u Pavlović D. (2008). *Konsolidacija demokratskih ustanova u Srbiji: godinu dana posle*. Beograd: Službeni glasnik, crp. 55-76.
- Jovanović, M. (2013). Parlamentarni izbori u Srbiji 2012. godine – rezultati i političke posledice, u: Jovanović, M., Vučićević, D. (ur.): *Izbori u Srbiji 2012. godine: (Ne)očekivana promena*. Beograd: Institut za političke studije, str. 9-30.
- Jovićević, B. (2017). Reporteri bez granica: Mediji pod prijetnjom i na Zapadu kao i u diktaturama. *Radio Slobodna Evropa*, preuzeto sa: <https://www.slobodnaevropa.org/a/mediji-na-zapadu-pod-prijetnjama/28451624.html>, posećeno: 21.3.2022.
- Juhász, A., Hunyadi, B., Zgut, E. (2015). *Focus on Hungary: Refugees, Asylum and Migration*. Prague: Heinrich-Böll-Stiftung.
- Just, M., Crigler, A., Buhr, T. (1999). Voice, substance, and cynicism in presidential campaign media. *Political Communication*. 16(1), pg. 25–44.
- Kahneman, D., Tversky, A. (1979). Prospect theory—Analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47(2), pg. 263–291.
- Kahneman, D., Tversky, A. (1984). Choices, values, and frames. *American Psychologist*, 39(4), pg. 341–350.

Kahneman, D. (2003). Maps of bounded rationality: A perspective on intuitive judgment and choice. In Frängsmyr, T. (Ed.), *Les Prix Nobel: The Nobel Prizes 2002*. Stockholm: Nobel Foundation. pg. 449–489.

Kajinić, S. (2003). *Iskustva lezbijki na beogradskom Pride-u 2001. godine i zagrebačkom Pride-u 2002. godine*. MA Thesis, Central European University.

Kallius, A., Monterescu, D. & Rajaram, P.K. (2016) Immobilizing mobility: Border ethnography, illiberal democracy, and the politics of the „refugee crisis” in Hungary. *American Ethnologist*, 43(1), 25–37.

Kalvas, F., Váně, J., Štípková, M., Kreidl, M. (2011). Framing and Agenda-Setting: Two Parallel Processes in Interaction. *WAPOR Annual Conference 2011*, Amsterdam, preuzeto sa: [https://www.academia.edu/414143/FRAMING\\_AND\\_AGENDA-SETTING\\_TWO\\_PARALLEL\\_PROCESSES\\_IN\\_INTERACTION](https://www.academia.edu/414143/FRAMING_AND_AGENDA-SETTING_TWO_PARALLEL_PROCESSES_IN_INTERACTION), posećeno: 20.05.2020.

Kasperek, B. (2016) Routes, corridors, and spaces of exception: Governing migration and Europe. *Near futures online*, 1(1), pg. 14.

Kastels, M. (2014). *Moć komunikacija*. Beograd: Clio, str. 234-311.

Keeler, J. (1993) Opening the window for reform: mandates, crises, and extraordinary policy-making. *Comparative Political Studies*, 25(1), pg. 433–486.

Kedar, O. (2009). *Voting for Policy, Not Party. How Voters Compensate for Power Sharing*. Cambridge: Cambridge University Press.

Kelner, D. (2004). *Medijska kultura*, Beograd: Clio.

KIRS (2017). *Migracioni profil Republike Srbije 2016*. Beograd: KIRS.

Klačar, B. (2020). *Analiza okvira poruka u političkom oglašavanju na televiziji u kampanjama za parlamentarne izbore u Srbiji od 2000. do 2016. godine*. Beograd: Fakultet političkih nauka

Klapper, J. (1960). *The effects of mass communication*. NY: Free Press.

Klein, N. (2007). *The Shock Doctrine: The rise of disaster capitalism*, New York: Metropolitan Books.

Kin, Dž. (1995). *Mediji i demokratija*, Beograd: Filip Višnjić.

Kinder, D. R., Sanders, L. M. (1990). Mimicking political debate with survey questions: The case of White opinion on affirmative action for blacks. *Social Cognition*, 8(1), pp. 73-103.

Knežević, N. (2014). „Out and proud“: LGBT zajednica i politike posle 2000. godine. *Među nama. Neispričane priče gej i lezbejskih života*. (ur) Blagojević, J., Dimitrijević, O. Beograd: Heartefact Fond. str. 348-360.

Knežević, S. (2002). Uloga programa obuke BBC u transformaciji RTSa u javni servis, *CM časopis za komunikaciju i medije*, br. 22, VI, Beograd: Fakultet političkih nauka Univerziteta u Beogradu, str. 132-142.

Kovačević, D. (2014). Institucionalizacija partijskog sistema u Srbiji. *Politički život: Časopis za analizu politike*. Beograd: Univerzitet u Beogradu Fakultet političkih nauka, No.10., str. 63-72.

Kowalewski, D. (1980). The protest uses of symbolic politics: the mobilization functions of protesters' symbolic resources. *Social Science Quarterly*, Vol. 61, No. 1, USA: University of Texas Press Stable, pg. 95-113.

Kresi, H. (2011). Strateška politička komunikacija: uslovi i šanse mobilisaja javnog mnjenja – međunarodno poređenje, u Zeffass, A., Radojković, M. *Menadžment političke komunikacije: osnove i koncepti*. Beograd: Konrad Adenauer Stiftung, str. 11-26.

Kress, G., Hodge, R. (1979). *Language as ideology*. London: Routledge & Kegan Paul.

Krosnick, J., Kinder, D. R. (1990). Altering the foundations of support for the president through priming. *American Political Science Review*. 83: 497-512.

Krosnick, J. A., Brannon, L. A (1993). The impact of the Gulf War on the ingredients of presidential evaluations: Multidimensional effects of political involvement. *American Political Science Review*, 87: 963-75.

Krstić, A., Parry, K., Aiello, G. (2020). *Visualising the politics of appearance in times of democratisation: An analysis of the 2010 Belgrade Pride television coverage*. *European Journal of Cultural Studies*, Vol. 23(2). pg. 165–183.

Kunczik, M., Zipfel, A. (2006). *Gewalt und Medien. Ein Studienhandbuch*. Wien: Böhlau.

Langenbucher, W.R. (2010). Wie ein akademisches Fach Form und Format gewinnt (oder hätte gewinnen können!), in Reinemann, C., Stöber, R. (eds) *Wer die Vergangenheit kennt, hat eine Zukunft*. Köln: Halem, pg. 336–354.

Kuzmanovic-Jovanovic, A. (2011). Preserving the Integrity of National Identity: Metaphors for Kosovo in Serbian Political Discourse. *Proceedings of the Nineteenth Annual Symposium About Language and Society Texas Linguistics Forum*, April 15-17, 2011, Austin, 54, pg. 33-39.

Kymlicka, W. (2001). Western Political Theory and Ethnic Relations in Eastern Europe (eds.) Kymlicka W., Opalski M. *Can Liberal Pluralism be Exported? Western Political Theory and Ethnic Relations in Eastern Europe*. Oxford: Oxford University Press.

Labonte, M. (2013). *Human Rights and Humanitarian Norms, Strategic Framing, and Intervention Lessons for the responsibility to protect*. New York: Routledge.

Lakoff, G. (1996). *Moral politics: How liberals and conservatives think*. Chicago: University of Chicago Press.

Lang, G. E., Lang, K. (1981). Watergate: An exploration of the agenda-building process, In Wilhoit, G. C., De Bock, H. (Eds.). *Mass communication review yearbook*, Vol. 2, Beverly Hills, CA: Sage. pg. 447–468.

Langhamer, C. (2018) Who the hell are ordinary people? Ordinarity as a category of historical analysis. *Transactions of the Royal Historical Society*, 28. pg. 175-195.

Lavrakas, P. J., Traugott, M. W. (2000). Why election polls are important to a democracy: An American perspective, in Lavrakas P.J., Traugott M.W (ed) *Election Polls, the News Media, and Democracy*. New York: Seven Bridges Press, pg. 3–19.

Lawrence, R. G. (2000). Game-framing the issues: Tracking the strategy frame in public policy news. *Political Communication*. 17(2), pp. 93–114.

Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., Gaudet, H. (1948). *The people's choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign*. New York: Columbia University Press.

Lengauer, G., Esser, F., Berganza, R. (2011). Negativity in political news: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, 13(2), pg. 179–202.

Levitsky, S., Way, L. A. (2002). Elections without Democracy: The Rise of Competitive Authoritarianism. *Journal of Democracy*, 13 (2): 51–65.

Linström, M., Marais, W. (2012). Qualitative news frames analysis: a methodology. *Communitas*, 17, pp. 21-38.

