
Mediji u ratu ili rat medija?

STJEPAN MALOVIĆ*

Sažetak

Kosovska kriza ponovno je u prvi plan izbacila snažnu, beskrupuloznu i razornu Miloševićevu medijsku aparaturu. Ona nije nikakva novost, niti je iznenađenje za sve koji prate Miloševića od njegovih samih početaka, ali je taj propagandni stroj sada počeo koristiti svoja najteža oružja, ne birajući ni riječi ni sredstva kako bi polučio cilj: opravdanje genocidne politike i homogeniziranje Srba još jednom na istoj platformi nacionalnog jedinstva i velikosrpstva.

Suočili smo se, s jedne strane, s dobro uhodanim medijskim strojem koji melje sve pred sobom bez imalo skrupula, bez poštivanja temeljnih novinarskih načela, a o etici da i ne govorimo. S druge strane, našli su se najjači svjetski mediji, moćni, snažni, prodorni i tehnički savršeno opremljeni, ali uz jedan bitni nedostatak: to su masovni mediji, a ne propagandna mašinerija. Došlo je do sudara dvaju posve različitih ustrojstava. Dakle, mediji u ratu pretvorili su se u rat medija, i to posve neravnomjerni rat jakog propagandnog stroja i demokratskih medija.

Uvod

Kosovska kriza izbacila je ponovno u prvi plan snažnu, beskrupuloznu i razornu Miloševićevu medijsku aparaturu. Ona nije nikakva novost, niti je iznenađenje za sve koji prate Miloševića od njegovih samih početaka, ali bez dvojbi sada je taj propagandni stroj počeo koristiti svoja najteža oružja, ne birajući ni riječi ni sredstva kako bi polučio cilj: opravdavanje genocidne politike i homogeniziranje Srba još jednom na istoj platformi nacionalnog jedinstva i velikosrpstva.

No, iako je Miloševićeva medijska propaganda dobro poznata, međunarodna je zajednica ostala iznenađena suočivši se s njenom snagom. Freimut Duve, OSCE-ov medijski šef, ogorčeno je izjavio 3. travnja 1999. za Deutsche Welle u emisiji na hrvatskom jeziku: “Rat u Srbiji je medijski rat”.

Surovost tog rata iskusili su brojni inozemni dopisnici kad ih je drugoga dana zračnih napada NATO snaga Miloševićeva vlada protjerala iz zemlje. Samo neki dopisnici su se mogli vratiti i nastaviti izvještavati, ali slika je bila ona koju je TV Srbija slala u svijet. A kada su novinari željeli na mala vrata, u Crnu Goru, uhićeni su bez suvišnih

* *Stjepan Malović*, docent Fakulteta političkih znanosti u Zagrebu na predmetu Tisak.

objašnjenja, skupocjena oprema je zaplijenjena, a novinarima BBC-a i ZDF-a prijete suđenja.

Nikakvi protesti nisu pomogli, tako da su strani novinari na svojoj koži osjetili ono što proživljavaju novinari Srbije posljednjih desetak godina.

I mali broj domaćih nezavisnih novinara nije bolje prošao. Radio B92 odmah se suočio s represijom i konačno je, nakon mnogo muka i natezanja, dobio protektora u vidu kvazi omladinske organizacije, a Slavko Ćuruvija, glavni urednik *Nezavisnog telegrafa*, platio je životom svoje višegodišnje pokušaje prakticanja nezavisnog novinarstva.

Srpska, pa tako i cjelokupna jugoslavenska javnost, ostala je na milost i nemilost dobro uhodane propagandne mašinerije predvođene *TV Srbijom i Politikom*. Većina stanovnika ne zna što se događa, čudi se što su skrivili svijetu, o ekzodusu kosovskih Albanaca jedva da i znaju, a ako i znaju, nije im jasno zašto ih zbog toga bombardiraju.

Zapad je ostao iznenađen. Je li kosovska kriza drastičan primjer negativne uloge medija u ratu ili je to pak postao rat medija? Srpski mediji nisu ni jednog trenutka igrali pasivnu ulogu, već su vrlo ofenzivno krenuli u kontraudar na NATO, Clintona, CNN i sve što smatraju “gnjusnim simbolima zločinačkih agresora”, optužujući ih da se rat vodi zbog medijske promocije, zataškavanja unutarnjih slabosti i seksualnih afera, da su zračni napadi prilagođeni udarnim vijestima na CNN-u te da nevini srpski narod stradava zbog toga.

