

UDK 316.334.3:005.57
343.611-044.372(497.11)“2023“
Izvorni znanstveni rad
DOI: 10.46917/st.14.1.1
Primljeno 7. rujna 2023.

Političko komuniciranje predsjednika Republike Srbije Aleksandra Vučića uslijed masovnih ubojstava 2023. godine

ANA MLINARIĆ

Sveučilište VERN², Zagreb

doc. dr. sc. NIKOLINA BORČIĆ

Sveučilište VERN², Zagreb

SAŽETAK

Analiza političkog komuniciranja u kriznim okolnostima usmjerena je na strategije i metode koje lideri primjenjuju kako bi se suočili s izazovima i učinkovito upravljali situacijom, čime jačaju povjerenje javnosti. Cilj istraživanja jest analizirati i prikazati pristup komunikaciji predsjednika Srbije, Aleksandra Vučića, tijekom serije masovnih ubojstava u 2023. godini. Navedeni događaj predstavlja nacionalnu tragediju koja je potaknula pitanja o društvenim prilikama i doprinijela političkoj krizi. Uzorak istraživanja čine tri televizijska obraćanja i tri intervjua koje je predsjednik Aleksandar Vučić održao povodom tragedije. Radi identificiranja glavnih tema i podtema izjava Aleksandra Vučića, primijenjena je induktivna kvalitativna analiza teksta, a za analizu komunikacijskih strategija i taktika korištena je kvalitativna analiza sadržaja. Rezultati istraživanja ukazuju na krizno komuniciranje koje se ističe taktikama uvjeravanja, a odabir tema, podtema i perspektiva govorenja zrcali međudnos retoričkog oblikovanja teksta, reakcije na masovna ubojstva te konteksta prosvjedno-političkog okvira.

Ključne riječi: političko komuniciranje, krizna komunikacija, politički imidž, strategije uvjeravanja

1. UVODNI OKVIR

Tragični događaji u Osnovnoj školi Vladislava Ribnikara u Beogradu 3. svibnja i u Malom Orašju i Duboni 5. svibnja 2023., u kojima su dvojica napadača, trinaestogodišnjak i dvadesetjednogodišnjak, oduzeli živote devetnaest osoba, uglavnom djece i mladih, izazvali su val masovnih građanskih protesta u Srbiji. Protesti pod nazivom “Srbija protiv nasilja”, koji su počeli 8. svibnja te se do srpnja¹ 2023. održavaju na tjednoj razini, predstavljaju najznačajniji građanski odgovor na način upravljanja državom i medijima od demokratskih promjena 2000. godine. Ova kolektivna trauma potaknula je brojne rasprave o ključnim društvenim pitanjima, uključujući popularizaciju oružja i društvenu ulogu medija koji romantizirano prikazuju kriminalne figure. Također, ova tragedija otvorila je raspravu o upravljačkom stilu predsjednika Aleksandra Vučića. Pretpostavlja se da se u takvoj atmosferi građanskih prosvjeda i preispitivanja odgovornosti državnih organa u ovim tragičnim događajima Aleksandar Vučić suočio s najvećom krizom upravljanja otkako je 2012. godine preuzeo vodstvo Srpske napredne stranke (Henley, 2023).

U kontekstu društveno-političkih kriza, ključna svrha kriznog komuniciranja je osiguravanje jasnih, točnih i učinkovitih informacija za sve zainteresirane strane, uključujući medije, dionike i širu javnost (Coombs, 2012). U skladu s tim, temom komunikacije za vrijeme krize te odabirom reaktivnih strategija komuniciranja bave se brojni autori, kao što su Jugo, Skoko i Petrović (2021), Novak (2001), Tomić i Milas (2007), Tomić (2012) ili Tomić i Sapunar (2006). S obzirom na prirodu kriznog događaja i okolnosti te mogućnosti djelovanja, nužno je razviti i primijeniti odgovarajuću reaktivnu strategiju. S obzirom na navedeno, Ronald Smith (2017) dijeli reaktivne strategije u sedam kategorija: preventivne mjere, strategije napadačkog odgovora, obrambene taktike, zavaravajuće odgovore, javno iskazivanje empatije, korektivne akcije te strategiju namjerne pasivnosti.

Iako su Smithove strategije primarno usmjerene na komunikaciju unutar organizacija, one su podjednako primjenjive i u političkom diskursu, stoga se u nastavku ovog rada te strategije opisuju kroz potencijal uporabe u političkom kontekstu. Preventivno djelovanje može se tako prepoznati kroz proaktivno iznošenje izjava koje anticipiraju i odvraćaju potencijalne kontroverze. Naprimjer, političar može pravovremeno objaviti financijske podatke kako bi se ogradio od sumnji u korupciju. Taktike napadačkog odgovora uobičajene su u okruženju gdje prevladava politička polarizacija, pri čemu se koriste metode poput napada na osobu ili narušavanja ugleda suparnika radi jačanja vlastite pozicije. Takve metode postaju očite tijekom izbornih kampanja ili prilikom rasprava o spornim zakonodavnim prijedlozima. Obrambeni odgovori mogu uključivati odbijanje priznavanja ili umanjivanje težine optužbi, što je učestalo kada se političari suoče s optužbama za nepravilnosti. Strategije zavaravajućih odgovora manifestiraju se u politici pokušajima preusmjerenja pozornosti s neugodnih tema, poput skandala ili političkih neuspjeha, na teme koje izazivaju manje kontroverze ili su prihvatljivije javnosti. Iskazivanje javnog sažaljenja predstavlja strategiju kojom se političari prikazuju osjetljivima i brižnima prema građanima, osobito u trenucima tragedije ili državnog izvanrednog stanja. Strategija korektivnog ponašanja u političkom se diskursu očituje kada političar prizna pogrešku i poduzme korake za njezino ispravljanje. Promišljeno izbjegavanje reakcije ili strateška šutnja razvidna je u komunikacijskom kontekstu u kojem političar primjerice izostavi odgovor ili reakciju na određenu konkretnu situaciju.

U političkoj kriznoj komunikaciji nerijetko se selektivno pristupa informacijama, naglašavanju i kontekstu radi promicanja određene perspektive, dok se druga perspektiva zanemaruje ili marginalizira (Borčić, 2017), što potencijalno utječe na izbor reaktivne strategije. Odabir strategije odgovora tako je usko povezan s političkim izjavama te s načinom kako mediji prenose informacije. Mediji su s obzirom na svoj pristup izvještavanju o pojedinim osobama ili događajima ključni u oblikovanju javnog mnijenja. Samim tim reprezentacija i komunikacija informacija o specifičnim osobama ili događanjima u medijima imaju snažan utjecaj na javno mnijenje i interpretaciju tih događaja.

1 Istraživanje je provedeno u srpnju 2023., tako da nisu uzeti u obzir prosvjedi koji su se dogodili nakon toga.

2. POLITIČKA KOMUNIKACIJA I IMIDŽ SNAŽNOG VOĐE

U političkom i gospodarskom okruženju česte su promjene, a time i izazovi s kojima se susreću političke vođe i građani. Dio tih promjena ima izravan utjecaj na život građana te je stoga važno na koji će način političke poruke i stavovi biti komunicirani i preneseni, posebice u postčinjeničnom vremenu u kojem sada živimo (Lilleker, 2014). Pretvaranje društva, pa tako i politike u tržište, danas je zahvaljujući globalizaciji i razvoju medija, posebice novih medija snažnije nego ikad, stoga je u kontekstu stvaranja imidža snažnog vođe nužno analizirati način konstrukcije političkih poruka.

Tema je ovog rada prikaz strategija i taktika koje se nalaze u podlozi analiza političkih javnih nastupa. Poruke koje su medijski prenesene ne samo da oblikuju percepciju događaja, već također zrcale i oblikuju društvene stavove. Ono što čini srž svakog društva njegova je politička kultura, koja je intrinzično povezana s ključnim akterima političke komunikacije. U tom se pogledu političkim diskursom stvaraju asimetrični odnosi moći, i implicitno i eksplicitno (Girnth, 2002; Niehr, 2014; Charteris-Black, 2014). Sposobnost razumijevanja jezičnih stilova vodećih političara pruža dublji uvid u njihove strategije. Prema Ng i Bradac (1993) jezik nije tek neutralno sredstvo kojim političari komuniciraju prema javnostima, jezik je alat kojim se stvara, učvršćuje ili umanjuje te narušava dojam o imidžu političkog vođe, a time i njegova moć i utjecaj. Upravo je u tom kontekstu važno analizirati način kreiranja i upravljanja imidžem vodećeg političara.