Lindermüller, D., Sohn, M., Hirsch, B. (2021): Negative media reporting and its effects on performance information use in public spending, *Public Management Review*, DOI: 10.1080/14719037.2021.1882543, posećeno: 22.3.2021.

Lipsky, M. (1980). *Street-Level Bureaucracy: Dilemmas of the Individual in Public Services*. US: Russell Sage Foundation.

Lippmann, W. (1922). *Public opinion*, New York: Free Press.

Littlejohn, S. W., Foss, K. A. (2009). *Encyclopedia of communication theory*, California: SAGE Publications Inc.

Liu, J. H., Hilton, D. J. (2005). How the past weighs on the present: Social representations of history and their role in identity politics. *British Journal of Social Psychology*, 44(4), pg. 537–556.

Locke, J. (1966). *The Second Treatise of Government*. Oxford: Basil Blackwell.

Lončar, J. (2016). Stanje demokratije u Srbiji kroz prizmu izborne kampanje 2016. godine. *Stranke i javne politike*. Biblioteka: KAS POLITIKA. Beograd: Fondacija Konrad Adenauer, str. 49-68.

López, R. P., Mariño, V. M. (2009). Tendencias actuales en la investigación sobre framing: consolidación internacional y emergencia en la academia Española. *Investigar la comunicación. AEIC Congreso Internacional Fundacional*, in Abreu, A. A. (2015). Framing theory in communication research in Spain. Origins, development and current situation. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, pg. 423-450, preuzeto sa: <http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1053/23en.html>, posećeno: 21.05.2020.

- Lou, P. E. (2013). *Mediji i politički proces*. Beograd: Univerzitet u Beogradu, Fakultet političkih nauka.
- Luther, C., Zhou, X. (2005). Within the boundaries of politics: News framing of SARS in China and the United States. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 82, pg. 857–872.
- Lutovac, Z. (2016). Migracije i evropske integracije Srbije, *Stanovništvo*, 54(1): 41-63.
- Magliano, J. P., Dijkstra, K., Zwann, R. A. (1996). Generating predictive inferences while viewing a movie. *Discourse Processes*, 22, pg. 199–224.
- Mahoney, M. (1988). Constructive metatheory I: Basic features and historical foundations. *International Journal for Personal Construct Psychology*, 1, pg. 1-35
- Manheim, J. D. (1987). A model of agenda dynamics, In McLaughlin M. (Ed.). *Communication Yearbook*, Vol. 10, Thousand Oaks, CA: Sage, pg. 449-516.
- Margenau, H. (1987). *The miracle of existence*. Boston: Shambhala.
- Markman, A. B. (1999). *Knowledge Representation*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Matić, J. (2007). *Televizija protiv birača: TV prezentacija kampanja za parlamentarne izbore u Srbiji 1990-2000*. Beograd: IP Dobar naslov.
- Matić, J. (2014). *Servis građana ili servis vlasti: Pluralizam mišljenja u informativnom programu javnog TV servisa u Srbiji*, Beograd: Dobar naslov.
- Matić, J. (2018). Medijska politika vlasti SNS-a u Srbiji 2014-2018. godine, *Zbornik u čast prof. dr Dubravki Valić Nedeljković Mediji Balkana*. Novi Sad: Filozofski fakultet Univerziteta u Novom Sadu, str. 53-71.
- Maturana, H. & Varela, F. (1980). *Autopoiesis and cognition*. Dodrecht: Reidel, u Sojanov, D. (2001). Konstruktivistički pogled na svet: Predstavljanje jedne paradigme. *Psihologija*. 1-2, str. 9-48.
- McCombs, M. E., Shaw, D. L. (1972). *The agenda-setting function of mass media*. *Public Opinion Quarterly*, 36, pg. 176–187.
- McCombs, M., & Ghanem, S. I. (2001). The convergence of agenda-setting and framing. in Reese, S. D., Gandy, O., Grant A. E. (Eds). *Framing public life*. NJ: Erlbaum. pp. 67–82.
- McLeod, D. M., Kosicki, G. M., McLeod, J. M. (2009). Political communication effects, in Bryant, J., Oliver, M. B. (EDT). *Media Effects. Advances in Theory and Research*. Third Edition, New York: Routledge, pg. 228-243.
- McMenamin, I., Flynn, R., O'Malley, E., et al. (2012). Commercialism and election framing: A content analysis of twelve newspapers in the 2011 Irish general election. *The International Journal of Press/Politics*, 18(2), pg. 167–187.
- McQuail, D. (2000). *McQuail's Mass Communication Theory*. 4th edition. London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage Publications.
- Mek Kvin, D. (2000). *Televizija*. Beograd: Clio.
- Milinkov, S, Strika, Z. (2018). Više od fudbala: izveštavanje medija o učešću reprezentacije Srbije na Svetskom fudbalskom prvenstvu 2018. godine. *CM Komunikacija i mediji*, Beograd: FPN, 44: 93-116.
- Milivojević, S., Matić, J. (1993). *Ekranizacija izbora: TV prezentacija izborne kampanje 92. U Srbiji*. Beograd: Vreme knjige
- Milivojević, S. (2008). Promocija umjesto informacije: mediji i predsjednički izbori u Srbiji 2008. *Medijsko istraživanje*, 14, No. 2, str. 35-60.
- Milivojević, S. (2009). Javnost i ideološki efekti medija. *Reč*, Beograd, str. 1151-2017, preuzeto sa: <https://pecanik.net/javnost-i-ideoloski-efekti-medija/>, poslednji put posećeno: 15.02.2019.
- Milivojević, S. (2015). *Mediji, ideologija i kultura*. Beograd: Peščanik: Fabrika knjiga.
- Mill, J. S. (1986). *On Liberty*. NY: Prometheus Book
- Milošević, M. (2008). Vlada Mirka Cvetkovića – šta čeka novu Vladu. *Vreme*. Beograd. Br.914, preuzeto sa: <https://www.vreme.com/cms/view.php?id=648710>, posećeno: 26.12.2020.



Milošević, M., Dokumentacioni centar Vremena (2010). Godina naših jubileja u kojoj su zabranili pušenje. *Vreme*. Beograd. Br. 1043-1044. , preuzeto sa: <https://www.vreme.com/cms/view.php?id=969784>, posećeno: 26.12.2020.

Mimica, A. (Ed.) (2002). *Druga Srbija - deset godina posle: 1992–2002*. Beograd: Helsinški odbor za ljudska prava u Srbiji.

Miskimmon, A. O'Loughlin, B., Roselle L. (2017). *Forging the World: Strategic Narratives and International Relations*. Ann Arbor: University of Michigan Press, preuzeto a: [www.jstor.org/stable/10.3998/mpub.6504652](http://www.jstor.org/stable/10.3998/mpub.6504652), pristupila: 24.05.2020.

Mitić, A. (2016). *Integracija tehnika onlajn medija u strateške komunikacione projekte*. Beograd: Fakultet političkih nauka.

Molotch, H. L., Lester, M. (1974). News as Purposive Behavior. *American Sociological Review*. 39. pp: 101-12.

Morris, M. W., Moore, P. C. (2000). The lessons we (don't) learn: Counterfactual thinking and organizational accountability after a close call. *Administrative Science Quarterly*, 45, pp.737–765.

Mutz, D. C, Reeves, B. (2005). The New Videomalaise: Effects of Televised Incivility on Political Trust. *American Political Science Review*. 99 (1), pg. 1–15., preuzeto sa: [http://www.jstor.org/stable/30038915?seq=1#page\\_scan\\_tab\\_contents](http://www.jstor.org/stable/30038915?seq=1#page_scan_tab_contents), posećeno: 26.05.2020.

N1 (2016). *Ne da(vi)mo Beograd: Žuta patka je simbol prevare*, preuzeto od Danas, FoNet, preuzeto sa: <https://rs.n1info.com/vesti/a170755-iz-ne-davimo-beograd-zuta-patka-je-simbol-prevare/>, posećeno: 11.11.2021.

Nelson, T. E., Oxley, Z. M. (1999). Issue framing effects on belief importance and opinion. *Journal of Politics*, 61, pp. 1040–1067.

Neuman, W. R., Just, M. R., Crigler, A. N. (1992). *Common knowledge. News and the construction of political meaning*. Chicago: The University of Chicago Press.

Newton, K. (2006). May the weak force be with you: The power of the mass media in modern politics. *European Journal of Political Research*, 45(2), pp. 209–234.

Ninković Slavnić, D. (2011). Medijska reprezentacija grupnih identiteta. *CM - Komunikacija i mediji*, 19, Beograd: FPN, str. 15-37.