Sva sredstva su korištena: od “pesme koja će nas spasiti”, protestnih skupova u svjetskim metropolama, do nastupa na svjetskim medijima. Svijet se odjednom suočio s dobro organiziranom medijskom kampanjom koja je povela rat protiv “agresora”.

NATO je nakon nekog vremena shvatio kako je vrag odnio šalu i da je teško neutralizirati zahuktali medijski stroj, pa su pribjegli onom jednostavnom i definitivnom rješenju: bombardiranju predajnika. Sada je veći dio Miloševićeva carstva ostao bez TV signala, a snažni predajnici iz aviona koji lete iznad Srbije ubacuju na lokalne radio-frekvencije NATO poruku. Pribjegli se i dobrim starim lecima, milijuni kojih padaju s neba i objašnjavaju stanovništvu zašto padaju i bombe, a Madelaine Albright se čak dva puta izravno obratila srpskom narodu na njegovom, srpskom jeziku.

Ali, rat je neravnotežan. S jedne strane, imamo dobro uhodani medijski stroj koji melje sve pred sobom bez imalo skrupula, bez poštivanja temeljnih novinarskih načela, a o etici da i ne govorimo. S druge strane, našli su se najjači svjetski mediji, moćni, snažni, prodorni i tehnički savršeno opremljeni, ali uz jedan bitni nedostatak: to su masovni mediji, a ne propagandna mašinerija. Došlo je do sudara dvaju posve različitih ustrojstava. Zapadni masovni mediji organizirani su na novinarskim načelima. Njihova uloga je brzo, uravnoteženo i pošteno informiranje. Oni će izvještavati o zračnim udarima, ali i o protestnim skupovima Srba pred Downing streetom 10. Oni će detaljno prikazati zračne udare, ali dati prostor i vrijeme notornom zločincu Arkanu. Pri tom će ga osloviti s “gospodine”, a neće ga zvati “trećerazrednim saksofonistom”. Zapadni masovni mediji nisu propagandni stroj poput Miloševićevih medija. Stoga i nema nekih vidljivih medijskih strateških poteza koji bi pratili NATO-ove zračne udare.

Pitanje je, može li Zapad pokrenuti neko jače i aktivnije medijsko sredstvo e kako bi međunarodna zajednica mogla objasniti Srbima što ih je zadesilo, zašto i kako to mogu izbjeći. Dakle, mediji u ratu pretvorili su se u rat medija, i to posve neravnopravni rat jakoga propagandnog stroja i demokratskih medija, koji nisu dovoljno pripremljeni kako bi neutralizirali desetogodišnji uporni i svakodnevni rad Miloševićeve propagande koja je sustavno stvarala sliku svijeta po Slobinoj slici i prilici.

Hoće li istina pobijediti i može li se medijska slika Srbije oblikovati po novinarskim, a ne propagandnim mjerilima?

Odgovor na to pitanje, kao i na sva ostala vezana uz Miloševićevu vladavinu, leži u samoj Srbiji i rješenjima koja će naći i ponuditi srpski mediji kad će jednog dana moći nezavisno djelovati.

Temelji Miloševićeve medijske doktrine

“Medijska moć je politička moć”, kaže američki teoretičar masovnih medija Ben Bagdikian¹.

Snagu i utjecaj medija precizno definira Dennis McQuail na medijskim modelima Sovjetskog Saveza i nacističke Njemačke “...gdje su mediji prisiljeni da postanu propagandni servis vladajuće partijske elite. Već u tridesetim godinama 20. stoljeća prevladavalo je snažno i čvrsto utemeljeno mišljenje kako masovni mediji imaju moć ovladavanja masama te kako snažno utječu na oblikovanje međunarodnih relacija i savezništava. Pretpostavljeni uvjeti za stvaranje takve snage medija jesu: nacionalna medijska industrija sposobna doprijeti do većine ljudi; određeni stupanj monopolističke ili autoritativne kontrole iz jednog vrha ili centra, te publika koja je snažno vezana i privučena medijima i osjetljiva na manipulativne apele.”²

Uporište Miloševićeve medijske doktrine nalazi se u naslijeđu marksističko-lenjinističkog shvaćanja medija. “Pitanje moći je središnje pitanje marksističke interpretacije masovnih medija. U svim varijacijama uvijek je bilo isticano kako je ultimativna činjenica da su mediji instrument kontrole u rukama vladajuće klase.”³

S vremenom je taj model revidiran, osuvremenjen i prilagođen potrebama moderne države, ali princip je ostao isti i nikada mediji nisu prestali biti oruđe vladajuće elite.