Sukladno tome, nužno je istaknuti kako političko vodstvo obuhvaća elemente vojnog, pravnog, organizacijskog i drugih oblika vodstva, čineći ga dijelom društvenog vodstva (Tomić, 2021). Vodstvo se, prema Tomiću, temelji na sposobnosti utjecanja i inspiracije kako bi se postigli određeni ciljevi (Tomić, 2021). Kako bi bili uspješni, vođe se moraju prilagoditi i koristiti učinkovite političke alate u suvremenom kontekstu. Tomić (2021) pritom navodi Neustadta (1960) koji ističe važnost želje za moći, vještine pridobivanja podrške i spremnosti za političku borbu. Ovisno o pristupu, vođa može imati demokratski ili autokratski stil autoriteta. Uz demokratski stil, Tomić (2021) spominje važnost komunikacije s timom i sposobnost političkog manevriranja kako bi se izbjegle krize i postigli dogovori. Iako se demokracija čini nespojivom s autokracijom, mnoge parlamentarne demokracije predvođe vođe s pojedinim autokratskim osobinama. Pritom je prilikom zaključka o tome je li političar autokrat, potrebno analizirati njegovu povijest, način korištenja vlasti i druge indikatore poput slobode medija i upravljanja interesnim skupinama (Langer, 1982; Halper, 2010). Jovanović (2018) navodi kako je Vučićev način upravljanja zemljom usko povezan s djelovanjem medija, osobito s dnevnim novinama poput *Alo!* i *Informer*, koje ga istovremeno prikazuju kao iznimno sposobnog vođu i kao žrtvu. Kulić (2020) uspoređuje komunikacijske obrasce Donalda Trumpa i Aleksandra Vučića, ukazujući na sličnost tih obrazaca. Nadalje, Srbija je, prema Indeksu slobode svijeta, u recentnom razdoblju kategorizirana kao djelomično slobodna, s posebno niskim ocjenama za slobodu medija i političke slobode te pritiscima na opoziciju i civilno društvo (Freedom House, 2021, prema Krstić, 2022). Također, nedostatak pravne države, klijentelizam, korupcija te problematični izborni procesi, obilježavaju demokratski pad Srbije, što je istaknuti primjer autoritarnog obrata u regiji (Vladisavljević i sur., 2019, Krstić, 2022). Jednako tako, pojedini mediji način upravljanja državom Aleksandra Vučića stavljaju u kontekst imidža snažnog vođe koji sugerira dojam² autokracije³.

2 Kako nedostaje javno dostupnih te potpuno jednoznačnih znanstveno relevantnih dokaza o autokraciji kao načinu upravljanja državom na primjeru odabranog političara, ovdje se pojam autokracija koristi u kontekstu potencijalne kontrole načina predstavljanja sebe te upravljanja i kreiranja imidža snažnog vođe putem medija.

3 Iako su brojni medijski navodi te naslovi tekstova na portalima koji upućuju na karakterizaciju stila vođenja Aleksandra Vučića kao autokratskog, zbog prostornog se ograničenja stavlja samo jedan od navoda: <https://www.telegram.hr/politika-kriminal/ovako-izgleda-autokracija-vucic-sjedi-okruzen-odabranim-novinarima-odgovara-na-narucena-pitanja/>

3. KONCEPT MOĆI I MOĆ UVJERAVANJA

Ostvarivanje i realizacija moći predstavljaju teme kojima se bave mnogi teoretičari iz tradicije humanističkih i društvenih znanosti. Aristotel (1962) primjerice naglašava prednost vrline nad prisilnom moći. On vjeruje kako moć koja proizlazi iz vrline, odnosno moralne i etičke snage, ima veću vrijednost i stabilnost u odnosu na moć koja se temelji na prisili ili dominaciji. S druge strane, Bertrand Russell (1938) istražuje kako se revolucionarna moć često transformira u tradicionalnu moć, koja se pritom temelji na naslijeđu i stručnosti. Russell naglašava da se takva transformacija moći često događa uslijed sustavnog upravljanja unutar institucija kao što je vlada neke države. S obzirom na navedeno, razvidno je kako moć može evoluirati i promijeniti oblik i osnovu, prelazeći iz jednog stanja u drugo, ovisno o okolnostima i vremenu. Politički se lideri pritom obično oslanjaju na tu tradicionalnu moć kako bi očuvali postojeće sustave (Aristotel, 1962; Russell, 1938, prema Körner i sur., 2022). Moć se pritom shvaća kao vještina utjecaja na druge (Körner i sur., 2022, Anderson i sur., 2012, Fiske, 1993), pri čemu je u pozadini medijalizirano upravljanje narativima kao mogućim sredstvom upravljanja dostupnim resursima. Sintagma snažan lider u kontekstu opisa imidža Aleksandra Vučića može se u tom kontekstu metaforički tumačiti kao komunikacijski izraz zaštite i skrbi za svoj narod te obrane od onih koji narušavaju stabilnost naroda ili države, bilo da su to vanjski ili unutarnji “neprijatelji”. U političkom kontekstu, to implicira da takav lider često koristi komunikacijsku strategiju zrcaljenja javnog mnijenja, što znači da vođe pažljivo slušaju i osjećaju puls nacije, a zatim komuniciraju na način koji odražava aktualne teme i perspektive društva. Takva im metoda prema Mitsikopoulou (2008) omogućuje upravljanje imidžem prema potrebama biračkog tijela, kroz usmjeravanje i oblikovanje komunikacije prema očekivanjima i željama publike. S druge strane, strategija prioriteta javnog interesa stvara sliku vođe kao zaštitnika i predstavnika javnog dobra (Mitsikopoulou, 2008).

Vjerodostojnost komunikatora pritom je ključna u svrhu uvjeravanja te upravljanja dojmom (Kunczik i Zipfel, 2006). Mediji igraju bitnu ulogu u percepciji vjerodostojnosti, pri čemu je važno uzeti u obzir kako u društvima s kontroliranim medijima, gdje nema mnogo izvora informiranja, čak i nevjerodostojne poruke mogu biti smatrane vjerodostojnima (Kunczik i Zipfel, 2006). U svjetlu krizne situacije masovnih ubojstava koja utječe na percepciju društva i komunikacijske poruke predsjednika Aleksandra Vučića, ovdje je relevantno spomenuti kako povećanje straha u komunikaciji može pojačati uvjerljivost poruka (Mongeau, 1998, prema Kunczik i Zipfel, 2006).

Radi analize načina prijenosa poruka odabranog političara uslijed kriznog događaja, u radu su preuzeti opisi pojedinih tehnika manipulacije prema Mireli Španjol Marković (2016), koje su u skladu s realizacijom strategija zrcaljenja javnog mnijenja te prioriteta javnog interesa na temelju kreiranja kontrasta u podtekstu. Tako naprimjer, u tehnici planirane mogućnosti izbora osoba nudi dvije opcije, ali obje su u njezinu interesu, kao što je primjer “Hoćete li potpisati ugovor danas ili sutra?”, bez mogućnosti da se ugovor ne potpiše. Projiciranje uključuje pripisivanje neželjenog ponašanja trećoj osobi kako bi se odvratila pažnja od stvarnog ponašanja. U prividnom kompromisu, čini se kao da je postignut kompromis izborom trećeg kandidata, iako je taj kandidat zapravo prva opcija jedne od strana. Pripisivanje simptoma predstavlja taktiku čijom se upotrebom unaprijed nagađa očekivana reakcija sugovornika kako bi se obeshrabrila njegova reakcija. Emocionalizacija potiče emocije ili osjećaj krivnje kod sugovornika. S druge strane, prikazivanje situacije u negativnom svjetlu podrazumijeva inicijalno preuveličavanje problema kako bi se pravo stanje stvari poslije činilo manje ozbiljnim. Metoda “klijesta” ili “dobar momak-loš momak” koristi se kako bi se iznudilo odgovor ili suradnja od sugovornika kroz kombinaciju grube i nježne taktike. Naposljetku, taktika uvrijeđenosti koristi kulturne ili društvene predrasude kako bi se stekla prednost u komunikaciji ili pregovorima. Tehnike su nadalje dopunjene propagandnim metodama kako ih je opisao Ivan Šiber (2003).