Nišić, V., Plavšić, D. (2014). The role of media in the construction of social reality. *Sociological discourse*, Banja Luka: Faculty of Political Science, year 4, number 7, pg.73-81.

Noelle-Neumann, E. (1974). The spiral of silence: a theory of public opinion. *Journal of Communication*, 24, pg. 43–51.

Norris, P. (1995). The restless searchlight: Network news framing of the post-Cold War world. *Political Communication*, Volume 12, Issue 4, UK: Taylor & Francis, pg. 357-370.

Norris, P. (2000). *A Virtuous Circle. Political Communications in Postindustrial Societies*. Cambridge: Cambridge University Press

Obradović, S., Howarth, C. (2017). The power of politics: How political leaders in Serbia discursively manage identity continuity and political change to shape the future of the nation. *European Journal of Social Psychology*, John Wiley & Sons Ltd., preuzeto sa: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/ejsp.2277>, posećeno: 5.11.2020.

Olmastroni, F. (2014). *Framing War. Public Opinion and Decision-Making in Comparative Perspective*. New York: Routledge.

Olsson, E. K., Nord, L. W. (2014). Paving the way for crisis exploitation: The role of journalistic styles and standards. *Journalism*. London: Sage

Olsson, E. K., Nord, L. W., Falkheimer, J. (2015). Media Coverage Crisis Exploitation Characteristics: A Case Comparison Study. *Journal of Public Relations Research*, 27, Taylor & Francis Group pg. 158–174.

Orlović, S. (2014). Parlamentarni izbori 2014: kontekst, akteri i ishodi. *Politički život*, 11, str. 37-47.

OSCE (2016). *Sloboda i razvoj medija*, preuzeto sa: <https://www.osce.org/sr/mission-to-serbia/media-freedom-and-development>, posećeno: 3.2.2021.

- Ottaway, M. (2003). *Democracy Challenged: The Rise of Semi-Authoritarianism*. Washington, DC: Carnegie Endowment for International Peace.
- Patterson, T. E. (1993). *Out of Order*. New York: Vintage.
- Pan, Z., Kosicki, G.M. (1993). Framing analysis: An approach to news discourse. *Political Communication*, 10, pp. 55-76.
- Pan, Z. (2008). Framing of the News, in Donsbach, W. (Ed.). *The International Encyclopedia of Communication*, Oxford: Blackwell, 1869–1873.
- Papakyriakopoulos, O., Zuckerman, E. (2021). The Media During the Rise of Trump: Identity Politics, Immigration, “Mexican” Demonization and Hate-Crime. *Proceedings of the Fifteenth International AAAI Conference on Web and Social Media (ICWSM 2021)*. pg. 467-478.
- Paragraf. (2003). *Zakon o telekomunikacijama*, Preuzeto: [https://www.paragraf.rs/propisi/download/zakon\\_o\\_telekomunikacijama.pdf](https://www.paragraf.rs/propisi/download/zakon_o_telekomunikacijama.pdf), posećeno: 5.05.2020
- Paragraf. (2004). *Zakon o oglašavanju*,. Posećeno: 5.05.2020., preuzeto sa: [http://rem.rs/uploads/files/Zakoni/2023-zakon\\_o\\_oglasavanju.pdf](http://rem.rs/uploads/files/Zakoni/2023-zakon_o_oglasavanju.pdf)
- Paragraf. (2012). *Zakon o upravljanju migracijama*, preuzeto sa: <https://www.paragraf.rs/propisi/zakon-o-upravljanju-migracijama.html>, posećeno: 22.4.2021.
- Paragraf. (2014). *Zakon o elektronskim medijima*, preuzeto sa: [https://www.paragraf.rs/propisi/zakon\\_o\\_elektronskim\\_medijima.html](https://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_elektronskim_medijima.html), posećeno: 22.3.2021.
- Paragraf. (2014a). *Zakon o javnim medijskim servisima*, posećeno: 5.05.2020. preuzeto sa: [https://www.paragraf.rs/propisi/zakon\\_o\\_javnim\\_medijskim\\_servisima.html](https://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_javnim_medijskim_servisima.html)
- Paragraf. (2015). *Zakon o javnom informisanju i medijima*, preuzeto: [https://www.paragraf.rs/propisi/zakon\\_o\\_javnom\\_informisanju\\_i\\_medijima.html](https://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_javnom_informisanju_i_medijima.html), posećeno: 23.4.2022.
- Paragraf. (2016). *Zakon o oglašavanju*,. Posećeno: 5.05.2020., preuzeto sa: [https://www.paragraf.rs/propisi/zakon\\_o\\_oglasavanju.html](https://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_oglasavanju.html)
- Paragraf. (2016a). *Zakon o privremenom uređivanju naina naplate takes za javni medijski servis*, preuzeto sa: <https://www.paragraf.rs/propisi/zakon-o-privremenom-uredjivanju-nacina-naplate-takse-za-javni-medijski-servis.html>, posećeno: 22.4.2022.
- Pavićević, V. (2010). Srbija deset godina posle 5. Oktobra, in Dušan Pavlović (ed.), *Razvoj demokratskih ustanova u Srbiji: deset godina posle*, Beograd: Fondacija Heinrich Boll, str. 141–149.
- Pavlović, D., Antić, S. (2007). *Konsolidacija demokratskih ustanova u Srbiji posle 2000. godine*. Beograd: Službeni glasnik.
- Petrogiannis, V. Freidenvall. L. (2022): Political rhetoric, identities, and dominant gender representations: hegemonic masculinity in service of pro-austerity rhetoric in Greek political discourse, *NORMA*, DOI: 10.1080/18902138.2022.2026109, posećeno: 24.3.2021.
- Petrović, I. (2014). Srbija ima novu Vadu, *DW*, preuzeto sa: <https://www.dw.com/sr/srbija-ima-novu-vladu/a-17594855>, preuzeto: 11.9.2021.
- Petrović, J., Pešić, J. (2017). Između integracije, bezbednosti I humanitarnosti: stavovi građana Srbije o migrantima. *Stanovništvo*, 55(2): 25-51.
- Petty, R. E., Cacioppo, J. T. (1986). „The Elaboration Likelihood Model of Persuasion“ in *Advances in Experimental Social Psychology* Vol. 19. Academic Press
- Perko, T., Turcanu, C., Carle, B. (2012). Media reporting of nuclear emergencies: The effects of transparent communication in a minor nuclear event, *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 20, pp. 52–63.
- Perse, E. M. (2008). Media Effects and Crisis. *Media effects and society*. Taylor & Francis e-Library, part 3, pg. 53-80.
- Plumb, S. (2004). Politicians as Superheroes: The Subversion of Political Authority Using a Pop Cultural Icon in the Cartoons of Steve Bell. *Media, Culture & Society*, Volume: 26 issue: 3, pg. 432-439.

Popović, N. (2010). Šta možeš danas, ne ostavljaj za sutra. Građanima treba bolji život u Srbiji 2011. *Vreme*. Beograd. Br. 1043/1044., preuzeto sa: <https://www.vreme.com/cms/view.php?id=969813>, posećeno: 26.12.2020.

Pralica, D. (2012). Koga su mediji izbrali? *Koga su mediji izabrali... a šta su partije nudile? Monitoring medijskog izveštavanja, promotivnih političkih TV spotova i partijskih sajtova u predizbornoj kampanji za lokalne, pokrajinske, republičke i izbore za predsednika Srbije 2012 sa uputstvima za bolju praksu*. Novi Sad: Novosadska novinarska škola, br 6, str. 15-67., posećeno: 24.05.2020., preuzeto sa: <https://www.novinarska-skola.org.rs/sr/wp-content/uploads/2019/03/Medijska-sfera-konacno.pdf#page=38>

Pravno-informacioni sistem RS. (2004). *Zakon o slobodnom pristupu informacijama od javnog značaja*, preuzeto sa: <https://www.pravno-informacioni-sistem.rs/SlGlasnikPortal/eli/rep/sgrs/skupstina/zakon/2004/120/7/reg>, posećeno: 5.2.2021.

Pravno-informacioni sistem RS (2016). *Uredba o finansiraju javnih medijskih servisa iz bužeta Penublike Srbije u 2016. godini*, preuzeto sa: <https://www.pravno-informacioni-sistem.rs/SlGlasnikPortal/eli/rep/sgrs/vlada/uredba/2016/5/1/reg>, posećeno: 4.5.2020.

Price, V. (1989). Social identification and public opinion: Effects of communicating group conflicts. *Public Opinion Quarterly*, 53, pg. 197-224.

Price, V. & Tewksbury, D. (1997). News values and public opinion: A theoretical account of media priming and framing, in Barnett, G.A. & Boster, F.J. (Eds.). *Progress in communication sciences: Advances in persuasion*, Vol.13, CT: Ablex, pg.173–212.