“Nije iznenađujuća činjenica da su mediji često korišteni kao instrument partijske i političke propagande. Uobičajena metoda je: glasila stranke ili države imaju zadaću aktivirati, informirati i organizirati publiku.”⁴

Milošević vrlo dobro poznaje snagu medija, iako se osobno nikada nije previše po-

¹ Bagdikian, Ben: *The Media Monopoly*, Beacon Press, Boston 1990., str xxiii

² McQuail, Dennis: *Mass Communication Theory*, Sage Publications, London 1994., str. 33.

³ Isto, str. 77.

⁴ Isto, str. 15.

javljivao u medijima. On nije tip autokrata koji će se samoljubivo svakodnevno slikati, davati velike intervjuje i obasipati javnost svojim mislima. Milošević koristi medije kao jedan od temelja svoje političke moći.

Preuzimajući vlast u Srbiji 1987. godine Milošević je preuzeo i utjecaj na masovne medije, poglavito na TV Beograd koja se transformirala u TV Srbiju. U tadašnjim jugoslavenskim prilikama bilo je to iznenađujuće efikasan propagandni stroj koji je medije djelotvorno koristio. Širenje ideje ugroženog srpstva, velike Srbije i pronalaženje neprijatelja u ostalim republikama bivše Jugoslavije, stvorilo je vrlo brzo jedinstvo unutar Srbije, homogenizaciju na nacionalnoj osnovi, a ponovno oživljeni mitovi, poput kosovskoga, pretvoreni su u vrhunske ideje.

Metode su bile jednostavne i efikasne: ideja da svi Srbi trebaju živjeti u jednoj zemlji konstantno i konzekventno je širena u svim masovnim medijima i na sve moguće načine. Novinarska snaga srpskih masovnih medija bila je snažna, u propagandnom stroju radili su iskusni i kvalificirani profesionalci koji su znali ideju pretočiti u razne oblike novinarskog izražavanja. Svi koji su se suprotstavljali toj ideji, ili je nisu prihvaćali, ili je nisu odobraval, bili su napadani grubo, diskvalificirani bez argumenata i bez mogućnosti odgovora. Čuvena je *Politikina* rubrika “Odjeci i reagovanja” koja je difamirala pojedince koji se nisu slagali s Miloševićevim stavovima.

Posebna uloga posvećena je televiziji. Bilo je to još uvijek doba JRT-a, zajedničkih termina i općejugoslavenskog TV prostora. Analitičari TV Beograd istražili su utjecaj TV na gledatelje i uočili kako se mnogo više vjeruje vijestima popraćenim video zapisom negoli onima koje samo pročita spiker. Ubrzo su dosadne političke vijesti popraćene slikama koje su imale zadaću uvjeriti gledatelje u istinitost onoga što se kaže, sve na principu “Slika ne laže”.

Takva medijska ofenziva Beograda nije ostala bez odjeka i javili su se otpori u drugim republikama, posebno u Sloveniji i Hrvatskoj, gdje su se neki listovi, poput *Danasa*, vrlo oštro suprotstavili Miloševićeoju politici i medijskoj kampanji Beograda.

Prošlogodišnji zakon o informiranju bio je završni čin discipliniranja medija. Nikakvi protesti svjetskih medijskih udruga nisu pomogli: mediji su definitivno podređeni Miloševićeoju politici.

Medijski rat je započeo i bio uvertira u kasnija zbivanja koja su rezultirala ratom i agresijom na Sloveniju, Hrvatsku i BiH. Krug se zatvara i sve se vratilo tamo gdje je i počelo, na Kosovo, mitsku “kolevku srpstva” i poprište najvećeg genocida od Drugog svjetskog rata do danas.

