



UNIVERZITET U SARAJEVU
FAKULTET POLITIČKIH NAUKA
ODSJEK: KOMUNIKOLOGIJA

**DJELOVANJE MEDIJA U BOSNI I HERCEGOVINI OD 1992. DO 2018.
GODINE**

-magistarski rad-

Kandidat:

Hana Porić

Broj indexa: 887/ II-K

Mentor:

Prof. dr. Fahira Fejzić Čengić

Sarajevo, januar 2020.

Sadržaj

I UVOD	4
2. METODOLOŠKI OKVIR RADA	6
2.1. Problem istraživanja	6
2.1.1. <i>Predmet istraživanja</i>	6
2.2. Ciljevi istraživanja – naučni i društveni	8
2.3. <i>Naučni pristup i metode istraživanja</i>	9
2.4. Sistem hipoteza	10
2.4.1. Generalna hipoteza	10
2.4.2. Posebne hipoteze	10
2.4.3. Indikatori	11
3. DJELOVANJE MEDIJA	12
3.1. Definisane pojma djelovanje medija u Bosni i Hercegovini	12
4. Uspostavljanje diskursa nove nomenklature	16
4.1. Mediji u službi ideologije	18
4.2. Yutel	21
5. Medijski sistem Bosne i Hercegovine od 1992. do 1995. godine	23
5.1. Uloga medija za vrijeme ratnih dejtava	30
5.1. Paralelni sistemi komuniciranja u Bosni i Hercegovini	31
5.1.1. Srpski sistem komuniciranja: velikosrpska propaganda	32
5.1.2. Hrvatski sistem komuniciranja: velikohrvatska propaganda	35
5.2. Medijska blokada	37
5.3. Kontrapropaganda	39
5.3.1. Probosanski mediji	40
5.3.2. Televizija Sarajevo	40
5.3.3. Dnevni list „Oslobođenje“	42
5.3.4. Lokalni mediji	44
6. Izvještavanje u ratnim dejtstvima: Tri medija – tri istine	45
7. Uloga medija u srebreničkom genocidu	50
8. Uspostavljanje novog, demokratskog sistema informisanja u Bosni i Hercegovini	55
8.1. Javni RTV sistem	57
8.2. Anketa: Mišljenje građana Bosne i Hercegovine o djelovanju bh. medija	60
9. Pojava tabloidnih medija u Bosni i Hercegovini	67
10. Zaključna razmatranja	73

I UVOD

Mediji se u savremenom društvu i dobu smatraju ključnim akterima društvenih promjena. Imaju značajnu ulogu u svakom društvu i državi, te bitno utječu na tok i ishod događaja. Pored informativne funkcije, odnosno obezbjeđivanja informacija o tome šta se, gdje i kada događa, mediji imaju edukacijsku funkciju (ulogu u obrazovanju, educiranju javnosti), te interpretativnu funkciju, odnosno zadatak da kontekstualiziraju događaje i javnosti pruže „širu sliku“ i bolju mogućnost orijentacije. Upravo kontekstualizacija događaja daje moć medijima, što se može opisati koristeći metaforu naočala, odnosno, upoređujući medije sa naočalama koje mi, kada ih nosimo, često ne primjećujemo, odnosno, ne primjećujemo da kroz njih gledamo, ali one određuju opseg onoga što uopće možemo vidjeti. Drugim riječima, događaj koji prođe kroz filter medija događaj je na koji publika i sama obrati više pažnje, a način na koji mediji interpretiraju taj događaj direktno utječe na to kako ga publika razumijeva.¹

Mediji na refleksivan i dnevnan način definiraju većinu onoga što se smatra dobrim ili lošim, vrijednim ili bezvrijednim, pozitivnim ili negativnim, moralnim ili nemoralnim.² Simbiozu medija i društva najbolje iskazuje maksima – „kakvo društvo takva medijska kultura, ili, preciznije – kakva medijska kultura takvo društvo.“³ Društvo i mediji su u dijalektičkom odnosu u kojem dolazi do izražaja posrednička uloga mass medija čiji je značaj u društvenom karakteru komuniciranja koji ona potvrđuje ili negira. Programi i poruke mass medija izlažu pojedince i grupe svom utjecaju sa takvom snagom i intenzitetom da ispunjavaju čovjekovo cjelokupno slobodno vrijeme, vršeći neposredan utjecaj na njihov način mišljenja, stavove i ponašanja. Prepoznatljivo je da mass mediji igraju značajnu ulogu, ali njihovo dejstvo je dvojakog karaktera, shodno dihotomnosti izdvojenosti socijalnih grupa, onih u čijim rukama su mass mediji, što se manifestuje u integraciji i dezintegraciji društva.⁴