Putnam. L. L., Holmer, M. (1992). Framing, reframing and issue development, in Putnam, L. L., Roloff, M. E. (Eds.) *Communication and negotiation. Sage annual reviews of communication research*. Vol. 22, CA: Sage, pg. 128-155.

Radić-Bojanić, B., Silaški, N. (2008). Sportizacija političkog diskursa – kako metafore prikrivaju političku stvarnost Srbije. *Zbornik Matice srpske za filologiju i lingvistiku*, 51, 1-2, str. 139-155.

Radojković, M., Miletić, M. (2008). *Komuniciranje mediji i društvo*, Beograd: Učiteljski fakultet Univerziteta u Beogradu.

Radojković, M. (2011). Politička komunikacija u Srbiji, u Zerfaß, A., Radojković, M. *Menadžment političke komunikacije*. Leipzig/Beograd: Konrad Adenauer Stiftung, str. 27-43.

Raluca, C., Kozman, C. (2015). The Syrian Crisis in the News. *Journalism Practice*, 9:5, pp. 669-686, preuzeto sa: <https://www.tandfonline.com/loi/rjop20>, posećeno: 21.05.2020.

Reese, E. (1996). Maternalism and political mobilization: how California's postwar child care campaign was won. *Gend. Soc.* 10, pg. 566–589

Reese, S. D., Gandy, O.H., Grant, A.E. (eds). (2003). *Framing public life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

Regeher, M. (1989). *Crisis management: What to do when the unthinkable happens*. London: Hutchinson Business.

Reicher, S. D., Hopkins, N. (2001). *Self and nation*. London: Sage.

REM. (2003). *Zakon o javnom informisanju*, preuzeto: [http://rem.rs/uploads/files/Zakoni/8966-zakon\\_o\\_javnom\\_informisanju.pdf](http://rem.rs/uploads/files/Zakoni/8966-zakon_o_javnom_informisanju.pdf), posećeno: 19.05.2020

Reynolds, A., Barnett, B. (2003). This just in ... How national TV news handled the breaking "live" coverage of September 11. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 80(3), pg. 689–703.

Rhee, J. W. (1997). Strategy and issue frames in election campaign coverage: a social cognitive account of framing effects. *Journal of Communication*, 47, pp. 26-48.

Rickheit, G., Sichelschmidt, L. (1999). Mental models: some answers, some questions, some suggestions, In Rickheit, G, Habel, C. (Eds.). *Mental models in discourse processing and reasoning*. New York: Elsevier. pg. 9–40.

Robertson, G. B. (2010). *The Politics of Protest in Hybrid Regimes: Managing Dissent in Post-Communist Russia*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Rogers, E. M. (2004). „Theoretical Diversity in Political Communication“ u Kaid, L. L. (ed.) *Handbook of Political Communication Research*. Lawrence Erlbaum Asso
- Rodriguez, L, Dimitrova, D. V. (2011). The levels of visual framing. *Journal of Visual Literacy*. Vol. 10, NO. 1., 30:1, pg. 48-65.
- Rokeach, M. (1973). *The Nature of Human Values*. New York: Free
- Rosengren, K. E., Wenner, L. A., Palmgreen, P., (1985). *Media Gratifications Research: Current Perspectives*. Beverly Hills: Sage.
- Roskos-Ewoldsen, D. R., Roskos-Ewoldsen, B., Carpentier, F. D. (2009). Media Priming: An Updated Synthesis, in Bryant, J., Olivier, M. B. (eds) *Media Effects. Advances in Theory and Research*, Third Edition, New York: Routledge, pg. 74-94.
- Sarbin, T. R. (1986). The Narrative as Root Metaphor for Psychology. *Narrative Psychology*. New York: Praeger, The second chapter.
- Sarcinelli, U. (1987). *Symbolische Politik*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Sarcinelli, U. (1989). Überlegungen zur Kommunikationskultur: Symbolische Politik und politische Kommunikation, in Mahle, W. A. (Ed,) *Medienangebot und Mediennutzung*. Berhn: Spiess. Pg. 129-144.
- Sarcinelli, U. (2007). Parteienkommunikation in Deutschland: zwischen Reformagentur und Reformblockade, in Weudenfeld, W. *Reformen kommunizieren: Herausforderungen an die Politik*. Gutersloh: Bertelsmann Stiftung, z. 109-145.
- Sarcinelli, U. (2011). Strategija i politička komunikacija, u Zerfass, A., Radojković, M., *Menadžment političke komunikacije: osnove i koncepti*, Beograd: Konrad Adenauer Stiftung, str. 57-82.
- Sartori, G. (2000). *Pluralismo, multiculturalismo e estranei: saggio sulla società multi-etnica*. Milan: Rizzoli.
- Saxer, U. (1993). Public Relations and Symbolic Politics, *Journal of public relations research*, Lawrence Erlbaum Associates, Inc, 5(2), pg. 121-157.
- Scanlon, T. J. (2007). Research about the mass media and disaster. never (well hardly ever) the twain shall meet, in McEntire, D. A (Ed), *Disciplines, disasters, and emergency management: The convergence and divergence of concepts, issues and trends from the research literature*, IL: Charles C Thomas. pg. 75–94.
- Schedler, A. (2002). The Menu of Manipulation. *Journal of Democracy*. 13(2): 36–50.
- Scheufele, D. A. (1999). Framing as a Theory of Media Effects. *Journal of Communication*, pg. 103-122.
- Scheufele, D. A. (2000). Agenda-setting, priming, and framing revisited: Another look at cognitive effects of political communication. *Mass Communication & Society*, 3 (2&3), pg. 297-316.
- Scheufele, D. A. & Tewksbury, D. (2007). Framing, agenda-setting and priming: the evolution of three media effects models. *Journal of Communication*, 57, pg. 9-20.
- Scheufele, D. A., Iyengar, S. (2014). The state of framing research: A call for new directions, in Kenski, K., Jamieson, K. H. (eds.) *The Oxford Handbook of Political Communication*, pg. 1-25.
- Schmidtchen, G. (1970). *Manipulation—Freiheit negativ*. Neuwied, Berlin: Luchterhand.
- Schmuck, D., Heiss, R., Matthes, J., Engesser S., Esser, F. (2016). Antecedents of strategic game framing in political news coverage, *Journalism*, UK: Sage, pg. 1 –19.
- Schneider, A. L., Ingram H. (2008). Social Constructions in the Study of Public Policy. in Holstein J.A., Gubruim J.F. (eds.) *Handbook of Constructionist Research*. N.Y.: The Guilford Press.
- Schulz, W. (2011). Mediji u predizbornoj kampanji, u Zerfass, A., Radojković, M. (edt.). *Menadžment političke komunikacije: osnove i koncepti*, Beograd: Konrad Adenauer Stiftung, str. 85-149.
- Searle, J. (1995). *The construction of social reality*. Harmondsworth: Penguin.
- Seeger, M. W., Sellnow, T. L., Ulmer, R. R. (1998). Communication, organization, and crisis. *Communication Yearbook*, 21, pg. 231–276.