Medijska kampanja: nadmašeni Goebels, a Orwellu nedostajala mašta

Goebelsova propagandna mašinerija uzima se kao prototip snažne, uvjerljive i moćne sile koja je bitno utjecala na širenje nacizma i Hitlerove vlasti. Miloševića zapadni mediji sada vrlo često izjednačavaju s Hitlerom i traže se sličnosti u vladavini, metodama i doktrini.

Analitičari se često pozivaju i na Orwellovu “1984” smatrajući kako taj pisac nije ni u snu mogao predvidjeti da će neke njegove fikcije postati tako stvarne. Milošević, poput Velikog Brata, nadzire narod i šalje mu poruke posredstvom masovnih medija. Tako se zamisao “rirajtiranja” povijesti počela ostvarivati na primjeru Kosova.

No, čini se da je previđena jedna osnovna činjenica: iako Milošević koristi nacionalne mitove i ideje kao kvasac za bujanje nacionalnog jedinstva, njemu je ipak i prije svega važna jedino vlast. Za vlast i održavanje vlasti Milošević će podrediti sve svoje ideološke ciljeve. Propaganda “prodaje” ideje narodu, ali one su Miloševiću u drugom planu u odnosu prema njegovoj vladavini. Stoga je međunarodnoj zajednici tako teško bilo shvatiti što se krije iza Miloševićeve strategije. Zavarani propagandom, kucali su na kriva vrata, tražeći rješenja tamo gdje ih nije ni moglo biti. Ni danas još nije posve jasno u svjetskim relacijama kako je jedino rješenje za balkansku krizu uklanjanje Miloševića. Iako je Milošević bez pardona uspoređen s Hitlerom, međunarodna ga zajednica nema, za sada, namjeru maknuti. To bi bilo preveliko miješanje u unutarnje odnose jedne zemlje. Nije srušen ni Saddam, pa se to neće dogoditi tako lako ni Slobi.

Medijska doktrina Miloševićeva režima je konstantna, od početaka u 1987. godini, a temelji se na srpskom nacionalizmu. Zacrtna ideja se konsekventno promiče, bez obzira na činjenice, događaje, a ako ima i nešto istine, tim bolje.

Počelo je na Kosovu, u dvorištu male škole u Kosovu Polju, kad je Milošević izrekao čuvenu rečenicu okupljenim Srbima: “Niko ne sme više da vas bije!”

Istina je bila, dakako, posve drukčija. Ako je itko bio ugrožen, to su bili Albanci, ali tim gore za njih. Propagandni stroj je krenuo punom brzinom i preplavio medije pričom o jadnim ugroženim Srbima. Sve se koristilo: samoranjavanja, montirane fotografije Srkinje koja s puškom na ramenu štiti svoje njive od opakih “Šiptara”, protestni zborovi, pisma čitatelja, “srcedrapatelne” priče po revijama, oživljavanje povijesnih mitova, pretvaranje poraza u herojsku pobjedu...

Tehnologija preuzimanja medija bila je vrlo jednostavna: ovladati medijskim kućama postavljanjem svojih ljudi na čelne pozicije, što je bilo moguće, jer su svi mediji bili pod kontrolom. Nezavisne novinare trebalo je onemogućiti, bilo smjenjivanjem, bilo protjerivanjem iz redakcija. Na taj se način uspostavila kontrola nad medijima u Srbiji, koji su počeli snažnu, unisonu i konstantnu propagandnu kampanju. Čim bi se netko iz drugih republika suprotstavio, reagirao, ukazao na netočnosti, pretjerivanja ili laži, doživio bi snažni, brzi kontraudar. Svaki neprijatelj bio je dobrodošao, kako bi se vlastita ideja mogla lakše širiti, obrazlagati i potkrijepiti tvrdnjom “Oni su protiv Srba”. Godine takve propagande stvaraju generacije ljudi koji ne znaju za istinu, već žive u svijetu lažnih vrijednosti, netočnosti i iskrivljanju činjenica.

Današnji dvadesetogodišnjaci koji nose uniformu JNA i protjeruju Kosovare imali su samo 8 godina kad je Milošević zavladao Srbijom. Oni su cijelog života izloženi raznoj propagandi i teško im je shvatiti zašto je “ceo svet protiv Srba”.