Ivan Šiber definira propagandne tehnike kao vještine oblikovanja poruka za efikasno djelovanje na primatelja, često se oslanjajući na emocionalne komponente stava ili osjećaj ugroženosti (2003). U kontekstu političkog diskursa, Šiber ističe nekoliko propagandnih metoda. "Emocionalni sendvič" koristi snažne emotivne apele na početku i kraju poruke, dok je središnji dio racionalan. "Prijenos emocija" i "tehnika povezanih stavova" povezuju neutralni sadržaj s pozitivnim emocijama ili vrijednostima. Emocionalno nabijene riječi i "zamjena imena" koriste se za evociranje snažnih osjećaja, dok upotreba stereotipa teži pojednostavljanju i suprotstavljanju protivničke strane. Taktike usmjerene na osjećaj ugroženosti posebno su efektne prema onima koji nemaju jasno definirane stavove ili pristup informacijama (Šiber). Naposljetku, "upotreba autoriteta", popularnost pojedinih osoba, i "manipulacija konformizmom" koriste se kako bi se promovirala određena poruka ili ideja putem utjecajnih figura ili apela na masovnu pripadnost i prihvaćenost.

4. ISTRAŽIVANJE

4.1. Društveno-politički okvir

Aleksandar Vučić, srpski političar s dugogodišnjim stažem, započeo je karijeru 1990. godine kao član Srpske radikalne stranke (SRS). Nakon razlaza s vođom SRS-a Vojislavom Šešeljom, 2008. godine s Tomislavom Nikolićem osniva Srpsku naprednu stranku (SNS). Nakon predsjedničkih i parlamentarnih izbora 2012. Vučić i Nikolić preuzimaju vlast, usmjeravajući politiku SNS-a nominalno u proeuropskom smjeru. Vučić postaje premijer 2014., a 2017. godine predsjednik Srbije te je do trenutka pisanja ovog rada, odnosno srpnja 2023. godine, na toj političkoj poziciji. Prema indeksu slobode u svijetu i razvoju demokracije na stranici *Reporters without borders*, stoji kako „u snažno polariziranom političkom okruženju, novinari redovito postaju meta političkih napada koje potiču članovi vladajuće elite, a koje pojačavaju određene nacionalne televizijske mreže“ (*Reporters without borders*, 2023)⁴. Otpor prema načinu upravljanja Aleksandra Vučića državom raste, uključujući aktivnosti opozicijskih stranaka, pojedinih akademika te grupa građana. U tom je kontekstu nužno spomenuti prosvjede "Jedan od pet milijuna" 2018. godine protiv nasilja, korupcije i medijske represije. Prosvjedi protiv vlasti Aleksandra Vučića i SNS-a nastavljeni su i nakon toga, posebno 2020. zbog načina upravljanja pandemijom COVID-19, kao i 2021. godine povodom najavljenih planova kompanije "Rio Tinto" za eksploatacije litija u bazenu rijeke Jadar u zapadnoj Srbiji. Prosvjedi "Srbija protiv nasilja", kao reakcija na spomenuta ubojstva, predstavljaju značajan izazov za vlast Aleksandra Vučića (usp. Mlinarić, 2023).

4.2. Metodologija

Cilj ovoga istraživanja je analiza komunikacijskih obrazaca koji se koriste u govorima i izjavama predsjednika Republike Srbije Aleksandra Vučića u kontekstu dva tragična slučaja masovnih ubojstava koja su se dogodila u svibnju 2023. godine. Slučajevi masovnog ubojstva predstavljaju ekstremne primjere kriznih situacija u kojima se očekuje učinkovito upravljanje krizom. Ulogu lidera pritom preuzimaju osobe na najvišim društvenim, odnosno političkim pozicijama. Sukladno navedenom, ovdje je fokus na analizi komunikacije predsjednika Aleksandra Vučića u razdoblju od mjesec dana nakon što su se dogodili tragični slučajevi.

Jedinica istraživanja jedno je televizijsko obraćanje i/ili intervju koji je predsjednik Aleksandar Vučić dao na nekom od televizijskih kanala povodom tragedije koja je zadesila srpsko društvo. Sukladno tome, istraživanje obuhvaća uzorak koji se sastoji od obraćanja predsjednika Aleksandra Vučića u

4 *Reporters without borders* (n.d.). Preuzeto s: <https://rsf.org/en/country/serbia> (30.7.2023.)

zgradi Predsjedništva Republike Srbije 3. svibnja 2023. godine⁵ (u trajanju od 65 minuta), potom na istom mjestu 5. svibnja⁶ (u trajanju od 38 minuta), nadalje intervju u središnjem dnevniku Radioteleviziji Srbije 7. svibnja 2023. godine⁷ (u trajanju od 43 minute), u emisiji Ćirilica na TV Happy 8. svibnja 2023. godine⁸ (u trajanju od 1 sat i 53 minute), te televiziji Pink 9. svibnja 2023. godine⁹. Posljednje obraćanje koje je obuhvaćeno uzorkom zajedničko je televizijsko obraćanje premijerke Republike Srbije Ane Brnabić te predsjednika Aleksandra Vučića u zgradi Predsjedništva Republike Srbije 7. lipnja 2023. godine, pri čemu su analizom obuhvaćeni samo dijelovi obraćanja Aleksandra Vučića, dok je obraćanje Ane Brnabić u potpunosti izostavljeno. U prikazu rezultata, emisije koje su izvor navode se u zagradama i to kao kratice koje sadrže početno slovo imena i prezimena predsjednika, datum emitiranja, format (obraćanje /intervju) te televiziju ako se radi o intervjuu.

U istraživanju se koristi induktivna kvalitativna analiza teksta radi utvrđivanja glavnih tema i podtema u obraćanjima novinarima i intervjuima predsjednika Republike Srbije Aleksandra Vučića. Takav pristup omogućuje sažimanje informacija iz teksta te stvaranje veza između ciljeva istraživanja i odabranih dijelova teksta koji se analiziraju. Uz to, provodi se i kvalitativna analiza sadržaja koja omogućuje dublji uvid u komunikacijske taktike vezane za različite teme i podteme iznesene u izjavama. Induktivni pristup usmjeren je na tumačenje tematskih kategorija, dok kvalitativna analiza sadržaja istražuje kontekst i jezične strategije koje Aleksandar Vučić koristi u svojoj komunikaciji.

U skladu s navedenim, postavljena su sljedeća istraživačka pitanja:

IP 1: Koje su teme i podteme zastupljene u obraćanjima i intervjuima Aleksandra Vučića nakon masovnih ubojstava 2023. godine?

IP 2: Koje se perspektive te koji se sadržajni elementi pojedine teme naglašavaju govorom o toj temi/podtemi?

IP 3: Koje strategije i taktike koristi Aleksandar Vučić u komunikaciji o temama i podtemama u analiziranom uzorku?

IP 4: Je li način komunikacije Aleksandra Vučića jasno usmjeren na svrhovito i uspješno upravljanje krizom ili je fokus stavljen na učvršćivanje vlastite političke pozicije?

U prvoj fazi istraživanja analizirana je prisutnost tema i podtema. Zatim je provedena analiza sadržaja obraćanja i intervjuja za svaku temu posebno, na temelju varijabla analitičke matrice: tonu stava, definiranju odgovornosti (ili prebacivanju odgovornosti), načinu izražavanja o uzrocima i krivcima tragedije, kategorizaciji žrtve, okviru argumentacije (*etos*, *logos*, *patos*) te identifikaciji taktika smatranih manipulativnima i propagandnima sukladno Ivanu Šiberu (2003) i Mireli Španjol Marković (2016). Glavni cilj analize sadržaja jest pružiti uvid u učestalost odabranih tema i podtema te identificirati komunikacijske promjene kroz vrijeme. U prikazu rezultata istaknute su pritom dominantne teme i podteme s primjerima jezičnih taktika. Treba napomenuti da su rezultati istraživanja te interpretacija važeći samo za analizirani uzorak, no unatoč tome potencijalno ukazuju na uobičajeni način javne komunikacije srbijanskog predsjednika.