- Seeger, M. W., Sellnow, T. L., Ulmer, R. R. (2003). *Communication and Organizational Crisis*, Westport: Praeger.
- Semetko, H. A., Valkenburg, P. M. (2000). Framing European Politics: a content analysis of press and television news. *Journal of Communication*, 50, pp. 93-109.
- Semino, E., Masci, M. (1996). Politics is Football: Metaphor in the Discourse of Silvio Berlusconi in Italy. *Discourse Society*. 7(2). Pg. 243-269, preuzeto sa: [https://www.academia.edu/553140/Politics is football metaphor in the discourse of Silvio Berlusconi in Italy](https://www.academia.edu/553140/Politics_is_football_metaphor_in_the_discourse_of_Silvio_Berlusconi_in_Italy), posećeno: 3.5.2021.
- Seon-Kyoung A., Cheng I. H. (2010). Crisis Communication Research in Public Relations Journals: Tracking Research Trends Over Thirty Years, in Coombs, W. T., Holladay S. J. (eds). *The Handbook of Crisis Communication*. Oxford: Blackwell.
- Sherif, M. (1967). *Social interaction: Processes and products*. Chicago: Aldine.
- Shore, B. (1996). *Culture in Mind*. New York: Oxford University Press.
- Sillars, A. L. (1982). Attribution and communication, In Roloff, M. E., Berger, C. R. (Eds.). *Social cognition and communication*. Beverly Hills, CA: Sage. pp. 73-106.
- Simons, R. J., van der Linden, J., & Duffy, T. (2000). New learning: Three ways to learn in a new balance, In R. J. Simons, J. van der Linden & T. Duffy (Eds.) *New learning*. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, pg. 1–20.
- Slater, M. D, Henry, K. L, Swaim, R. C, Cardador, J.M. (2004). Vulnerable Teens, Vulnerable Times: How Sensation Seeking, Alienation, and Victimization Moderate the Violent Media Content–Aggressiveness Relation. *Communication Research*. 31 (6), pg. 642-668.
- Slavujević, Z. (2009). *Političko kouniciranje, politička propaganda, politički marketing*, Beograd: Grafocard.
- Slavujević, Z. (2017). *Pohodi na birače u ime države i naroda: Izborne kampanje u Srbiji od 1990. do 2016. godine*. Beograd: Fakultet političkih nauka
- Službeni Glasnik (2007). *Zakon o azilu*. Beograd: Vlada Republike Srbije. [http://azil.rs/azil\\_novi/wp-content/uploads/2017/02/Zakon-o-azilu.pdf](http://azil.rs/azil_novi/wp-content/uploads/2017/02/Zakon-o-azilu.pdf), posećeno: 22.3.2021.
- Službeni Glasnik (2012). *Zakon o upravljanju migracijama*. Beograd: Vlada Republike Srbije. [http://www.kirs.gov.rs/docs/Zakon\\_o\\_upravljanju\\_migracijama.pdf](http://www.kirs.gov.rs/docs/Zakon_o_upravljanju_migracijama.pdf), posećeno: 23.4.2021.
- Smith, A. (1999). 'Sacred Territories and National Conflict', *Israeli Affairs*, 5, pg. 13-29.
- Smith, G. E. (1996). Framing in advertising and the moderating impact of consumer education. *Journal of Advertising Research*, 36(5), pg. 49-64.
- Snow, D. A., Benford, R. D. (1988). Ideology, Frame Resonance, and Participant Mobilization. *International Social Movement Research*, 1, pg. 197–217.
- Snow, D. A., Benford, R. D. (1992). Master frames and cycles of protest, In A.D. Morris & C.M. Mueller (Eds.) *Frontiers in social movement theory*. CT: Yale University Press.
- Spasojević, D. (2011). Odblokirana tranzicija. *Godišnjak FPN*. Beograd: Fakultet političkih nauka. No.5, str. 119-137.
- Stanley, L., Jackson, R. (2016). Introduction: Everyday narratives in world politics. *Politics*, 36 (3). pp. 223-235.
- Stantić, G. (2003). *Politika u programu HTV-a*. Zagreb: Hrvatski helsinški odbor za ljudska prava.
- Stevanović, K. Marković R., Rudić, M, DCV (2015). Alhemija na vodi, Ugovor UAE i Srbije, *Vreme*, br. 1269, preuzeto sa: <https://www.vreme.com/cms/view.php?id=1293278>, posećeno: 9.11.2021.
- Stojanović, B. (2016). *Socioekonomske teme u kampanji 2016. godine. Stranke i javne politike*. Biblioteka: KAS POLITIKA. Beograd: Fondacija Konrad Adenauer, str. 69-100.
- Stojanović, B, Casal Bértoa, F. (2016). There are 4 Reasons Countries Dissolve Their Parliaments. Here's Why Serbia Did. *Washington Post*.
- Stojić, M. (2011). The changing nature of Serbian political parties' attitudes towards Serbian EU membership', *SEI Working Paper No. 122*. Sussex: Sussex European Institute, pg. 21–23.

Stojiljković, Z. (2012). Izborna obećanja i postizborna realnost: javne politike u izbornoj ponudi u Srbiji, *Političke perspektive članci i studije*, str. 81- 99.

Stojiljković, A. (2012a). Spoljna politika i politički sistem – ima li politika u izbornim kampanjama, u: Stojiljković, Z., Pilipović, G. (ur.), *Javne politike u izbornoj ponudi: Izbor i formiranje vlasti u Srbiji 2012. godine*, Beograd: Konrad Adenauer Stiftung, str. 31–51.

Stojiljković, Z. (2014). Izbori 2014. godine: Šta se zapravo Srbiji dogodilo. (Ed) Stojiljković, Z., Filipović, G. S, Spasojević, D., u *Izborne ponude i rezultati – evropski izbori i izbori u Srbiji 2014. godine*. Beograd: Kondacija Konrad Adenauer.

Stojiljković, Z. (2014a). Izborna obećanja i postizborna realnost: javne politike u izbornoj ponudi, u: Stojiljković, Z., Spasojević, D., Pilipović, G. (ur.) *Izborne ponude i rezultati: Evropski izbori i izbori u Srbiji 2014. godine*, Konrad Adenauer fondacija, Centar za demokratiju Fakulteta političkih nauka, Beograd, 21–44.

Stojiljković, Z., Spasojević, D. (2018). Populistički Zeitgeist u „proevropskoj“ Srbiji. *Politička misao*, Beograd: FPN, god. 55, br. 3, str. 104-128.

Stojanov, D. (2005). *Od psihologije ličnosti ka psihologiji osoba – konstruktivizam kao nova platforma u obrazovanju i vaspitanju*. Beograd: Institut za pedagoška istraživanja

Stone, D. (2001). *Policy Paradox: The Art of Political Decision Making*. New York: W.W. Norton & Company.

Strøm, K., Swindle, S. M. (2002). „Strategic Parliamentary Dissolution“, *American Political Science Review*, Vol. 96, No. 3, pg. 575–591.

Strömbäck, J., Dimitrova D.V. (2011). Mediatization and Media Interventionism: A Comparative Analysis of Sweden and the United States. *The International Journal of Press/Politics* 16 (1), pg. 30–49.

Šabić, Š. S (2017). The Impact of the Refugee Crisis in the Balkans: A Drift Towards Security. *Journal of Regional Security*, 12:1, pg. 51–74.

Šantić, D, Minca, C., Umek, D. (2017). The Balkan Migration Route. Reflections from the Serbian Observatory. in: Bobić, M. and Janković, S. (eds.) *Towards Understanding of Contemporary Migration. Causes, Consequences, Policies, Reflection*. Belgrade: Institute for sociological research Faculty of Philosophy, pg 221-239.

Tarde, G. (1969). *On Communication and Social Influence: Selected Papers*, Chicago: Chicago University Press.

Tankard, J. W. (2001). The empirical approach to the study of media framing. in Reese, S. D., Gandy, O. H., Grant, A. E. (Eds.), *Framing public life*. NY: Lawrence Erlbaum. pp. 95–106.

Tannen, D. (1990). *You just don't understand*. New York: Ballantine Books.

Tesler, M., Sears, D. O (2010). *Obama's Race: The 2008 Election and the Dream of a Post-Racial America*. Chicago: University of Chicago Press.

Tewksbury, D. Scheufele D. A. (2009). News Framing Theory and Research, in Bryant, J., Oliver, M. B. (eds.). *Media Effects. Advances in Theory and Research*. 3rd Edition. New York: Routledge. pg. 17-30.

't Hart, P., Tindall, K. (2009). Understanding crisis exploitation: leadership, rhetoric and framing contests in response to the economic meltdown, in 't Hart, P., Tindall, K. *Framing the Global Economic Downturn. Crisis rhetoric and the politics of recessions*, ANU Press.

Thompson, J. (1984). *Studies in the Theory of Ideology*. Berkeley: University of California Press.

Thompson, J.B. (1990). *Ideology and modern culture. Critical social theory in the era of mass communication*. Oxford: Polity Press.

Thompson, J. L. (2000). *Northcliffe, Press Baron in Politics 1865–1922*. London: John Murray, pg. 325–6.

Threadgold, T. (2003). Cultural Studies, Critical Theory and Critical Discourse Analysis: Histories, Remembering and Futures. *Linguistik online*, 14, preuzeto sa: [https://www.researchgate.net/publication/26398974\\_Cultural\\_Studies\\_Critical\\_Theory\\_and\\_Critical\\_Discourse\\_Analysis\\_Histories\\_Remembering\\_and\\_Futures](https://www.researchgate.net/publication/26398974_Cultural_Studies_Critical_Theory_and_Critical_Discourse_Analysis_Histories_Remembering_and_Futures), posećeno: 21.05.2020.

Toepfl, F. (2013). Making Sense of the News in a Hybrid Regime: How Young Russians Decode State, TV and an Oppositional Blog. *Journal of Communication*. 63. pg. 244–265, UK: International Communication Association.

Tuchman, G. (1978). *Making News: A Study in the Construction of Reality*. NY: Free Press.

Tuchman, G. (1978a). Television News and the Metaphor of Myth. *Studies in Visual Communication*, pp. 56-62, preuzeto: <http://repository.upenn.edu/svc/vol5/iss1/6>, posećeno: 21.05.2020.