Današnji svijet je globaliziran i teško se može spriječiti širenje informacija. Nema opravdanja za medijsku izoliranost kad imamo Internet, satelitske TV i radio postaje, čak i na materinjem jeziku, koje nas precizno mogu informirati o zbivanjima u vlastitoj zemlji i ukazati na laži propagandne mašinerije. To je točno, ali na žalost pristupačno

samo manjem broju ljudi koji su i inače natprosječno informirani i na koje propaganda ne ostavlja prevelikog traga.

Velika većina stanovništva konzumira informaciju u malim količinama, a službena propaganda je tu u prednosti. Ona je pristupačna, jasna, prihvaćena od većine, pa zašto ne povjerovati? Postojanje nezavisnih medija u Srbiji potvrđuje tu tezu. Milošević je pustio *Vreme*, *Našu Borbu*, *B92*, *Nezavisni telegraf* i ostale medije kad mu nisu mogle nanijeti velike štete. Čim je stanje postalo ozbiljno, ili su se nezavisni približili glavnoj struji ili bi nestali iz javnosti. Pritom se metode nisu birale.

Na taj način medijski propagandni stroj u potpunosti vlada svojim teritorijem. Nezavisne ili inozemne vijesti jedva da i dopiru do ljudi, pa su prepušteni na milost i nemilost dobro uhodanom mehanizmu koji melje sve pred sobom.

Medijski rat tako je dobiven na domaćem terenu. Preostalo je inozemstvo. Suvremeni svijet je tako sazdan da čak i informativni sustav jedne male zemlje u svjetskim relacijama može odigrati veliku ulogu u stvaranju javnog mnijenja. Pogotovo ako je to efikasni medijski nastup. I prema svijetu primijenjena je ista metoda: konstantno, uporno i dosljedno širiti jednu te istu priču koja nema veze ni s istinom, ni sa stvarnošću.

Nitko, a pogotovo zapadni svijet, naviknut na tradiciju slobodnih medija, ne može povjerovati da se bezočna laž konstantno širi bez imalo skrupula. Dosljedno širenje laži dovodi do sumnji u istinu, pa se laž počinje provjeravati pod motom: "Možda ima neke istine u tome". Cilj je postignut – više se ne govori o istini, već o izmišljenoj poruci koju šalje Miloševićev propagandni stroj.

Osim toga, novinarske škole uče da se mora ispitati sve strane u sukobu, provjeriti svaku činjenicu i uravnoteženo izvijestiti o zbivanjima. No, kako to učiniti kad je medijski prostor zemlje o kojoj izvještavamo u potpunosti kontroliran, kad su sve informacije, od službenih do neslužbenih, u funkciji promicanja jedne te iste ideje, kad o ugroženosti srpstva jednako govori glasnogovornik vlade, kao i žena koja s puškom na ramenu čuva svoju njivu, ne kazavši pritom da su prethodno svi Albanci već protjerani iz svojih kuća.

Kome će nezavisni izvjestitelj vjerovati više: toj ženi ili protjeranom Albancu? Može li shvatiti pravi značaj bitke na Kosovu u 14. stoljeću i njen utjecaj na zbivanja na pragu trećeg milenija? Ima li uopće vremena i mogućnosti ulaziti u pojedinosti priče kad njegov urednik ne treba više od 30 redaka izvještaja. Kako parirati Draškoviću, Gašiću ili pak Arkanu koji tečnim engleskim "dirljivo" govore kao su oni samo borci za očuvanje svojih ognjišta i koji se samo brane od albanskih terorista?

Svjetski mediji nisu naivni, ali treba vremena kako bi se promijenila medijska slika koja je uporno i dosljedno stvarana desetljećima. Genocidnost Hrvata, separatizam Slovenaca, odcjepljenje Kosova – sve su to stereotipi koji su bili prisutni u svjetskoj javnosti i koje je raspirivala Miloševićeva medijska kampanja. Osim toga, događaji nameću vijesti. A tehnologija proizvodnje vijesti ne omogućava da se u izvještavanju o vojnoj akciji "Oluja" u kolovozu 1995. govori o granatiranju Zadra 1992. godine. U tom trenutku vijest je rezultat vojne akcije i srpske izbjeglice koje panično bježe. Dojam slike

kolone traktora u tom trenutku nadjačava sve ostale dojmove, iako je u pamćenju hrvatskih izbjeglica još uvijek jača slika protjeranih Hrvata iz Vukovara.