5 Obračanje Aleksandra Vučića, 3. svibnja 2023. Preuzeto s: <https://www.youtube.com/watch?v=He79M9TdHm8> (30.6.2023.)

6 Obračanje Aleksandra Vučića, 5. svibnja 2023. Preuzeto s: <https://www.youtube.com/watch?v=LLA3sXqyg5s> (30.6.2023.)

7 Intervju Aleksandra Vučića 7. svibnja 2023. Preuzeto s: <https://www.youtube.com/watch?v=WJ2Leaes7A4>

8 Intervju Aleksandra Vučića 9. svibnja 2023. Preuzeto s: <https://www.youtube.com/watch?v=KkaSr53klv4&t=4062s> (30.6.2023.)

9 Analiza intervjuja na RTV Pink napravljena je prema dostupnim isječcima iz intervjuja, na različitim platformama jer sam intervju u cijelosti autorice nisu uspjeli pronaći na nijednoj medijskoj platformi.

4.3. Analiza rezultata

Sadržajni dizajn tema i podtema u analiziranom uzorku

U prvoj fazi istraživanja analizirane su teme i podteme prisutne u govorima i intervjuima, i to konkretno događaj masovnog ubojstva, odnos prema žrtvama, njihovim obiteljima i ubojicama, odnos prema dionicima društva poput oporbe i Vlade, uzroci i krivci, preventivne mjere i strateško djelovanje te uloga i ponašanje predsjednika. U kontekstu analiza tema i podtema koje je Aleksandar Vučić koristio kao komunikacijske okvire i strategije, nužno je naznačiti kako su prva dva obraćanja (3. svibnja i 5. svibnja) održana u danima nacionalnog žalovanja prije nego je najavljen i održan prvi prosvjed "Srbija protiv nasilja". Rezultati se navode odvojeno za obraćanja, odnosno tiskovne konferencije te intervju u odabranim emisijama na odabranim televizijskim kanalima. Navedeni su prvo u tabličnom formatu (Tablica 4.1 i 4.2) te potom narativno, nastavno na rezultate analize. U tablici su navedene perspektive, retorička specifičnost u smislu načina govora ili uloge iz koje govori te sadržajni elementi kroz koje Aleksandar Vučić pristupa spomenutim temama. U izjavama gdje specifičnost nije identificirana, to je također navedeno. Rezultati ove faze analize prikazani su u tablicama 4.1. i 4.2. te popraćeni narativnim opisom tematskih usmjerenja.

Tablica broj 4.1. Tematski sadržajni dizajn analiziranih obraćanja

Obraćanje Tema /podtema	Obraćanje 3. 5., Predsjedništvo Republike Srbije	Obraćanje 5. 5., Predsjedništvo Republike Srbije	Obraćanje 7. 6., Predsjedništvo Republike Srbije
dogadaj (masovno ubojstvo)	detalji ubojstva, kategorizacija događaja, emocionalan stav prema događaju	kategorizacija djela, umanjivanje, usporedba sa stranim zemljama, usporedba s prethodnim ubojstvima	ne može se utvrditi
odnos prema žrtvama i njihovim obiteljima	sućut, pozivanje na jedinstvo	sućut, pozivanje na jedinstvo	uvidavnost, bez iznošenja detalja
odnos prema ubojicama	odnos ubojice i okoline	oštra retorika, hiperbolizirano etiketiranje, prijetnje oštrim sankcijama, promjena retorike prema obitelji ubojice	ne može se utvrditi
odnos prema dionicima u društvu (društvo, oporba, Vlada, javne službe, sudionici prosvjeda “Srbija protiv nasilja”)	pohvala dionika državnog aparata, kritika medija i roditelja u Srbiji	Vlada u ulozi žrtve, prijetnje oporbi, pohvale dionicima državnog aparata, zahvalnost roditeljima, kritika nastavnika, medija i oporbe	najava izbora, obećana povećanja primanja, kritika političkih dionika, medija i njihovih vlasnika, podijeljeni stav prema prosvjednicima, kritika susjedstva
uzroci i krivci	obitelj ubojice, moderne tehnologije i suvremeni svijet, kolektivna odgovornost	nemogućnost predviđanja događaja	ne može se utvrditi
prevencija i strateško djelovanje (najava i diskusija o potencijalnim mjerama)	mjere za kažnjavanje maloljetnih počinitelja, mjere za veću sigurnost djece	novе mjere, okolnosti uvođenja novih mjera	činjenice o zapljeni oružja
uloga i ponašanje predsjednika	uloga zabrinutog oca, kritičar roditelja i medija, dobronamjeren predlagatelj zakona	zahvalan predsjednik, predsjednik koji želi ujediniti, predsjednik kojem je teško	borac protiv korupcije, meta političkih i medijskih obmana, predsjednik koji trpi, predsjednik koji je tolerantan prema kritičarima

Izvor: Mlinarić¹⁰ (2023)

Prva dva javna obraćanja Aleksandra Vučića, održana 3. i 5. svibnja, započela su s nacionalnim žalovanjem i prethodila su prvom prosvjedu “Srbija protiv nasilja”. Na temelju informacija iz Tablice broj 4.1. dominantne teme tijekom ta dva obraćanja bile su usmjerene na tragični incident. Vučić se manje osvrtao na žrtve, a više na ubojicu, dajući mnoge informacije o njemu, njegovoj obitelji i mjerama koje će Vlada provesti protiv nasilja. Izbjegavao je govoriti o vlastitoj ili odgovornosti vlasti, dok je naglašavao kolektivnu odgovornost i pozivao na jedinstvo. Mjesec dana nakon toga, 7. lipnja 2023. godine, Vučić se ponovno obraća javnosti, ali u drugačijem društveno-političkom okruženju. Prosvjedi “Srbija protiv nasilja” tijekom kojih su građani tražili njegovu ostavku, održavaju se već pet tjedana zaredom. U tom se kontekstu analizira to obraćanje u kome je fokus bio na prosvjedima,

10 Rad se jednim dijelom temelji na završnom radu Ane Mlinarić na temu Političko komuniciranje predsjednika Republike Srbije Aleksandra Vučića uslijed masovnih ubojstava 2023. godine, pod mentorstvom doc. dr. sc. Nikoline Borčić. Završni rad obranjen je u srpnju 2023. godine na Sveučilištu VERN⁷ te se zbog toga kod autorice Ane Mlinarić navodi Sveučilište VERN⁷ kao afilijacija. U pripremi za objavljivanje, rad je sadržajno doraden kako u teorijskom, tako i u istraživačkom dijelu, no nužno je naglasiti kako je istraživački prikaz rezultata većim dijelom utemeljen na rezultatima prikazanim u završnom radu.

oporbi i najavi prijevremenih izbora. Analiza je pokazala da je Vučić naglasio povećanje primanja, dok je kontinuirano građane pozivao na jedinstvo. U suprotnosti s prethodnom analizom Vučićevih obraćanja, druga tablica se fokusira na intervjue koje je dao za RTS 7. svibnja, Happy TV 8. svibnja i Pink TV 9. svibnja 2023. Prema istraživanju Ureda za društvena istraživanja (BIRODI)¹¹ javni servis RTS nije posvetio niti jednu negativnu minutu Vučiću u prvih pet mjeseci te godine. Uz to, važno je istaknuti da Vučić najčešće gostuje samo na tim televizijama i izbjegava druge poput N1 i Nova S.