Ungar, S. (1998). Hot crisis and media reassurance: A comparison of emerging diseases and Ebola Zaire. *British Journal of Sociology*, 49, pg. 36–56.

van Gorp, B. (2007). The constructionist approach to framing: Bringing culture back. *Journal of Communication*. 57(1).

van Dijk, T. A., Kintsch, W. (1983). *Strategies of discourse comprehension*. New York: Academic Press.

van Dijk, T. A. (1985). Structures of news in the press. In van Dijk, T. A. (Ed.) *Discourse and communication: New approaches to the analysis of mass media discourse and communication*. New York: de Gruyter. pg. 69–93.

van Dijk, T. A. (1998). *Ideology: A Multidisciplinary Approach*. London: SAGE Publications.

van Dijk, T. A. (2006). Politics, Ideology, and Discourse. *Encyclopedia of Language & Linguistics*. London: JOUR

van Oorschot, W. (2006). Making the difference in social Europe: deservingness perceptions among citizens of European welfare states. *Journal of European Social Policy*. 16(1): 23–42.

Večerenje novosti (2010). *Piratima slede milionske kazne*. Beograd: <https://www.novosti.rs/vesti/naslovna/drustvo/aktuelno.290.html:268681-Piratima-slede-milionske-kazne>, preuzeto: 26.12.2020.

Večernje novosti (2010a). *UNS: Srbija po slobodi štampe na 85. mestu*, preuzeto sa: <https://www.novosti.rs/vesti/naslovna/drustvo/aktuelno.290.html:304556-UNS-Srbija-po-slobodi-stampe-na-85-mestu>, posećeno: 26.12.2020.

Veličković, M. (2014). Koncepti maskuliniteta i politike prajda u Srbiji. *Genero*, No 18, str. 155–186.

Veljanovski, R. (2005). *Javni RTV servis u službi građana*. Beograd: Clio.

Vladislavljević, N (2016). Competitive authoritarianism and popular protest: Evidence from Serbia under Milošević. *International Political Science Review*, 37(1), pg. 36-50

Vučaj, S. (2011). Lezbejska egzistencija u tranziciji. *Izgubljeno u tranziciji – kritička analiza procesa društvene transformacije*, ur. Veselinović, A., Atanacković, P., Klarić Ž., Beograd: Rosa Luxemburg Stiftung, str. 162–179.

Vučičević, D. (2014). Parlamentarni izbori u Srbiji 2014, Politički procesi: Izbori u Srbiji, *Političke analize*, Beograd: FPN, str. 46-52.

Vučičević, D. (2016). Parlamentarni izbori u Srbiji 2016, U žarištu: Izbori u Srbiji 2016, *Političke analize*, Beograd: FPN, str. 24-31.

Walster, E. (1966). Assignment of responsibility for an accident. *Journal of Personality and Social Psychology*, 3, pp. 73-79.

Watson, S. D. (2011). ‘Framing’ the Copenhagen School: Integrating the Literature on Threat Construction. *Millennium: Journal of International Studies*. 40:2, pg. 279-301.

Weaver, D. H. (2007). Thoughts on agenda-setting, framing and priming. *Journal of Communication*, 57, pg. 142-147.

Weick, K. E. (1993). The collapse of sensemaking in organizations: The Mann Gulch disaster. In Weick, K. E., *Making sense of the organization*. Oxford: Blackwell, pg. 100–124.

Wells, G. L., Gavanski, I. (1989). Mental simulation of causality. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56: 161–169.

Western, J. (2005). *Selling Intervention & War: The Presidency, the Media, and the American Public*. Baltimore: Johns Hopkins University Press

- White, D. M. (1950). *The "Gate Keeper": A Case Study in the Selection of News*, preuzeto sa: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/107769905002700403>, posećeno: 28.05.2020.
- Willmore, H. L. (2021). Perpetuating the stereotype: dramatization and the portrayal of cults in fictional media. *Undergraduate Honors Thesis Collection*. 575. Preuzeto sa: <https://digitalcommons.butler.edu/ugtheses/575>, posećeno: 4.3.2022.
- Winter, J. P., Eyal, C. H. (1981). Agenda-setting for the civil rights issue. *Public Opinion Quarterly*, 45, pp. 376–383.
- Woodside, A. G., Singer, A. E. (1994). Social interaction affects on the framing of buying decisions. *Psychology & Marketing*, 11(1), pg. 27-34.
- Wyer, R. S., Jr., Radvansky, G. A. (1999). The comprehension and validation of social information. *Psychological Review*, 106, pg. 89–118.
- Zakaria, F. (1997). The Rise of Illiberal Democracy. *Foreign Affairs*, 76(6), pg. 22–23.
- Zaller, J. (1987) The diffusion of political attitudes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53: 821-33.
- Zečević, C., Gasmi, G. (2016). Evropski bezbednosni i odbrambeni identitet i migrantska kriza. *Strani pravni život*. 2:57-75
- Zeng, L., Zhou, L., Li, X. (2015). Framing strategies at different stages of a crisis: Coverage of the 'July 5th' Urumqi event by Xinhua, Reuters, and AP. *the International Communication Gazette*, Vol. 77(1), UK: Sage. pg. 51–73.
- Zerfass, A., von Oehesen, H. O. (2011). Menadžment komunikacija u politici: osnove, procesi i dimenzije, u Zerfass, A., Radojković, M. *Menadžment političke komunikacije: osnove i koncepti*. Beograd: Konrad Adenauer Stiftung, str- 11-26.
- Zwann, R. A., Radvansky, G. A. (1998). „Situation models in language comprehension and memory”. *Psychological Bulletin*, 123, 162–185.



## ПРИЛОГ 1.

Списак медијских прилога који су директно цитирани у раду

Како рад садржи велики број цитата из анализираних медијских садржаја, у даљем списку су наведени они прилози на које је посебно скренута пажња у току истраживања

### 1. ПРВА СТУДИЈА СЛУЧАЈА

#### А) Радио-телевизија Србије (РТС) – јавни медијски сервис

- РТС 1, Шта радите бре, 7.9.2010;
- РТС 1, Дневник 2, 7.9.2010;
- РТС, Дневник 2, 30.9.2010;
- РТС 1, Дневник 2, 9.10.2010;
- РТС, Шта радите бре, 10.10.2010;
- РТС 1, Дневник 1, 10.10.2010;
- РТС 1, Дневник 2, 10.10.2010;
- РТС 1, Дневник 3, 10.10.2010;
- РТС 1, Дневник 1, 11.10.2010;
- РТС 1, Дневник 2, 11.10.2010;
- РТС 1, Дневник 3, 11.10.2010;
- РТС 1, Дневник 2, 12.10.2010;
- РТС 1, Дневник 3, 12.10.2010.

#### Б) Б92 – комерцијална телевизија

- Б92, Вести, 30.9.2010;
- Б92, Вести у 18.00, 30.9.2010;
- Б92, Вести, 7.9.2010;
- Б92, Вести у 23.00, 7.9.2010;
- Б92, Утисак недеље, 13.9.2010;
- Б92, Вести у 23.00, 13.9.2010;
- Б92, Утисак недеље, 2010;
- Б92, Вести у 16.00, 10.10.2010;
- Б92, Вести у 18.30, 10.10.2010;
- Б92, Утисак недеље, 10.10.2010;
- Б92, Вести у 23.00, 10.10.2010;
- Б92, Вести у 10.00 11.10.2010;
- Б92, Вести у 16.00, 11.10.2010;
- Б92, Вести у 18:30, 11.10.2010;
- Б92, Вести у 23.00, 11.10.2010;
- Б92, Вести у 16.00, 12.10.2010;
- Б92, Вести у 19.00, 12.10.2010;
- Б92, Вести у 16.00, 17.10.2010;
- Б92, Утисак недеље. 17.10.2010;
- Б92, Вести у 23.00, 17.10.2010;
- Б92, вести у 16.00, 21.10.2010;

#### В) Пинк – комерцијална телевизија

- Пинк, Национални дневник у 19.30, 7.9.2010;
- Пинк, Јутарњи програм, 4.10.2010;
- Пинк, Национални дневник у 16.00, 10.10.2010;
- Пинк, Национални дневник у 19.30, 10.10.2010;

- Пинк, Национални дневник у 23.00, 10.10.2010;

Г) ФОКС/ПРВА – комерцијална телевизија

- Фокс, Вести, 7.9.2010;
- Прва, Вести, 10.10.2010;
- Прва, Вести, 11.10.2010;
- Прва, Вести, 14.10.2010;