Dobro uhodani i profesionalno osposobljen Miloševićev propagandni stroj koristi upravo takve zakonitosti medija da bi osigurao svoje prisustvo u svjetskoj javnosti i putem medija utjecao na stvaranje političkih odluka međunarodne zajednice.

Cijelo jedno desetljeće trebalo je proći da bi međunarodna zajednica konačno smogla snage obračunati se s takvom politikom. Medijski rat je izgubljen na svom vrhuncu. Kumulacija negativnih slika koje su pratile Miloševićevu politiku dosegla je razorne razmjere. Broj Miloševićevih žrtava premašio je granice tolerancije. Ljudska prava i borba za njihovo očuvanje nadmašila su sve političke, idejne, vojne i druge argumente. Stradanja ljudi konačno su došla u prvi plan. Međunarodna zajednica ne može ostvariti novi svjetski poredak uz tako grubo kršenje svih prava čovjeka usred Europe. Masovna ubojstva, silovanja i genocid – nikakvom se medijskom kampanjom ne može opravdati. Prijedena je granica s koje nema povratka. To je Miloševićeva propaganda previdjela. Polazeći sa stajališta da je nacija i nacionalno u prvom planu, zaboravio je na prava i slobode čovjeka.

Rječnik mržnje ili kada laži postanu istina

Dobro uhodani i podmazani propagandni stroj dočekao je povratak na kosovske teme već poznatom tehnologijom kojoj je dodana neviđena eskalacija rječnika mržnje. Beogradski novinari uvijek su se odlikovali bogatim rječnikom, znalačkim naslovima, umijećem da kratko i duhovito kvalificiraju nekoga ili nešto u dobrom, starom čaršijskom stilu... Ali, ova eksplozija uvreda kojima se mediji služe govori jedino o slabosti sustava. Očito su sve druge metode iscrpljene.

Već smo istaknuli kako je slika bila važan popratni dio vijesti. Slikom se stvarao dojam koji je davao ton riječima. Hrabri vojnici, ugroženi starci i žene, drski otpor, svijet nam se divi... No, kosovska drama počela je proizvoditi slike koje nikako nisu mogle poduprijeti riječi. Beograd u plamenu, srušeni mostovi i, najgore od svega, stravične slike genocida nad kosovskim Albancima. Slika je prebačena u drugi plan, a riječi su postale glavni nositelj poruke. Jaku sliku može nadmašiti samo još jača riječ. Zbog toga medijski stratezi višu nisu birali riječi pa je došlo do ove, do sada neviđene, eskalacije uvreda i psovki.

Evo nekih karakterističnih primjera:

“Hronika dana Radio Beograda izvještava kako je u NATO udarima na Novi Sad stradala katolička crkva sv. Jurja iz 1714. godine. Takve zločine prema spomenicima kulture istorija još nije zabeležila. Ovime se želi zatrti blago Srbije, a crkva je nemoćna pred bombama NATO ubica”⁵ Treba li podsjetiti na uništavanje kulturnog blaga u Hrvatskoj i Bosni i Hercegovini u nedavnoj “istoriji”?

⁵ *Zadarski list*, 3. travnja 1999., str. 48.

Ratni izvještaji su poput priča za malu djecu. “Pošto smo prethodno pronašli lokator, krmača se ponašala kao divlja svinja. Kružila je čitavih 15 minuta i nije znala gdje će i šta će sa sobom. Videli smo je na vreme i uzviknuli: Eno je krmača, majku joj debelu, ali neće stići gde je naumila – piše u Blicu.”⁶

Propaganda koristi sve mogućnosti za postizanje svoga cilja. Tako i vremenska prognoza može postati propagandna poruka, poput ove na TV Srbija:

“Sutra se u celoj Jugoslaviji predviđa oblačno i kišovito vreme... Gusti i kišni oblaci koji dolaze s teritorije na kojoj se nalaze NATO agresori onemogućiće njihovu ratno-zločinačku mašineriju u ostvarivanju jedinog cilja: ubiti što više civila, žena, dece, staraca...”