Tablica broj 4.2. Tematski sadržajni dizajn analiziranih intervjua

Obraćanje Tema/podtema	TV intervju 7. 5., središnji Dnevnik RTS-a	TV intervju 8. 5., emisija Ćirilica, Happy TV	TV intervju 9. 5., TV Pink
događaj (masovno ubojstvo)	svjetski trend, već se događalo, usporedba sa svjetskim slučajevima, usporedba s Kosovom	ne može se definirati	ne može se definirati
odnos prema žrtvama i njihovim obiteljima	emotivno etiketiranje žrtve, suosjećanje s obiteljima	on sućutan, a oporba ih iskoristila	ne može se definirati
odnos prema ubojicama	ne može se utvrditi	iznošenje mogućih motiva	ne može se definirati
odnos prema dionicima u društvu (društvo, oporba, Vlada, javne službe, sudionici prosvjeda “Srbija protiv nasilja”)	kritike bez definicije kome se obraća, poziv na jedinstvo, kritika oporbe i medija, mogućnost ostavki, podilaženje dionicima u društvu	etiketiranje oporbe, dvojni stavovi prema prosvjednicima, vanjski neprijatelji, unutarnji neprijatelji	unutarnji i vanjski neprijatelji, etiketiranje prosvjednika, podilaženje dionicima u društvu
uzroci i krivci	psihičko stanje ubojica, obrana <i>reality</i> programa, rasprostranjeno nasilje	suvremeni svijet	obrana <i>reality</i> programa
prevencija i strateško djelovanje (najava i diskusija o potencijalnim mjerama)	naglašava jačinu mjera, otvorenost za prijedloge, rasprava o društvenim mrežama	otvorenost za prijedloge, društvene mreže	otvorenost za prijedloge
uloga i ponašanje predsjednika	borac protiv otpora, zadovoljan roditelj, uspješan predsjednik	žrtva napada, uspješan predsjednik	obazrivi predsjednik, uspješan predsjednik, predsjednik pod pritiscima partnera vlastite stranke, tajkuna

Izvor: Mlinarić (2023)

Iz analize prikazane u Tablici broj 4.2. koja obuhvaća intervjue predsjednika Srbije, vidljivo je kako je Aleksandar Vučić postupno smanjivao tematski fokus na žrtve i tragični incident. Uz česte pozive na jedinstvo naroda, koji je dosljedno iznosio u svim analiziranim javnim obraćanjima, nastojao je relativizirati tragičnost događaja uspoređujući ga s drugim globalnim tragedijama. U tom kontekstu, svaki intervju (od 7. do 9. lipnja) uslijedio je nakon neočekivano masovnog prvog prosvjeda “Srbija protiv nasilja”, tijekom kojeg su prosvjednici upirali prstom prema Vučiću zbog društvenog stanja u zemlji. U spomenutim intervjuima, predsjednik Vučić često je isticao unutarnje i vanjske “neprijatelje”, optužujući oporbu za destabilizaciju i antisrpsko djelovanje. Posebno se ističe tema kontroverzne *reality* emisije “Zadruga”, emitirane na televiziji Pink. Iako su postojali zahtjevi

¹¹ Birodi. Preuzeto s: <https://www.birodi.rs/birodi-predsednik-vucic-vise-od-pet-meseci-bez-negativne-sekunde-u-dnevniku-2-rt-s-a/> (30.6.2023.)

za njezinim ukidanjem, Vučić je branio emisiju, tvrdeći da djeca više nasilja vide na internetu nego na televiziji. U intervjuima nije bilo kritičkih pitanja upućenih predsjedniku. Analizirajući sve navedene intervjue, postaje jasno da je Vučićeva retorika bila prilagođena prosvjednicima. U prva dva intervjua pokušao ih je kategorizirati na one koje je smatrao manipuliranim ili nasilnim te one s dobrim namjerama. Tijekom intervjua na Pinku 9. svibnja, nazvao ih je „lešinarima”, što će kasnije dobiti ironičan odgovor od samih prosvjednika u vidu njihova dolaska na prosvjede s dekorativnim obilježjima „lešinara“. Još jedna primjetna strategija u intervjuima bila je stvaranje slike „vanjskog neprijatelja”. Iako je to ponekad bilo formulirano općenito, na televiziji Pink Aleksandar Vučić je izravno prozvao Hrvatsku, optužujući je da je instrumentalizirala tragediju.

Dominantne komunikacijske strategije i taktike Aleksandra Vučića u analiziranom uzorku

Dominantne komunikacijske strategije i taktike Aleksandra Vučića u analiziranom uzorku predstavljaju ključan fokus ovog istraživanja. Istraživanje ima za cilj identificirati načine na koje Vučić oblikuje svoju komunikaciju prema javnosti, bilo da se radi o činjeničnom navođenju, oslanjanju na vjerodostojnost ili apelima na emocije. U Tablici broj 4.3. prikazuju se rezultati koji otkrivaju odnos načina argumentacije (*logos*, *patos* i *etos*) te elementa teme, načina govora ili uloge iz koje govori, a koje su navedene i opisane u prethodnom tekstu i tablicama. U nastavku su navedeni narativni opisi korištenih jezičnih taktika uz pojedine primjere.

Tablica broj 4.3. Dominantne taktike i strategije u analiziranim obraćanjima i intervjuima

Argumentacijski okvir / obraćanje/intervju	Logos kao argumentacijski okvir	Etos kao argumentacijski okvir	Patos kao argumentacijski okvir
Obraćanje 3. 5., Predsjedništvo Srbije	detalji o ubojici i njegovoj obitelji, detalji o događaju, podaci o mjerama	govori iz pozicije predsjednika, govori iz pozicije zabrinutog roditelja	emotivna kategorizacija događaja i žrtava, emotivna ucjena građana i novinara, poziv na jedinstvo
Obraćanje 5. 5., Predsjedništvo Srbije	precizni podaci o mjerama	govori iz pozicije predsjednika, pozicija roditelja zadovoljnog mjerama, pozicija pravедnika	emotivna kategorizacija žrtava i događaja, hiperbolizirano etiketiranje ubojica i njihovih obitelji, domoljubne emocije
Obraćanje 7. 6., Predsjedništvo Srbije	podaci o terminu izbora, detaljni podaci o predizbornim mjerama, koristi ploču kao pomagalo, koristi matematičke izračune	govori iz pozicije predsjednika	emotivno dodvoravanje skupinama kojima povećava primanja, kategoriziranje pozicije predsjednika - od izloženog napadima, do demokratskog i tolerantnog
TV intervju 7. 5., središnji Dnevnik RTS-a	podaci o zaplijenjenom oružju, mjerama	pozicija predsjednika i roditelja zadovoljnog mjerama	emotivno kategoriziranje žrtava, emotivno dodvoravanje ženama i majkama, pripisuje si ulogu žrtve i ulogu nepokolebljivog državnika
TV intervju 8. 5., emisija Ćirilica, Happy TV	podaci o mjerama	govori iz pozicije roditelja	emotivno kategoriziranje žrtve, etiketiranje oporbe, predsjednik u ulozi žrtve
TV intervju 9. 5., TV Pink	podaci o mjerama	tezu o mržnji u susjedstvu izgovara iz pozicije etniciteta	etiketiranje vanjskih neprijatelja, hiperbolizirano etiketiranje prosvjednika

Iz analize obraćanja i intervjuja Aleksandra Vučića moguće je zaključiti da strateška upotreba emocionalizacije igra ključnu ulogu u oblikovanju njegove komunikacije s javnošću. Emocionalizacija ne samo da pruža platformu za izražavanje suosjećanja i solidarnosti s građanima, već i služi kao sredstvo za poticanje jedinstva i kolektivnog identiteta. Ovakva strategija, dok u nekim kontekstima može biti viđena kao iskrena i autentična, u drugima se može interpretirati kao upravljanje dojmom i pokušajem oblikovanja javnog mnijenja. Uspješnost takve taktike ovisi o različitim faktorima, uključujući trenutačno društveno-političko okruženje, povijest liderove komunikacije i percepciju javnosti. U svakom slučaju, upotreba emocionalizacije kao strategije komunikacije ukazuje na razumijevanje složenosti ljudske psihologije i važnosti emocija u oblikovanju percepcija i stavova. U tom kontekstu, u prvom obraćanju predsjednika Republike Srbije Aleksandra Vučića u zgradi Predsjedništva 3. svibnja 2023. godine, vidljive su duge pauze u govoru, često gledanje u stol umjesto u novinare i televizijske kamere. Gledajući iz perspektive žrtava, Aleksandar Vučić je izrazio suosjećanje s roditeljima kroz rečenicu koju je više puta ponavljao: *“Decu roditeljima vratiti ne možemo.”* Koristeći emocionalizaciju kao taktiku, predsjednik Vučić u obraćanju građane poziva na jedinstvo. To je vidljivo kroz izjave koje imaju elemente hiperbole, koje potiču strategiju homogenizacije, kao što je rečenica *“Srbija u tuzi ujedinjena, ta tuga je tolika da ne pamtimo veću.”* Osim toga, kroz ovu i slične izjave, predsjednik Vučić koristi taktiku projekcije kojom stvara dojam kolektivne odgovornosti, a što je vidljivo i u primjerima gdje je posebno naglašena kolektivna perspektiva: *“pitanje za naše društvo, celu naciju, našeg opstanka pitanje za celu naciju”* te *“trebamo da ispitujemo gde je pogrešio sistem, gde leži odgovornost svakog od nas”*.