Prema bosanskohercegovačkoj medijskoj kulturi, njenim subjektima i nositeljima, producentima i recipijentima može se procjenjivati i mjeriti ko u bh. društvu ima moć, a ko nema moć, kome je dozvoljeno da upotrebljava silu, a kome ne. Upravo produkti medijske

¹ Turčilo, Lejla, „(P)ogledi o medijima i društvu: članci, eseji, istraživanja“, Forma graf Sarajevo, Sarajevo, 2017., str. 89.

² Fejzić- Čengić, Fahira, „Medijska kultura u Bosni i Hercegovini“, Connectum, Sarajevo, 2009., str. 5.

³ Fejzić- Čengić, Fahira, „Medijska kultura u Bosni i Hercegovini“, Connectum, Sarajevo, 2009., str. 6.

⁴ Nuhanović, Asad, „Demokratija, mediji, javnost“, Promocult, Sarajevo, 2005., str. 111, 112 i 121.

kulture transparentno lociraju jače i slabije u bh. društvu, i pokazuju koliko su jaki jači a koliko su slabi slabiji, sve do nivoa njihove izolacije ili smrtonosti, odnosno iščeznuća iz javnog kao medijskog diskursa.

Bosna i Hercegovina je karakteristična po tome što se uvijek nalazi u rascjepu centrifugalnih i centripetalnih sila. Imala je neprestano pluralistički kod i njena sudbina je nepostojanje jednog identiteta. Pluralni kod se ogleda u različitim narodima i religijama na prostoru Bosne i Hercegovine i zbog toga, mediji bi trebali više usmjeriti svoju moć u pravcu širenja pozitivnih priča o jedinstvu različitih, o poštovanju kulture drugog i drugačijeg, te svih boljih i ljepših strana naše države i društva. Bosanskohercegovački mediji koji svoj sadržaj ispunjavaju na ovakav način, izgradit će pozitivnu sliku Bosne i Hercegovine u bh. društvu, ali i šire. U nastavku istraživačkog rada slijedi analiza djelovanja medija od 1992. do 2018. godine.

2. METODOLOŠKI OKVIR RADA

2.1. Problem istraživanja

Osnovni problem istraživanja je djelovanje medija u Bosni i Hercegovini od 1992. do 2018. godine. Ovaj problem dobija na važnosti kada se djelovanje medija realizuje kroz jednu funkciju, umjesto kroz tri osnovne funkcije, kako to pravila profesije i nalažu. Tačnije, problem dobija na važnosti kada se mediji fokusiraju na proizvodnju laskog sadržaja (senzacionalizma) u cilju postizanja što većeg profita. Problem na bosanskohercegovačkoj medijskoj sceni je i to što mediji još uvijek nisu spoznali svoj značaj u očuvanju države i njenog identiteta.

2.1.1. Predmet istraživanja

Predmet istraživanja je djelovanje medija u Bosni i Hercegovini od 1992. do 2018. godine. Mediji sadržajem bitno utječu na recipijente/javnost, oni određuju šta će javnost smatrati bitnim, a šta ne. Kroz ovaj rad potrebno je istražiti koliko su mediji usmjereni ka rješavanju društvenih problema, odnosno, koliko doprinose razumijevanju aktuelnih događaja. Zatim, da li su mediji u Bosni i Hercegovini više usmjereni političkim subjektima i strankama ili državi i društvu. Pored toga, potrebno je istražiti da li je medijski sadržaj zasnovan na faktografiji ili na senzacionalizmu.

Operacionalno određenje predmeta istraživanja

Opći tipski model operacionalnog modela predmeta istraživanja. Bitni činioci su:

Uslov: Glavni uslov je promjena djelovanja medija iz profesionalnog u senzacionalističko i propagandno djelovanje, uslijed čega se zapostavlja interes javnosti. Za shvatanje djelovanja medija potrebni su mediji i društvo.