Medijska propaganda treba održati privid uobičajenih životnih zbivanja. *Politika* tako izvještava kako se poljoprivredni radovi nesmetano odvijaju unatoč zračnim napadima jer poljoprivrednici znaju “...kao velike patriote, da se proizvodnjom hrane brani otadžbina.”

Naslovi novinskih tekstova su također u službi promicanja jasnih političkih poruka:

“Mračni scenario planera Pentagona; Deca stradaju – svet se ne odaziva; Raketama u škole; Mi gradimo, oni ruše; Avione im rušimo k'o ptice”, i sl.

Čak su i životinje u beogradskom zoološkom vrtu shvatile kakvu opasnost predstavlja NATO, pa paun redovito upozorava na dolazak aviona, a neke gravidne životinje su izgubile potomstvo.

Kolone albanskih izbjeglica se opravdavaju time što bježe pred bombama NATO-ovih aviona, “jer bombe ne biraju žrtve po nacionalnosti”, a kada izbjeglice dođu na granicu, preporučeno im je da kažu “da bježe pred Srbima”, jer će ih tako prije pustiti u Albaniju ili Makedoniju.

To je ipak previše! Tome rijetko tko može povjerovati. I bezočna laž je tako postala kontraproduktivna. Preostale su – psovke!

A psovke su nadmašile sve do sada viđeno. Psuju se svi po spisku: od Clintona i Albrightove do NATO-a. Clinton je perverzni trećerazredni saksofonist, priglupi ubica, Solana je američko đubre, Blair ulizica, NATO je zločinačka mašinerija, fašisti, zločinci pomračena uma, agresori koji vode bezdušnu kampanju, genocid, Bijela kuća je Crna kuća. Psovke upućene Madelaine Albright toliko su vulgarne da se teško mogu citirati. Bolje nije prošla ni Christian Amanpour.

Nisu samo mediji puni žučnih napada na NATO i svjetske političare. Grafiti prednjače u “duhovitostima” pa se tako na zidovima može pročitati “Monika, stisni zube”; “Volim Albrightovu kao coca colu: hladnu i na stolu”; “Adolf Clinton”, i sl.⁷

Televizija je i dalje najmoćniji masovni medij koji utječe na stvaranje javnog mišljenja. SR Jugoslavija je bila duže vrijeme pod međunarodnim sankcijama i zbog toga

⁶ *Slobodna Bosna*, 10. 04. 1999.

⁷ *Večernji list*, 11.4. 1999., str 23

se nije uopće obazirala na međunarodne propise, uključivši i autorska prava. TV Srbije je bila poznata po emitiranju gusarskih video kopija najnovijih filmskih ostvarenja. Program TV Srbije bio je zbog tih gusarskih kopija izuzetno atraktivan. Ali, čim su počeli zračni napadi NATO pakta s ekrana su nestale holivudske zvijezde i pojavili su se srpski rodoljubni filmovi poput “Marš na Drinu”, a onda su uslijedile “Kozara”, “Sutjeska”, “Bitka na Neretvi” i ostali. Kada je uloga Rusije postala značajna, pojavili su se proizvodi ruske filmske industrije poput “Mati”.

Koriste se i ostala medijska sredstva. Mostovi se brane pjesmom, pa se tako svake večeri okupljaju građani predvođeni poznatim zabavljačima koji “hrabro prkose” bombama. Iznimaka nema, samo rijetki pojedinci usude se odbiti sudjelovanje u takvim manifestacijama. Čak se i Đorđe Balašević uključio u tu propagandu, modificirajući svoje stihove u “rodoljubive” poput ovih: “Trube sirene, to im je manir, al Sremci su srušili leteći tanjir!”⁸

Homogenizacija naroda postiže se mnogo efikasnije kada popularni prednjače, a mediji ne pružaju pravu informaciju. Zaista, zašto NATO bombardira Srbiju i ruši mostove na Dunavu?