## 2. ДРУГА СТУДИЈА СЛУЧАЈА

А) Радио-телевизија Србије (РТС) – јавни медијски сервис

- РТС1, Дневник 2, 26.8.2015;
- РТС1, Дневник 2, 30.8.2015;
- РТС 1, Јутарњи дневник, 31.8.2015;
- РТС 1, Јутарњи програм, 31. 8. 2015;
- РТС 1, Дневник 2, 31.8.2015;
- РТС1, Дневник 3, 31.8.2015;
- РТС 1, Око магазин, 31.8. 2015;
- РТС 1, Јутарњи програм, 1.9.2015;
- РТС1, Дневник 1, 1.9.2015;
- РТС1, Јутарњи дневник, 2.9.2015;
- РТС1, Дневник 1, 2.9.2015;
- РТС1, Јутарњи дневник, 3.9.2015;
- РТС1, Дневник 1, 3.9.2015;
- РТС1, Дневник 2, 3.9.2015;
- РТС1, Јутарњи дневник, 4.9.2015;
- РТС 1, Јутарњи програм, 4. 9. 2015;
- РТС1, Дневник 1, 4.9.2015;
- РТС 1, Дневник 2, 4.9.2015;
- РТС 1, Дневник 3, 4.9.2015;
- РТС1, Београдска хроника, 4.9.2014;
- РТС1, Јутарњи дневник, 5.9.2015;
- РТС1, Јутарњи програм, 5.9.2015;
- РТС1, Дневник 1, 5.9.2015;
- РТС 1, Дневник 2, 5.9.2015;
- РТС1, Јутарњи дневник, 6.9.2015;
- РТС1, Дневник 1, 6.9.2015;
- РТС1, Дневник 2, 6.9.2015;
- РТС1, Београдска хроника, 7.9.2015;
- РТС 1, Јутарњи програм, 8. 9. 2015;
- РТС 1, Дневник 2, 8.9.2015;
- РТС1, Дневник 2, 9.9.2015;
- РТС 1, ОКО магазин, 10.9.2015;
- РТС1, Дневник 1, 11.9.2015;
- РТС1, Дневник 2, 11.9.2015;
- РТС, Дневник 2, 12.9.2015;
- РТС 1, Дневник 2, 13. 9. 2015;
- РТС 1, Јутарњи програм, 15.9.2015;
- РТС1, Београдска хроника, 15.9.2015;
- РТС 1, Дневник 1, 15.9.2015;

- РТС 1, Дневник 2, 15.9.2015;
- РТС 1, Дневник 3, 15.9.2015;
- РТС 1, Ово је Србија, 16.9.2015;
- РТС1, Дневник 2, 16.9.2015;
- РТС1, Ово је Србија, 17.9.2015;
- РТС 1, Око магазин, 17.9. 2015;
- РТС 1, Дневник 1, 17.9.2015;
- РТС 1, Дневник 2, 17.9.2015;
- РТС 1, Дневник 3, 17.9.2015;
- РТС 1, Ово је Србија, 18.9.2015;
- РТС 1, Дневник 1, 18.9.2015;
- РТС1, Дневник 2, 18. 9. 2015;
- РТС1, Дневник 3, 18. 9. 2015;
- РТС 1, Јутарњи дневник, 19.9.2015;
- РТС 1, Дневник 2, 19.9.2015;
- РТС 1, Дневник 2, 20.9.2015;
- РТС 1, Јутарњи програм, 22.9.2015;
- РТС 1, Дневник 1, 22.9.2015;
- РТС 1, Дневник 2, 22.9.2015;
- РТС1, Дневник 2, 23.9.2015;
- РТС 1, Око магазин, 24. 9. 2015;
- РТС 1, Шта радите бре, 24.9. 2015;
- РТС 1, Ово је Србија, 25.9.2015;
- РТС 1, Дневник 2, 26.9.2015;
- РТС 1, Дневник 2, 27. 9. 2015;
- РТС 1, Дневник 2, 28.9.2015;
- РТС1, Око, 29.9.2015;
- РТС 1, Јутарњи дневник, 5.10.2015;

Б) Б92 – комерцијална телевизија

- Б92, Вести у 16.00, 30.8.2015;
- Б92, Вести у 16.00, 1.9.2015;
- Б92, Вести у 20.00, 1.9.2015;
- Б92, Вести у 16.00, 4.9.2015;
- Б92, Вести у 16.00, 7.9.2015;
- Б92, Вести у 16.00, 9.9.2015;
- Б92, Вести у 20.00, 9. 9. 2015;
- Б92, Вести у 16.00, 11.9.2015;
- Б92, Вести у 20.00, 11.9.2015;
- Б92, Вести у 20.00, 12. 9. 2015;
- Б92, Вести у 16.00, 13.9.2015;
- Б92, Вести у 16.00, 14.9.2015;
- Б92, Кажипрст, 15.9.2015;
- Б92, Вести у 20.00, 15.9.2015;
- Б92, Вести у 16.00, 16.9.2015;
- Б92, Вести у 20.00, 16.9.2015;
- Б92, Вести у 16.00, 17. 9. 2015;
- Б92, Кажипрст, 17.9.2015;
- Б92, Вести у 16.00, 18.9.2015;
- Б92, Вести у 20.00, 18. 9. 2015;

- Б92, Вести у 16.00, 19.9.2015;
- Б92, Вести у 23.00, 20.9.2015;
- Б92, Вести у 20.00, 21.9.2015;
- Б92, Вести у 16.00, 22. 9. 2015;
- Б92, Вести у 16.00, 23.9.2015;
- Б92, Вести у 20.00, 23.9.2015;
- Б92, Вести у 16.00, 24. 9. 2015;
- Б92, Вести у 20.00, 24.9.2015;
- Б92, Вести у 16.00, 25.9.2015;
- Б92, Вести у 20.00, 25. 9. 2015;
- Б92, Вести у 16.00, 26.9.2015;
- Б92, Вести у 16.00, 4.10.2015;

В) Пинк – комерцијална телевизија

- Пинк, Ново јутро, 29.8.2015;
- Пинк, Национални дневник, 29.8.2015;
- Пинк, Национални дневник, 3.9.2015;
- Пинк, Ново јутро, 4.9.2015;
- Пинк, Национални дневник, 4.9.2015;
- Пинк, Ново јутро, 5.9.2015;
- Пинк, Ново јутро, 6.9.2015;
- Пинк, Национални дневник, 7.9.2015;
- Пинк, Национални дневник, 10.9.2015;
- Пинк, Национални дневник, 11.9.2015;
- Пинк, Национални дневник, 15.9.2015;
- Пинк, Ново јутро, 17.9.2015;
- Пинк, Национални дневник, 17.9.2015
- Пинк, Ново јутро, 18.9.2015
- Пинк, Национални дневник, 18.9.2015;
- Пинк, Национални дневник, 22.9.2015;
- Пинк, Ново јутро, 23. 9. 2015;
- Пинк, Ново јутро, 25.9.2015;
- Пинк, Ново јутро, 26. 9. 2015;
- Пинк, Национални дневник, 29.9.2015;
- Пинк, Национални дневник, 1.10.2015;
- Пинк, Ново јутро, 4.10.2015;
- Пинк, Национални дневник, 5.10.2015;

Г) Прва – комерцијална телевизија

- Прва, Вести у 18.00, 3.9.2015;
- Прва, Вести у 18.00, 11.9.2015;
- Прва, Ноћни журнал, 15.9.2015;
- Прва, Вести у 18.00, 17.9.2015;
- Прва, Вести у 18.00, 18.9.2015;
- Прва, Вести у 18.00, 19.9.2015;
- Прва, Вести у 18.00, 20.9.2015;
- Прва, Вести у 18.00, 22.9.2015;
- Прва, Вести у 18.00, 23.9.2015;
- Прва, Ноћни журнал, 24.9.2015;
- Прва, Вести у 18.00, 26.9.2015;

- Прва, Ноћни журнал, 26.9.2015;
- Прва, Вести у 18.00, 28.9.2015;
- Прва, Вести у 18.00, 3.10.2015;
- Прва, Ноћни журнал, 5.10.2015;

### 3. ТРЕЋА СТУДИЈА СЛУЧАЈА

#### А) Радио-телевизија Србије (РТС) – јавни медијски сервис

- РТС 1, Јутарњи програм, 30.8.2015;
- РТС 1, Дневник 2, 4.5.2016;
- РТС 1, Шта радите бре, 10.5.2016;
- РТС 1, Дневник 1, 11.5.2016;
- РТС 1, Дневник 2, 11.5.2016;
- РТС 1, Дневник 3, 11.5.2016;
- РТС 1, Јутарњи дневник, 12.5.2016;
- РТС1, Дневник 2, 12.5.2016;
- РТС 1, Шта радите бре, 19.5.2016;
- РТС 1, Јутарњи програм, 20.5.2016;
- РТС 1, Конференција за штампу првог мандатара скупштине Србије, 24.5.2016;
- РТС 1, Дневник 3, 25.5.2016;
- РТС 1, Дневник 3, 26.5.2016;
- РТС 1, Јутарњи програм, 28.5.2016;