Subjekti: Subjekti su novinari, mediji i recipijenti.

Motivi i interesi: Motivi medija mogu biti profesionalno djelovanje medija, temeljno, istraživačko novinarstvo čiji je cilj tačna, provjerena i provjerljiva informacija. S druge strane,

motiv može biti i senzacionalističko izvještavanje preplavljeno „bombastičnim“ naslovima, koji često nemaju nikakvu vezu sa tekstovima na koje se odnose, ali svakako donose veću čitanost ili gledanost. Motivi recipijenta su istinite i blagovremene informacije.

Aktivnosti: Mediji svakodnevno kreiraju pozitivnu ili negativnu sliku u javnosti o državi, društvu, grupi, pojedincu ili nekoj pojavi.

Mediji mogu svakodnevno ciljano ili slučajno djelovati u pravcu jačanja države i njenog identiteta. Svakodnevno kreiraju pozitivnu ili negativnu sliku u javnosti o državi i aktuelnim dešavanjima. U ovom periodu od 1992. do 2018. godine, mediji su pretrpjeli mnogobrojne promjene.

Metode: Mediji u Bosni i Hercegovini djeluju na informativan način, ali u posljednjih nekoliko godina s pojavom velikog broja medija svih vrsta, mediji se koriste senzacionalizmom kao jednom od načina ili metoda rada, što za rezultat ima nekvalitetan sadržaj.

Efekti:

Efekti predstavljaju povratnu informaciju, odnosno ono što recipijenti čine nakon čitanja ili gledanja medijskog sadržaja. Mediji svojim djelovanjem mogu izazvati pozitivne i negativne efekte. Oni diktiraju javnosti šta je bitno, a šta bitnije.

Vremensko određenje predmeta istraživanja: Istraživanje ove teme obuhvata period od dvadeset i šest godina, tačnije, od 1992. do 2018. godine.

Prostorno određenje predmeta istraživanja: Ovo istraživanje se odnosi na prostor Bosne i Hercegovine. Za potrebe ovog rada bit će istraženo djelovanje bosanskohercegovačkih medija.

Disciplinarno određenje predmeta istraživanja: Istraživanje je intradisciplinarnog karaktera sa osloncem na druge, srodne nauke.

2.2. Ciljevi istraživanja – naučni i društveni

U okviru određivanja ciljeva istraživanja razlikujemo dvije vrste ciljeva: naučne i društvene. Svako istraživanje ima kao opći cilj sticanje naučnog saznanja određenog obima i nivoa, a istovremeno, po općem konceptu i ideologiji nauke, svaka naučna djelatnost treba da bude usmjerena na dobrobit ljudi. To je osnov za razlikovanje naučnih i društvenih ciljeva i za njihovo posebno iskazivanje.⁵

2.2.1. Naučni cilj istraživanja

Naučni cilj istraživanja je doprinos novim saznanjima o radu medija u Bosni i Hercegovini, ali i općenito. Cilj podrazumijeva istraživanja i analiziranje medijskih sadržaja na osnovu kojih ćemo doći do zaključka o tome kakvi su mediji u Bosni i Hercegovini.

Naučna deskripcija

Naučna deskripcija je po nekim shvatanjima najniži naučni cilj jer se on ostvaruje opisom manifestnih formi.⁶ Ona predstavlja opis manifestnih formi predmeta istraživanja. Naučna deskripcija u ovom istraživačkom radu obuhvata određene karakteristike djelovanja medija u Bosni i Hercegovini u periodu od 1992. do 2018. godine.

Naučna eksplikacija

Naučna eksplikacija kao naučni cilj podrazumijeva naučno saznanje o uzročno-posljedičnim odnosima, društvenim zakonima i naučna objašnjena.⁷ U ovom istraživačkom radu naučna eksplikacija obuhvata uzroke i posljedice djelovanja medija u zadanom periodu istraživanja. Od 1992. do 2018. godine u Bosni i Hercegovini desile su se brojne promjene, kako u državi i društvu, tako i u samim medijima. Rezultat takvih promjena je najčešće nedovoljno ili na pogrešan način informirana javnost.