“Čak i kad bi sve, ili tek dio onoga što u zapadnim novinama pišu protiv Miloševićeva režima, bilo istinito – ipak ne mogu prihvatiti da to opravdava napad na jedan cijeli narod. A u Francuskoj se prave kao da me ne shvaćaju kad kažem kako bombardiranja nisu opravdana. Živimo u vremenu kad poruke putem televizije blokiraju ljude!”, čudi se Emir Kusturica.⁹

Ovakvi stavovi vrhunac su medijskog iskrivljavanja činjenica. Jedan svjetski čovjek, čuveni filmski redatelj svjetskog glasa, koji živi na Zapadu najprije se čudi razlozima bombardiranja, pa čak i kad bi bili istiniti, zašto kažnjavati narod. Francuzi pak ne shvaćaju, a krivac za sve je televizija koja blokira ljude i nepravredno optužuje Miloševića i Srbe!

Tako se medijska blokada u potpunosti zatvara i stanovništvo je nemoćno da sazna što se zapravo zbiva u zemlji i u svijetu. Ne čudi onda izjava Milene Dravić koja kaže: “Ništa ne shvaćam, jednostavno sam prestravljena. Da li bi bilo kakva akcija, pa i najkooperativnija, mogla zaustaviti ovo nasilje?”¹⁰

Izjava Marka Gašića, glasnogovornika SR Jugoslavije u Londonu, koji tvrdi na CNN-u kako je “...sve to NATO propaganda”, ima svoje duboko uporište u temeljima medijskog rata koji je tako dobro vođen i koji je postigao vrhunske rezultate.

⁸ *Nacional*, 14. 4. 1999., str. 9.

⁹ Isto, str. 9.

¹⁰ Isto, str. 9.

Zaključak

Miloševićeva medijska kampanja koju smo tako djelotvorno iskusili posljednjih deset godina može nastati samo u totalitarnim društvima koje vode autokrati i koji silom održavaju vlast. Upravo je takav medijski model jedan od jasnih pokazatelja kakav je društveni i politički sustav iz kojeg potječe. Stari aksiom da se stupanj slobode nekoga društva može mjeriti stupnjem slobode medija, ovdje se u potpunosti pokazuje. No, nije Milošević usamljen u namjerama da kontrolom medija ostvaruje i kontrolu nad narodom. To je karakteristika svih autoritarnih sustava. Miloševićev partner iz Bjelorusije, Lukašenko, s kojim sklapa savez, također spada među vlastodršce koji su poznati po strogoj kontroli medija.

Svaka kontrola medija, sputavanje slobode izražavanja, slobode novinarstva, rezultira gušenjem demokracije, totalitarizmom, a u kosovskoj krizi i genocidom. I kao što slobodni svijet u prvi plan stavlja prava čovjeka i štiti ih svim sredstvima, pa i tako drastičnima kakva su bombardiranje i raketiranje, tako treba braniti i slobodu medija. Čak i pod cijenu civilnih žrtava.

Literatura

Bagdikian, Ben, *The Media Monopoly*, Beacon Press, Boston, 1990.

Curran, James and Gurevitch, Michael, *Mass Media and Society*, Edward Arnold, London, 1991.

Malović, Stjepan, *Novine*, vlastita naklada, Zagreb, 1995.

Malović-Ricchiardy-Vilović, *Etika novinarstva*, Izvori, Zagreb, 1998.

Masovni mediji u Hrvatskoj i SR Jugoslaviji

McQuail, Dennis, *Mass Communication Theory*, Sage Publications, London, 1994.

Sorlin, Pierre, *Mass Media*, Routledge, London, 1994.

Sussman, Leonard, *Power, Press and the Technology of Freedom*, Freedom House, New York, 1989.

Stjepan Malović

THE MEDIA IN WAR OR THE WAR OF THE MEDIA?

Summary

The Kosovo crisis once again brought the powerful, unscrupulous and destructive Milošević' media apparatus into the spotlight. This is nothing new nor surprising for all those who have been covering his political ascent from the very beginning, but this time he used his heaviest artillery, never mincing words nor flinching from using all possible means to achieve his ends: to justify the genocidal policy and rallying Serbs once again around the well-known platform of national unity and Greater Serbia rhetoric.

On one side, we had a well-oiled media machine that mercilessly rolled over everything on its way, not respecting any basic journalistic principles, not to mention ethics. On the other side, there were the most powerful world media, aggressive, assertive, equipped with the state-of-the-art technology, but with one major flaw: these are mass media, not a propaganda machinery. Two completely different structures clashed head-on. Thus, the media in war turned into the war of the media, a totally unfair war between a powerful propaganda machine and democratic media.