#### Б) Б92 – комерцијална телевизија

- Б92, Вести у 16.00, 4.5.2016;
- Б92, Вести у 20.00, 4.5.2016;
- Б92, Вести у 20.00, 6.5.2016;
- Б92, Вести у 16.00, 7.5.2016;
- Б92, Вести у 20.00, 7.5.2016;
- Б92, Вести у 20.00, 9.5.2016;
- Б92, Вести у 16.00, 10.5.2016;
- Б92, Вести у 20.00, 10.5.2016;
- Б92, Вести у 16.00, 11.5.2016;
- Б92, Вести у 20.00, 11.5.2016;
- Б92, Вести у 20.00, 12.5.2016;
- Б92, Вести у 16.00, 14.5.2016;
- Б92, Вести у 20.00, 23.5.2016;
- Б92, Вести у 20.00, 25.5.2016;
- Б92, Вести у 16.00, 28.5.2016;

#### В) Пинк – комерцијална телевизија

- Пинк, Национални дневник у 16.00, 10.5.2016;
- Пинк, Национални дневник, 11.5.2016.;
- Пинк, Ново јутро, 13.5.2016;
- Пинк, Национални дневник у 16.00, 25.5.2016;
- Пинк, Национални дневник, 25.5.2016;
- Пинк, Ново јутро, 26.5.2016;
- Пинк, Интервју са премијером, 29.5.2016;
- Пинк, Национални дневник, 30.5.2016;

#### Г) Прва – комерцијална телевизија

- Прва, Вести у 18.00, 4.5.2016;

- Прва, Вести у 16.00, 11.5.2016;
- Прва, Вести у 18.00, 12.5.2016;
- Прва, 150 минута, 12.5.201;
- Прва, Ноћни журнал, 12.5.2016;
- Прва, Вести у 18.00, 13.5.2016;
- Прва, Ноћни журнал, 13.5.2016;
- Прва, Вести у 18.00, 14.5.2016;
- Прва, Ноћни журнал, 25.5.2016;

## БИОГРАФИЈА АУТОРКЕ

Ива Бубања је рођена у Београду где је завршила основну школу и гимназију. Факултет политичких наука Универзитета у Београду уписује 2008. године и дипломира четири године касније на смеру новинарство. На истом факултету уписује и мастер студије комуникологије 2012. године и завршава их мастерирајући на тему: „Рекламе у београдској дневној штампи септембар – октобар 2013. године“. Годину дана касније, на основу мастер рада публикована је монографија: „Штампани медији у савременој рекламној пракси“. Докторске студије културологије: студије културе и медија на Факултету политичких наука уписује 2015. године.

Ива Бубања ради на Београдској академији пословних и уметничких струковних студија као асистент у настави на предметима Пословне комуникације и Социологија на више студијских програма. Секретар је Катедре за правне и социолошке науке и већ годинама ради на организацију студентских радионица из пословне кореспонденције.

Пре тога дуго године радила је у невладином сектору, а новинарску праксу стекла је дневном листу „Политика“.

Била је учесница „Graduate Spring School & Research Conference on Comparative Media Systems, co-organized with the ECREA CEE Network, Comparing Post-socialist Media Systems“ у Дубровнику 2021. године. Неформално образовања стицала је и на семинарима: „Предузетничко новинарство“ Медијског програма за југоисточну Европу у организацији фондације Конрад Аденауер и „Одговорно извештавање о темама насиља у породици, дискриминацији, ратним злочинима и организованом криминалу“ у организацији Београдског центра за људска права.

Неки од значајнијих радова чији је аутор су: Bubanja, I. (2021). *Strateško uokviravanje na televiziji: Izveštavanje o migrantskoj krizi u Srbiji 2015. godine*, Godišnjak Fakulteta političkih nauka, Beograd: FPN, str. 35-59, ISSN: 1820-6700, COBISS.SR-ID:145774604, Bubanja, I., Vidas-Bubanja, M. (2022). *Managing trade transactions in the COVID-era – the rise of E-commerce*, Journal of Engineering Management and competitiveness (JEMC). Technical Faculty „Mihajlo Pupin“ Univerziteta u Novom Sadu – u pripremi., Bubanja, I. (2019). *Kvalitet poslovnog okruženja – osnova za razvoj meke moći Srbije*, Tehnika – Kvalitet IMS, standardizacija i metrologija 19. 5, str. 733 – 740. UDC: 327 (497.11), ISSN 2334-7368, COBISS.SR.ID 2527490 итд.

Говори течно енглески и учи немачки језик, а у слободно време пише кратке приче.

## Изјава о ауторству

Име и презиме аутора \_\_\_\_\_

Број индекса \_\_\_\_\_

### Изјављујем

да је докторска дисертација под насловом

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

- резултат сопственог истраживачког рада;
- да дисертација у целини ни у деловима није била предложена за стицање друге дипломе према студијским програмима других високошколских установа;
- да су резултати коректно наведени и
- да нисам кршио/ла ауторска права и користио/ла интелектуалну својину других лица.

**Потпис аутора**

У Београду, \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



## Изјава о истоветности штампане и електронске верзије докторског рада

Име и презиме аутора \_\_\_\_\_

Број индекса \_\_\_\_\_

Студијски програм \_\_\_\_\_

Наслов рада \_\_\_\_\_

Ментор \_\_\_\_\_

Изјављујем да је штампана верзија мог докторског рада истоветна електронској верзији коју сам предао/ла ради похрањена у **Дигиталном репозиторијуму Универзитета у Београду**.

Дозвољавам да се објаве моји лични подаци везани за добијање академског назива доктора наука, као што су име и презиме, година и место рођења и датум одбране рада.

Ови лични подаци могу се објавити на мрежним страницама дигиталне библиотеке, у електронском каталогу и у публикацијама Универзитета у Београду.

**Потпис аутора**

У Београду, \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## Изјава о коришћењу

Овлашћујем Универзитетску библиотеку „Светозар Марковић“ да у Дигитални репозиторијум Универзитета у Београду унесе моју докторску дисертацију под насловом:

---

---

која је моје ауторско дело.

Дисертацију са свим прилозима предао/ла сам у електронском формату погодном за трајно архивирање.

Моју докторску дисертацију похрањену у Дигиталном репозиторијуму Универзитета у Београду и доступну у отвореном приступу могу да користе сви који поштују одредбе садржане у одабраном типу лиценце Креативне заједнице (Creative Commons) за коју сам се одлучио/ла.

1. Ауторство (CC BY)
2. Ауторство – некомерцијално (CC BY-NC)
3. Ауторство – некомерцијално – без прерада (CC BY-NC-ND)
4. Ауторство – некомерцијално – делити под истим условима (CC BY-NC-SA)
5. Ауторство – без прерада (CC BY-ND)
6. Ауторство – делити под истим условима (CC BY-SA)

(Молимо да заокружите само једну од шест понуђених лиценци.  
Кратак опис лиценци је саставни део ове изјаве).

**Потпис аутора**

У Београду, \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

1. **Ауторство.** Дозвољаваате умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела, и прераде, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце, чак и у комерцијалне сврхе. Ово је најслободнија од свих лиценци.
2. **Ауторство – некомерцијално.** Дозвољаваате умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела, и прераде, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце. Ова лиценца не дозвољава комерцијалну употребу дела.
3. **Ауторство – некомерцијално – без прерада.** Дозвољаваате умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела, без промена, преобликовања или употребе дела у свом делу, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце. Ова лиценца не дозвољава комерцијалну употребу дела. У односу на све остале лиценце, овом лиценцом се ограничава највећи обим права коришћења дела.
4. **Ауторство – некомерцијално – делити под истим условима.** Дозвољаваате умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела, и прераде, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце и ако се прерада дистрибуира под истом или сличном лиценцом. Ова лиценца не дозвољава комерцијалну употребу дела и прерада.
5. **Ауторство – без прерада.** Дозвољаваате умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела, без промена, преобликовања или употребе дела у свом делу, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце. Ова лиценца дозвољава комерцијалну употребу дела.
6. **Ауторство – делити под истим условима.** Дозвољаваате умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела, и прераде, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце и ако се прерада дистрибуира под истом или сличном лиценцом. Ова лиценца дозвољава комерцијалну употребу дела и прерада. Слична је софтверским лиценцама, односно лиценцама отвореног кода.