⁵ Termiz, Dževad, „Metodologija društvenih nauka“, NIK „Grafit“, Lukavac, 2009, str. 220.

⁶ Isto

⁷ Isto, str. 222.

2.2.2. Društveni cilj istraživanja

Društvenim ciljevima se ukazuje na društvenu svrhu i korist istraživanja, bez obzira na naučni cilj. U ovom primjeru istraživačkog rada, društveni cilj je mogućnost primjene rezultata istraživanja i stečenih znanja u oblasti Komunikologije, počevši od studenata Komunikologije do novinara i građana/javnosti/recipientata. Cilj je studentima predstaviti važnost profesionalnog djelovanja medija u društvu.

2.3. Naučni pristup i metode istraživanja

Naučna istraživanja s obzirom na predmet istraživanja, mogu biti teorijska i empirijska. Kod teorijskih istraživanja predmet je teorija, dok je kod empirijskih predmet istraživanja društvena stvarnost. U praksi, naučna istraživanja su pretežno kombinacija teorije i empirije zbog važnosti teorije, odnosno, teorijskog uporišta istraživanja.

U toku istraživanja ove teme, tj. izrade završnog magistarskog rada koristit ću se sljedećim metodama: analiza sadržaja, metoda deskripcije i metoda ispitivanja (tehnika anketa).

2.3.1. Metoda analize sadržaja

Ovu metodu ću koristiti prilikom istraživanja sadržaja bosanskohercegovačkih medija. Za istraživanje potrebnih članaka koristit ću digitalnu arhivu Infobiro Mediacentra u Sarajevu, koja raspolaže potrebnim izdanjima navedenih medija, kao i primjerima iz korištene literature.

2.3.2. Metoda deskripcije

Metoda deskripcije se primjenjuje u početnoj fazi naučnog istraživanja. Ova metoda obuhvata jednostavno opisivanje ili očitavanje činjenica, procesa i predmeta u prirodi i društvu te njihovih empirijskih potvrđivanja odnosa i veza, ali bez naučnog tumačenja i objašnjavanja.⁸ U svrhu informisanja o problemu istraživanja, primjenit ću metodu deskripcije.

⁸ http://www.unizd.hr/portals/4/nastavni_mat/1_godina/metodologija/metode_znanstvenih_istrazivanja.pdf,
Pristupljeno 21.09.2019.

2.3.3. Metoda ispitivanja (tehnika anketa)

U toku izrade magistarskog rada koristit ću se anketom kao tehnikom metode ispitivanja. Cilj ankete je kreiranje slike o navikama, praćenju i mišljenju bosanskohercegovačke javnosti o djelovanju medija u Bosni i Hercegovini.

2.4. Sistem hipoteza

Hipoteze su osnovane pretpostavke o predmetu istraživanja iskazane u obliku stavova – sudova. Najkraće rečeno, hipoteze su uvijek pretpostavke o nečemu, a ne mogu se oformiti ni o čemu. Hipotezama prethodi saznanje o kome se misli, pa se hipoteza javlja kao rezultat mišljenja o tom saznatom nečem.⁹

2.4.1. Generalna hipoteza

Djelovanje medija u Bosni i Hercegovini od 1992. do 2018. godine bilo je različito: od probosanskog do antibosanskog.

2.4.2. Posebne hipoteze

1. Djelovanje medija od 1992. do 2018. godine djelimično zadovoljava kriterije profesionalnog i temeljnog novinarstva.
2. Mediji su značajno utjecali na formiranje stavova bosanskohercegovačkog društva o temama od javnog interesa.
3. Probosansko djelovanje medija je utjecalo na opredjeljenje građana Bosne i Hercegovine za nezavisnost države na referendumu 1992. godine
4. Za vrijeme agresije na Republiku Bosnu i Hercegovinu, mediji su bili probosanski orijentirani sa izraženim patriotizmom.
5. Nakon završetka agresije na Republiku Bosnu i Hercegovinu, određeni mediji njeguju kulturu sjećanja na žrtve agresije.
6. Probosansko djelovanje medija u modernom dobu zamijenjen je senzacionalizmom, klijentelizmom i neprofesionalizmom.

⁹ Isto, str. 226.