Drugo obraćanje predsjednika Republike Srbije Aleksandra Vučića u zgradi Predsjedništva 5. svibnja 2023. karakterizira naglašavanje nacionalnih osjećaja te emotivna usmjerenost prema ženama, što je vidljivo iz primjera: *“te naše majke i bake, te žene – naše građanke Srbije; nitko ne može pobijediti njihovu brigu, ljubav i snagu”*. Uz to, predsjednik apelira na širu zajednicu kroz izjave poput *“imat ćemo snage da pobedimo ovo zlo”* i *“molim ljude da budu uz svoju državu, a država će znati kako se obračunati sa zlikovcima”*. Iz ovakvih rečenica jasno proizlazi primjena strategije emocionalizacije i taktike emotivno otežanih riječi. Takav diskurs nije neuobičajen za Vučića i često se javlja u dvostrukom kontekstu – i pozitivnom i negativnom. U svom drugom obraćanju, predsjednik koristi taktiku imenovanja (Šiber, 2003), nazivajući počinitelje emotivno otežanim izrazima kao što su *“monstrumi”*, kako bi dodatno potencirao njihovu negativnu ulogu i osigurao jasnu distinkciju između njih i naroda, kao u *“monstrumi neće pobeći nigde i neće izaći nikada, neće izaći nikada i to ljudi u Srbiji treba da znaju, pravde će biti. Ni onaj mali monstrum ni ovaj nešto veći monstrum po godinama samo (...)”*. Osjećaj odgovornosti za provođenje pravde također je prisutan u Vučićevom izlaganju. Koristi izjave poput *“pa bit će mešaš se u pravosuđe, pala muha na medveda, ionako sam diktator, majmun, stoka i sve ostalo...”*. Kroz ovakvu retoriku predsjednik primjenjuje taktiku samonazivanja negativnim etiketama, čime želi predstaviti sebe u svjetlu osobe kojoj je pravda važnija od vlastita imidža. Time ostavlja dojam snažnog i nepokolebljivog vođe, koji svoj narod stavlja ispred sebe. Sličan je primjer i izjave u kojem ostavlja dojam da se vodi onim što smatra pravednim, bez obzira na pravne okvire i posljedice po njega samog, kao konkretno u sljedećem primjeru: *“i da vam kažem, ja sam jutros predložio predsjednici vlade da mi lepo vratimo smrtnu kaznu, ali ona i Vlada su protiv jer bi uz Bjelorusiju imali jedini (...) i ja sam nekad bio protiv. Gorko se kajem što sam imao takav politički stav.”* Ova strategija se dakle nastavlja i kroz njegove izjave u kojima iznosi stavove koji se možda ne uklapaju u općeprihvaćene pravne norme, ali ističu želju za pravdom, kao što je to slučaj s predloženim povratkom smrtno kazne. Ovim pristupom Vučić želi naglasiti svoju ulogu kao čuvara pravde, čak i kada su u pitanju kontroverzne mjere.

U intervjuu za središnji dnevnik RTS-a, održanom 7. svibnja 2023. godine, Aleksandar Vučić komunicira o tragičnom događaju, stavljajući ga u širi kontekst globalnih tragedija. To je vidljivo iz izjave kojom upućuje na slične tragedije u drugim dijelovima svijeta: *“u Americi ste imali više masovnih ubojstava ove godine nego što je proteklo dana u ovoj godini”*. Ovakvim pristupom Vučić primjenjuje taktiku implicitnog umanjivanja ozbiljnosti situacije, sugerirajući da su tragedije neizbježni dio globalne stvarnosti. Izjava *“za tri dana će opet vest dana biti Kosovo i Metohija jer znam što sledi i mnogi drugi s potencijalno mnogo većim brojem problema nego što je čak i ova stravična tragedija”* dodatno svjedoči o ovoj taktici, postavljajući trenutnu situaciju u kontekst drugih, potencijalno još težih problema. U komunikaciji prema oporbi, Vučić koristi taktiku manipulacije konformizmom, sugerirajući da planirani prosvjedi mogu narušiti društvenu stabilnost. Primjenjuje metodu prikazivanja situacije u negativnom svjetlu, kritizirajući oporbene aktere kroz rečenicu: *“unosí se potpuni kaos u zemlju zato što to netko neodgovoran ili nedovoljno sposoban da bilo što ponudi narodu od svojih programa, planova rešenja”*. Dodatno, koristi tehniku pripisivanja simptoma i projiciranja kako bi sugerirao da postupci oporbe nisu u skladu sa žalovanjem roditelja ubijene djece što se vidi iz ovog primjera: *“to je uvreda za žrtve, uvreda za sve, pa nisu sahranili decu, a neki su počeli da govore o politici”*. Retorika Aleksandra Vučića u tom dijelu intervjua reflektira kombinaciju taktika i strategija kojima želi kontekstualizirati trenutnu situaciju, umanjiti težinu tragedije usporedbom s drugim globalnim problemima te kritizirati oporbu kroz različite tehnike. Kroz ovakvu komunikaciju, on pokušava oblikovati percepciju javnosti i postaviti se kao stabilizirajući čimbenik u trenucima krize, dok istodobno stvara negativan narativ o oporbi.

Aleksandar Vučić iskazuje slojevitú komunikacijsku strategiju kojom nastoji oblikovati percepciju javnosti prema njemu i mjerama koje je vlada uvela. Odabirom jezičnih taktika, prezentira sliku o sebi kao odgovornoj osobi, koja, unatoč mogućim negativnim percepcijama, donosi odluke koje smatra ispravnima za veće dobro. Na primjer, kada govori o mjerama oduzimanja oružja, jasno ističe svjesnost koliko će ga ljudi zbog toga možda mrziti, ali u isto vrijeme vjeruje da će ga majke razumjeti i podržati - *“kao što sada preuzimam na sebe teret jer znam koliko će me ljudi mrziti zbog oduzimanja oružja, ali znam da će svaka majka da me voli”*. Istovremeno, Vučić se osjeća kao da je često pod kritikom i osudom javnosti. Ovaj osjećaj izražava kroz izjave poput one u kojoj naglašava kako se 11 godina bori za svoju zemlju, dajući sve od sebe da postupa časno i pravedno. Upotrebom jezične taktike projekcije, Vučić želi pokazati svoju nepokolebljivost i odanost zemlji, bez obzira na prepreke i kritike s kojima se susreće. Neki od primjer taktike projekcije sljedeći su dijelovi izjave: *“kad je netko krivac, to je Vučić. 11 godina dajem sve od sebe, 11 godina se borim”* i *“dao sam sve od sebe da ne ukradem ni dinar da se ne obogatim i da napravim sve što mogu za svoju zemlju”*. Dodatno, kroz izjavu *“Hoćete naše ostavke? Razgovarat ćemo.”*, Vučić pokazuje prividnu otvorenost prema mogućoj ostavci, sugerirajući svoju spremnost na žrtvu za državu. Međutim, upotrebom riječi *“razgovarat ćemo”*, ostavlja dojam da je riječ o otvorenom pitanju, a ne o fiksnom obećanju.

U dvosatnom intervjuu predsjednika Republike Srbije Aleksandra Vučića na televiziji Happy 8. svibnja 2023. godine, dinamika razgovora bila je oprimjerena videoizjavama koje je predsjednik komentirao u studiju. Tijekom ovog razgovora Vučić je koristio različite komunikacijske taktike. Kao primjer, koristio je tehniku prikazivanja teme u negativnom svjetlu, o čemu svjedoči njegov komentar o srpskoj zastavi koju oporbene članovi, po njemu, vide kao *“crvenu maramu”*. Uz to, nazvao je oporbene grupe *“antisrpskima”*, koristeći tehniku zamjene imena kako bi ih opisao u negativnom kontekstu. Pored toga, u kontekstu regionalnih odnosa, Vučić se pozicionirao kao žrtva, predstavljajući susjedne zemlje kao neprijatelje motivirane zavišću. Kao primjer naveo je ekonomski i vojni napredak Srbije te istaknuo kako Srbija više nije *“đak za udaranje”* ili *“kanta za nabijanje”*. Kad je riječ o pitanjima obrazovanja, Vučić je istaknuo važnost slušanja roditelja, čak i ako njihovi

prijedlozi nisu nužno u skladu s stručnim mišljenjima. Kroz ovu izjavu naglasio je važnost pridavanja pažnje mišljenjima građana, sugerirajući da njihove želje trebaju biti prioritet. Sve ove taktike pružaju uvid u Vučićev pristup komunikaciji s javnošću, kojim pokušava balansirati između potrebe za pokazivanjem snage i osjetljivosti prema potrebama građana, što je vidljivo i u sljedećim primjerima: “(...) primetili ste, za njih je srpska zastava poput crvene marame... gde god vide srpsku zastavu samo gledaju da ju rastrgaju. Tu sad imate više grupa jedna su tzv. levo anarholiberalne grupe, tzv. građanski aktivisti, ustvari antisrpske, ogoljene antisrpske orjentacije (...)”; “(...) Svi će pokušavati, kada smo već bili kod regije, da uruše Srbiju. Ne zaboravite da smo mi pokazali ekonomski najveći napredak, pokazali najbrži napredak naše vojske i jasno im je da više nismo đak za udaranje, nismo kanta za nabijanje i zato je potrebno strukturalno udarati Srbiju sa svih strana (...)”; “(...) naše je da čujemo roditelje da slušamo roditelje makar to ne bilo najbolje rešenje (...)”.