2.4.3. Indikatori

Televizijski priloz, emisije, članci iz štampe, te iskazi stručnjaka iz oblasti Komunikologije i srodnih nauka.

3. DJELOVANJE MEDIJA

3.1. Definisanje pojma djelovanje medija u Bosni i Hercegovini

U naučno – istraživačkom radu, za bolje razumijevanje rada, potrebno je prije razrade izdvojiti i definisati ključne pojmove. U našem primjeru rada pod naslovom: „Djelovanje medija u Bosni i Hercegovini od 1992. do 2018. godine“, ključni pojmovi su: **Bosna i Hercegovina, medij, medijska kultura, komuniciranje, masovno komuniciranje, probosansko, antibosansko, patriotizam, patriomanija, propaganda, senzacionalizam.**

Bosna i Hercegovina je suverena i nezavisna država građana, konstitutivnih i ravnopravnih naroda Bošnjaka, Srba i Hrvata, te pripadnika ostalih naroda koji u njoj žive. Bosna i Hercegovina je jedna od rijetkih država u svijetu u kojoj su judaizam, katoličanstvo, pravoslavlje i islam, kao i kulture koje su nastale u njihovom okrilju, našli pogodno tlo za vlastito postojanje. To je omogućilo stvaranje jedinstvene civilizacije na njenom prostoru u čijim tekovinama su utisnuti pečati četiri konfesije i prepoznatljivo naslijeđe Grčke i Rimskog carstva, kao i Ilira i bogumilstva. Ovo susretanje velikih monoteističkih religija i prožimanje različitih kultura na relativno malom području omogućeno je geografskim položajem države koji je oduvijek bio poprište mnogobrojnih interesa i aspiracija raznih osvajača. U njenoj historiji dominiraju zbog toga, borbe za očuvanje samostalnosti i jačanje vlastitog identiteta. Kohezivne snage bosanskohercegovačke državnosti i teritorijalne cjelovitosti u historijski zacrtanim granicama nadjačale su sve podjele i težnje za rasparčavanjem Bosne i Hercegovine. Kao jedna od šest dobrovoljno i na ravnopravnim osnovama ujedinjenih republika, Bosna i Hercegovina je ostala u sastavu Socijalističke Federativne Republike Jugoslavije sve do raspada ove države. U novembru 1990., nakon duge vladavine jednopartijskog komunističkog sistema, održani su prvi slobodni demokratski i neposredni izbori za nove organe vlasti i Bosna i Hercegovina je dobila novu skupštinu konstituiranu na parlamentarnim principima političkog pluralizma. Time je otvoren proces političke demokratizacije bosanskohercegovačkog društva i razvitka naše zemlje kao moderne pravne države zapadno-evropskog tipa. Naredne 1991. godine, međutim, zbog srbijanskog hegemonizma i nemogućnosti konsenzusa oko budućeg ustrojstva bivše SFRJ, započeo je proces disolucije ove države. Došlo je do izbijanja prvih ratnih sukoba u Republici Hrvatskoj, odnosno do agresije dvije suverene i nezavisne države, a u kojoj su upotrijebljene jedinice bivše tzv. Jugoslovenske narodne armije i zajedničke srbijansko-crnogorske paravojne

formacije. Bosna i Hercegovina je u srbijansko-hrvatskom sukobu ispoljila svoju neutralnost i nepristrasnost garantirajući svojim susjedima nepovredivost zajedničkih državnih granica. Dvadeset devetog februara i 1. marta 1992. godine održan je referendum o budućem statusu naše zemlje na kojoj su se njeni građani dvotrećinskom većinom izjasnili za Bosnu i Hercegovinu kao samostalnu i suverenu i nezavisnu državu potvrdivši time i njenu neutralnost u ratnim sukobima na prostorima bivše SFRJ i vlastitu želju da žive u svojoj državi, a ne u sastavu tzv. Krnje Jugoslavije. Bosna i Hercegovina je, voljom svojih građana i naroda, tako još jednom potvrdila svoju državnost da bi, već 6. aprila bila priznata i od Evropske zajednice, a 21. maja iste godine primljena kao punopravna članica i u Ujedinjene narode. Njen državno-pravni i politički subjektivitet tako su potvrđeni i na međunarodnom planu stječući svakim danom sve veću afirmaciju. Taj subjektivitet, samostalnost i nezavisnot naše zemlje zasmetali su onim nacionalno-velikodržavnim srbijanskim krugovima koji su je prethodno svim silama nastojali uvući u tzv. Krnju Jugoslaviju pripremajući, u slučaju vlastitog političkog neuspjeha paralelno s tim i krvavu zavjeru protiv njene državne samostalnosti i nezavisnosti tj. oružanu okupaciju i raspargčavanje naše zemlje. Pojedini oblici te zavjere i oružanih nasrtaja na njen teritorijalni integritet ispoljavali su se već krajem 1991. i s početka 1992. da bi već u proljeće (april i maj) iste godine došlo do otvorene i neprikrivene oružane agresije Srbije i Crne Gore objedinjenih u tzv. i u to doba međunarodno nepriznatu Saveznu republiku Jugoslaviju na našu državu na koju su, uz punu podršku i pomoć i terorističke Srpske demokratske stranke kao paralamentarne bh. Političke partije i njenih naoružanih četničkih formacija, vojno nasrnule jedinice bivše JNA i jedinice srbijansko-crnogorskih paravojnih snaga koje su prethodno izvršile agresiju na Sloveniju i Hrvatsku. Cilj ove agresije bio je okupacija cjeline ili barem većeg dijela teritorija naše države i njegovo priključenje Srbiji i Crnoj Gori tj. stvaranje velike Srbije uz uništenje bošnjačkog i hrvatskog naroda na ovom prostoru. Ovoj agresiji pružen je od početka spontan, ali odlučan i snažan otpor svih patriotskih i domoljubnih snaga koji će se vremenom rasplamsati u krvavi rat stvarajući Oružane snage Bosne i Hercegovine sa Armijom RBiH i Hrvatskim vijećem obrane, kao jednim od svojih osnovnih i najvažnijih komponenti. Nakon Dejtonskog sporazuma iz novembra 1995. godine, Bosna i Hercegovina je uređena dva entiteta i tri suverena naroda u njoj.¹⁰

Medij potječe od latinske riječi *m e d i u m* što znači „sredina, sredstvo, posrednik, ono kroz šta se prenosi dejstvo (od spiritizma u kome je medijum posrednik između ljudi i duhova, do satelita koji prenose informacione poruke)“. France Vreg za medije kaže da su „prenosna

¹⁰Beridan I., Tomić I, Kreso M., „Leksikon sigurnosti“, Sarajevo, 2001: str. 58, 61, 62, 63.

sredstva koja posreduju značenjske sadržaje u određenom obliku: za ljudsko komuniciranje to su neverbalna, verbalna i tehnička sredstva. Profesor Vreg naglašava da su mediji najvažnije metode ili kanali informiranja. Francis Bal razumije medije kao tehničku opremu koja omogućava ljudima komunikaciju i prenos misli, bilo kakvi da su njihova forma i njihov krajnji cilj.¹¹ Sead Alić medij definira kao međuprostor u kojem se zbiva naša sudbina.¹² Mediji su pojam koji karakterizira složenost javnog informiranja, a podrazumijeva rasprostranjenost vijesti i audio-vizuelnih sadržaja s ciljem informiranja, obrazovanja i zabave svih slojeva stanovništva. Mediji se podvode pod definiciju sredstava masovnog komuniciranja, jer komunikacija omogućava povezanu reakciju ljudi koja je u osnovi svih društvenih pojava. Mediji su: novine i druga štampa, radijski i televizijski programi, programi novinskih agencija, elektronske publikacije, teletekst i svi ostali oblici dnevnog ili periodičnog objavljivanja urednički oblikovanih programskih sadržaja prijenosom zapisa, glasa, zvuka ili slike, ili sve to zajedno.¹³