U gostovanju na televiziji Pink 8. svibnja 2023., predsjednik Aleksandar Vučić jasno je istaknuo svoj stav o tome kako vidi ulogu i odnose Srbije s njezinim susjedima te s oporbom unutar zemlje. Način na koji se izražavao pruža uvid u sofisticiranu komunikacijsku taktiku koja cilja na određene segmente srpske javnosti. Kroz retoriku o “unutarnjim” i “vanjskim” neprijateljima, Vučić pokušava oblikovati percepciju javnosti prema vanjskim faktorima, posebno susjedima poput Hrvatske: “Svi su nas napali i mislili su iskoristiti našu tragediju. Hrvatska se posebno ističe tu. Ja mislim da nitko njihov, njihov predsjednik ili premijer, nikad nije dobio takav publicitet kakav ja imam u njihovim medijima. Što mislite, zašto je tako? Je li to zbog prevelike ljubavi ili prevelike brige?”. Korištenje retorike o “napadima” i upitima poput onih o “prevelikoj ljubavi ili brizi” susjednih zemalja služi kao alat za zbijanje redova nacionalistički orijentiranih birača. U svjetlu složenih povijesnih odnosa između Srbije i Hrvatske, takvi komentari, umjesto da pružaju rješenja, dodatno kompliciraju bilateralne odnose. Također, Vučić se često oslanja na taktiku zamjene imena kako bi prosvjede i oporbu prikazao u negativnom svjetlu, kao u “Vidim, ima ukrajinskih NATO lobista koji su protestvovali pre dva dana. Svi bi da nam razbijaju glavu.”. Izjava o “ukrajinskim NATO lobistima” predstavlja metodu kojom se pokušava stvoriti nepovjerenje ili čak otpor prema prosvjedima, posebno među dijelom građana koji su skeptični prema NATO-u ili imaju simpatije prema Rusiji. Najosjetljiviji dio njegovog istupa tiče se prosvjednika koje je opisao riječima “hijene i lešinari”: “Mi nismo hijene i lešinari da koristimo tragediju.”. Uz zamjenu imena, ova taktika projekcije služi kao oruđe za potkopavanje autentičnosti i iskrenosti prosvjednika, sugerirajući da njihove motive vodi politička korist umjesto iskrenog žalovanja za žrtvama.

Posljednje obraćanje, koje je predmet ove analize, održano je u zgradi Predsjedništva 7. lipnja 2023. i odnosilo se na najavu izbora te najavu povećanja primanja za različite skupine građana. Tijekom tog obraćanja predsjednik Aleksandar Vučić koristio je razne retoričke tehnike kako bi utjecao na percepciju javnosti. Središnji dio njegove poruke bio je usmjeren prema povećanju primanja, posebno za umirovljenike, što je bez sumnje važna tema za većinu građana. Uspješno koristeći emocionalizaciju, kao u “Idemo na povećanje. Jako sam sretan da to mogu najaviti penzionerima. Oni znaju da kod nas nema kašnjenja ni dana u ispunjavanju izvršavanju obaveza.”, Vučić se pokušavao povezati s umirovljenicima, sugerirajući im da je njegova vlada pouzdana i da ispunjava svoje obveze na vrijeme. Izjava “Idemo na povećanje. Jako sam sretan da to mogu najaviti penzionerima.” može se tumačiti kao pokušaj da se umirovljenicima prikaže kao saveznik, kao i osoba koja razumije njihove potrebe i brige. No, zanimljiva je taktika “klijesta” ili “dobar-loš momak”, koju možemo detektirati iz izjava poput “imamo pobunu i kod koalicijskih partnera” ili “imamo problem sa mesom i to je očigledno bilo tajkuna koji su tražili da se cijene drže na visokom nivou” te „Molit ćemo MMF da nam omogući da ne povećamo cijenu električne energije.“. Prikazivanjem sebe kao “dobrog momka” koji brine o interesima građana, nasuprot “lošim momcima” (koalicijski partneri, tajkuni, MMF), Vučić

je oblikovao narativ u kojem se on neprestano bori protiv vanjskih i unutarnjih sila koje se protive napretku Srbije. Ovo je efikasna taktika koja može osigurati potporu građana, jer se predsjednik prikazuje kao osoba koja je spremna boriti se za njihove interese. Na kraju, ključno je shvatiti da su takvi retorički pristupi često korišteni u političkoj komunikaciji, bez obzira na državu ili regiju. Oni služe kao sredstvo za oblikovanje javnog mnijenja i mobilizaciju podrške za određene politike ili inicijative. Iz posljednjeg analiziranog sadržaja može se zaključiti da je Aleksandar Vučić odabrao pomirljiv ton te uglavnom koristio taktiku “dobrog momka” koji radi za dobrobit građana. I u kontekstu povećanja primanja i u kontekstu prosvjeda koji su u tom trenu trajali već mjesec dana i bili masovni kao i na njihovom početku.

4.4. Rasprava rezultata i zaključak

Zbog dva masovna ubojstva koja su se dogodila u svibnju 2023. godine, srpski predsjednik Aleksandar Vučić našao se pred izazovima teških društvenih i političkih tenzija. Ove do tada neviđene tragedije potresle su srpsko društvo i izazvale najveće prosvjede protiv trenutne vlasti otkako je Miloševićev režim srušen početkom 2000-tih. Ovaj je rad istražio način na koji se predsjednik Vučić obraćao javnosti u vezi s tragičnim događajima, kao i postoje li elementi propagandnih i manipulativnih tehnika u njegovoj komunikaciji. Neke od tih tehnika, poput emocionalizacije, postale su prepoznatljive za njegove javne nastupe. Rezultati analize sadržaja pokazali su da je Aleksandar Vučić često koristio emocionalizaciju kako bi se predstavio kao posvećeni predsjednik koji stavlja interese naroda ispred svega. Umjesto da se dugoročno fokusira na tragedije, on se u svojoj komunikaciji često usredotočivao na prozivanje unutarnjih i vanjskih neprijatelja. Pritom se oslanjao na taktiku manipulacije konformizmom, koja može potaknuti osjećaj straha od političkih i društvenih nestabilnosti među građanima u već nestabilnim vremenima. U pogledu strategija krizne komunikacije, analiza njegovih javnih istupa i intervjua pokazuje da je često bila prisutna strategija umanjivanja. Međutim, korištena je na suptilan način kako bi se izbjeglo umanjivanje patnje uzrokovane tragičnim događajima. U svakom slučaju, bilo je jasno da je predsjednik Vučić nastojao navigirati kroz teške vode krize te očuvati svoj politički imidž i autoritet, realizirajući pritom strategiju zrcaljenja javnog mnijenja te strategiju javnog prioriteta na površini svoje komunikacije. Nadalje, iz analize proizlazi da se Aleksandar Vučić u svojoj komunikaciji odnosio prema žrtvama s dostojanstvom i izražavao sućut. Međutim, korištene tehnike mogu se tumačiti i kao pokušaj emocionalizacije radi izgradnje pozitivnog imidža. Prikazivao se kao predsjednik koji stoji uz svoj narod i dijeli njihovu bol. No, analiza teksta ukazuje na taktiku apela građanima za osjećajem zajedništva i jedinstva. Emocionalizacija diskursa postala je tako središnji dio njegove strategije. Vučićeve poruke, prema analizi sadržaja, bile su više politički odgovor na rastuće nezadovoljstvo građana, nego dubinska analiza utjecaja tragičnih događaja na društvo te prijedloge metoda kako se izboriti s nasiljem koje je sve prisutnije u društvu, a što se dodatno potencira kroz medije i politički diskurs. Istraživanje je također istaknulo interesantnu vezu između stila vođenja i stila komunikacije Aleksandra Vučića. Međutim, važno je naglasiti da je ovaj rad fokusiran na specifičan uzorak javnih istupa predsjednika te stoga njegovi rezultati nisu univerzalni, već odražavaju trendove i tehnike koje su bile prisutne u analiziranom periodu.