Medijska kultura ova sintagma predstavlja trajniji, dinamičan odnos medija prema kulturi, tradiciji, vjeri, literaturi, etici, identitetu na način stalne redefinicije, redeskripcije, obnavljanja, znavljanja, selekcije ovih elemenata društvenosti i sebe samih. U medijsku kulturu bi, konsekventno općoj definiciji kulture spadale i međuljudske interakcije, kolektivni i zajednički, na tom iskustvu proizašli, organizacijski i duhovni sadržaji poput novih (medijskih) profesija i specijalnosti, poput novih jezičkih termina i izričaja, poput novih međuljudskih odnosa i novih relacija među kolektivitetima i među zajednicama, također i među pojedincima unutar njih, a koji su se upravo zahvaljujući medijskom faktoru u kulturi izdiferencirali.¹⁴ Medijska kultura je pojam novijeg datuma i tiče se ljudi koji žive u informatičkoj eri. U širem smislu ona se razumijeva kao skup informacija i predstava, zvuka i slike na bazi kojih se oblikuje suvremeni život ili, bolje reći, koje oblikuju našu svakodnevnicu. U užem smislu medijska kultura se razumijeva kao segment „kulturne industrije“ čiji proizvodi oblikuju život.¹⁵

¹¹ Grbo, Amila, „Mediji i demokratizacija društva“, Fakultet političkih nauka, Sarajevo, 2009: str. 41.

¹² Alić, Sead, „Masmediji, zatvor bez zidova“, Kugla, Zagreb, 2012: str. 18.

¹³ Cerović, Esad, „Mediji između tradicije i interneta“, Amos Graf, Sarajevo, 2017: str. 7.

¹⁴ Fejzić- Čengić, Fahira, „Medijska kultura u Bosni i Hercegovini“, Connectum, Sarajevo, 2009: str. 18. I 19.

¹⁵ Grbo, Amila, „Mediji i demokratizacija društva“, Fakultet političkih nauka, Sarajevo, 2009: str. 199.

Komuniciranje – je pojava, proces, tok, (su)odnošenje ili interakcija između subjekata komunikacijskog procesa, prije svega, kao živog svijeta na zemlji, i postoji otkako i živi svijet.¹⁶

Masovno komuniciranje – Prenošnje poruka – čitaocima, slušateljima, gledateljima, ili u slučaju interneta kombinacijom sva tri načina prenošenja informacija. Danas se koristi termin multimedijani način prenošenja informacija.¹⁷

Propaganda – termin je izveden iz latinske riječi *propaganda*, što u osnovi znači širenje, rasprostiranje. U prvobitnom značenju bio je to sinonim za djelatnost kojoj je cilj, da preko odgovarajućih medija utječe na ljude (društvene grupe, mase, publiku, javno mnijenje) mijenjanjem njihovih ideja i stavova. Propaganda predstavlja vrstu komunikacije čiji je smisao u ubjeđivanju, uvjeravanju i usmjeravanju primalaca poruke. Ovakva vrsta komunikacije ima planski, organizovan i smišljen karakter i u njoj preovladavaju intencioni elementi sa težištem na jednosmjernost.¹⁸

Senzacionalizam je svakodnevna pojava u medijima, a podrazumijeva način pisanja novinarskih tekstova u kojima novinari krše etička pravila svoje struke.

Probosansko je termin kojeg određuje prefiks „*pro*“ što znači „*za*“, a u ovom slučaju ukazuje na to da je nešto usmjereno ka Bosni i Hercegovini.

Antibosansko je termin kojeg određuje prefiks „*anti*“ što znači „*protiv, iza, umjesto*“, u ovom slučaju ukazuje na to da je nešto usmjereno protiv Bosne i Hercegovine.

Patriotizam potječe od francuske riječi „*patriote*“ što znači „*domoljub*“. Patriotizam znači domoljublje, ljubav prema domovini, zemlji i narodu – zasnovana na historijskim uvjetima razvoja svijesti o pripadnosti određenoj zajednici i cjelini. Pojam patriotizam kroz historiju je mijenjao svoje značenje uporedo s promjenama u općoj kulturi, ekonomskoj i socijalnoj strukturi društva, pa je od osjećaja vezanosti uz *polis* do suvremenog shvatanja pripadnosti određenoj etničkoj cjelini, naciji ili državi širok raspon vrlo različita, često i proturječna

¹⁶ Fejzić-Čengić, Fahira, „Uvod u teoriju informacija“, Promocult, Sarajevo, 2007: str. 13.

¹⁷ Cerović, Esad, „Mediji između tradicije i interneta“, Amos Graf, Sarajevo, 2017: str. 7.