LITERATURA

Aristotle (1962). *Politics*. Penguin Classics.

Birodi (2023). Birodi: Predsednik Vučić više od pet meseci bez negativne sekunde u Dnevniku 2 RTS-a. <https://www.birodi.rs/birodi-predsednik-vucic-vise-od-pet-meseci-bez-negativne-sekunde-u-dnevniku-2-rts-a/>

Borčić, N. (2017). *Međudnos argumentacije, konceptualnih metafora i neverbalne komunikacije u javnim nastupima njemačkih i hrvatskih političara* (Neobjavljeni doktorski rad). Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Doktorska škola društveno-humanističkih znanosti.

Charteris-Black, J. (2014). *Analysing political speeches: Rhetoric, discourse and metaphor*. Palgrave Macmillan.

Coombs, W. T. (2012). *Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding*. SAGE Publications.

Fiske, S. T. (1993). Controlling other people: The impact of power on stereotyping. *American Psychologist*, 48(6), 621-628.

Freedom House. (2021). Freedom in the World 2019 – Serbia. <https://freedomhouse.org/country/serbia/freedom-world/2021>.

Girnth, H. (2002). *Sprache und Sprachverwendung in der Politik: Eine Einführung in die linguistische Analyse öffentlich-politischer Kommunikation*. Max Niemeyer Verlag.

Halper, S. (2010). *The Beijing consensus: How China's authoritarian model will dominate the twenty-first century*. Basic Books.

Henley, J. (2023, 15. svibnja). We have a violent society? hate speech in spotlight after Serbian mass shootings. The Guardian. <https://www.theguardian.com/world/2023/may/15/vucic-created-this-atmosphere-of-hate-serbians-wary-of-presidents-gun-pledge>

Intervju Aleksandra Vučića. (2023, 7. svibnja). [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=WJ2Leaes7A4>

Jovanović, S. M. (2018). "You're Simply the Best": Communicating Power and Victimhood in Support of President Aleksandar Vučić in the Serbian Dailies Alo! and Informer. *Journal of Media Research - Revista de Studii Media*, 31, 22-42.

Jugo, D. (2017). *Menadžment kriznog komuniciranja*. Školska knjiga.

Jugo, D., Skoko, i Petrović, M. (2021). Krizno komuniciranje u Hrvatskoj 2020.: izvori informacija, povjerenje u institucije i meka moć države. *Sociologija i prostor*, 59, 349-370.

Körner, R., Overbeck, J. R., Körner, E., & Schütz, A. (2022). How the linguistic styles of Donald Trump and Joe Biden reflect different forms of power. *Journal of Language and Social Psychology*, 41(6), 631-658.

Krstić, A. (2022). The view from above: visual representation of Serbia's citizens on Instagram profile of the president Aleksandar Vučić. *Političke perspektive: časopis za istraživanje politike*, 12(1), 7-33.

Kulić, M. (2020). Populist Communication in the Post-Truth Age: A Comparative Analysis of Treatment of Journalist by Donald Trump and Aleksandar Vučić. *Journal of Regional Security*, 15(1), 75-108.

Kunczik, M., i Zipfel, A. (2006). *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju*. Zaklada Friedrich Ebert.

- Langer, E. J. (1982). The illusion of control. U: D. Kahneman, P. Slovic, i A. Tversky (Eds.), *Judgment under uncertainty: Heuristics and biases* (str. 231-238). Cambridge University Press.
- Lilleker, D. (2014). *Political communication and cognition*. Palgrave Macmillan.
- Lukić, I. (2023). Ovako izgleda autokracija: Vučić sjedi okružen odabranim novinarima, odgovara na naručena pitanja. Telegram.hr. <https://www.telegram.hr/politika-kriminal/ovako-izgleda-autokracija-vucic-sjedi-okruzen-odabranim-novinarima-odgovara-na-narucena-pitanja/>
- Mitsikopoulou, B. (2008). Introduction: The branding of political entities as discursive practice. *Journal of Language and Politics*, 7(3), 353-371. <https://doi.org/10.1075/jlp.7.3.01mit>.
- Mlinarić, A. (2023). *Političko komuniciranje predsjednika Republike Srbije Aleksandra Vučića uslijed masovnih ubojstava 2023. godine*. Neobjavljen završni rad. Sveučilište VERN'.
- Ng, S. H., i Bradac, J. J. (1993). *Power in language: verbal communication and social influence*. Sage.
- Neustadt, R. (1960). *Presidential power*. The Macmillan Company.
- Niehr, T. (2014). *Einführung in die Politolinguistik*. Vandenhoeck & Ruprecht GmbH & Co.
- Novak, B. (2001). *Krizno komuniciranje*. Binoza press.
- Obraćanje Aleksandra Vučića. (2023, 3. svibnja). [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=He79M9TdHm8>
- Obraćanje Aleksandra Vučića. (2023, 5. svibnja). [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=LLA3sXqyg5s>
- Reporters without borders. (n.d.). <https://rsf.org/en/country/serbia>
- Rouse, M., i Rouse, S. (2005). *Poslovne komunikacije*. Masmedia.
- Russell, B. (1938). *Power: A new social analysis*. George Allen i Unwin.
- Smith, R. D. (2017). *Strategic planning for public relations* (5th ed.). Routledge.
- Šiber, I. (2003). *Politički marketing*. Politička kultura.
- Španjol Marković, M. (2016). *Moć uvjeravanja*. Ciceron komunikacije.
- Tomić, Z. (2012). *Osnove političkog komuniciranja*. Synopsis d.o.o.
- Tomić, Z. (2020). *Političko komuniciranje*. Sveučilište u Mostaru, Sveučilište Sjever, SYNOPSIS d.o.o., Zagreb, SYNOPSIS d.o.o., Sarajevo.
- Tomić, Z., i Glavač, K. (2019). Političko vodstvo. *South Eastern European Journal of Communication*, 1(1), 9-23.
- Tomić, Z., i Milas, Z. (2007). Strategija kao odgovor na krizu. *Politička misao*, 44, 137-149.
- Tomić, Z., i Sapunar, J. (2006). Krizno komuniciranje. *Hum: časopis Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Mostaru*, 1, 298-310.
- Vladislavljević, N., Krstić, A., i Pavlović, J. (2019). Communicating power and resistance in democratic decline: the 2015 smear campaign against Serbia's ombudsman. In K. Voltmer, C. Christensen, I. Neverla, N. Stremlau, B. Thomass, N. Vladislavljević, i H. Wasserman (Eds.), *Media, communication and the struggle for democratic change: case studies on contested transitions*. Palgrave Macmillan.

Political communication of the president of the Republic of Serbia, Aleksandar Vučić due to mass shootings in 2023

ANA MLINARIĆ

VERN' University, Zagreb

NIKOLINA BORČIĆ, PhD

VERN' University, Zagreb

ABSTRACT

The analysis of political communication in crisis situations is focused on the strategies and methods leaders apply to confront challenges and effectively manage the situation, thereby strengthening public trust. The aim of this research is to analyze and illustrate the communication approach of the President of Serbia, Aleksandar Vučić, during the series of mass murders in 2023. This event represents a national tragedy that has raised questions about social conditions and contributed to a political crisis. The research sample consists of three televised addresses and three interviews given by President Aleksandar Vučić in response to the tragedy. An inductive qualitative text analysis was applied to identify the main themes and sub-themes in Vučić's statements, and a qualitative content analysis was used to analyze communication strategies and tactics. The research results indicate crisis communication that is distinguished by persuasion tactics, and the choice of themes, sub-themes, and perspectives of speech reflects the interplay between rhetorical text formation, responses to the mass murders, and the context of a protest-political framework.

Keywords: political communication, crisis communication, political image, persuasion strategies