¹⁸ Tucaković, Šemso, „Propagandno komuniciranje“, Univerzitetska knjiga, Sarajevo, 1999: str.:13. i 18.

poimanja ljubavi prema domovini. Patriotizam je i etička vrijednost i poželjna osobina koju sebi pridaju pripadnici različitih političkih opredjeljenja.¹⁹

Patriomanija označava pretjerivanje u odnosu na svoju domovinu, grupu, kolektiv.

4. Uspostavljanje diskursa nove nomenklature

Za bolje razumijevanje djelovanja medija u Bosni i Hercegovini, posebno predratnog i ratnog perioda, moramo se osvrnuti na medijski sistem u bivšoj zajednici državne forme, Jugoslaviji. Shodno tome, iako se istraživanje odnosi na period od 1992. do 2018 godine, potrebno je vratiti se nekoliko godina više unazad. Kako se centar Jugoslavije nalazio u Beogradu, glavnom gradu Republike Srbije, tako i karakteristike tadašnjih jugoslovenskih medija treba tražiti upravo u srpskim medijima. Novi medijski sistem će se uspostaviti po uzoru na stari i on će, očekivano, zadržati određene elemente starog sistema.

Bivša Jugoslavija može poslužiti kao dobar primjer ključne uloge medija za uspostavljanje jedne politike i stvaranja mehanizma za pretvaranje uniformnog jednopartijskog modela u novi, koji će i dalje biti jednopartijski, ali ipak šaren i dinamičan populistički pokret. Mediji su bili sami sebi svrha i jednostavna politička poluga održavanja pozitivnih tekovina vlasti. *Feed back*, odnosno, veza između medija i publike u socijalističkom periodu vlasti i tadašnjem tipu novinarstva nije ni postojala. Mediji su bili samo predstavnici sistema i politike na vlasti. Krajem osamdesetih godina 20. stoljeća, počinje proces koji će otvoriti niz dilema i raslojavanja u sferi informiranja i u medijima, koji će okončati za nepunu deceniju, stvarnim raspadom multinacionalne, multireligijske, multikulturalne zajednice državne forme, Jugoslavije. Prvu najavnu rečenicu ozbiljnije naravi u tom smislu izgovorit će u Skoplju Aleksandar Petković, tadašnji Savezni sekretar za informacije: „*Informisanje je stub cjelokupnih odnosa. Ako nema prave delegatske baze, ljulja se cijela konstrukcija našeg sistema.*“ Brzina kojom će se sistem uskoro zaljuljati bila je nepredvidiva gotovo svim brojnim medijima u državi, a posebno publici tih medija. Isti autor će to otprilike najaviti: „*Uostalom, tenkovi, pučišta nisu slučajno ranije kretali prvo na PTT-e, sada na stanice radija i TV. Sredstva javnog informisanja su vrlo moćno oružje svake politike i vlasti normalno dijele njihovu sudbinu.*“²⁰

¹⁹ <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=47027>, pristupljeno 30.09.2019.

²⁰ Fejzić –Čengić, Fahira, „Medijska kultura u Bosni i Hercegovini“, Connectum, Sarajevo, 2009: str. 103

Krajem osamdesetih godina diskurs jugoslovenske (komunističke) nomenklature biva zamijenjen novim diskursom nacionalističke nomenklature u nastajanju. Centar iz kojeg se kreirao i širio stari, ali i novi diskurs bio je Beograd i srpski mediji. Diskurs nacionalističke nomenklature u nastajanju nije prihvatao diskurs neistomišljenika. Ono što je karakteristično za novi diskurs jesu postupci antropomorfizam, etnička simbolizacija, historizacija političkih situacija, simplifikacija društvenog i političkog rasuđivanja i antropološke promjene. Pod antropomorfizmom podrazumijevamo postupak verbalnog izjednačavanja naroda, kolektiva, sa individuumom. Primjer: „*Srbija nikad nije stvorila nijedan logor, niti je kad ugrozila nečiju slobodu*“ (**Borba**, februar 1990). Srbija se pojavljuje kao plemeniti karakter ženskog roda. Ova nevjerovatna teza o tome da Srbija nije nikad ugrozila nečiju slobodu zasniva se na istom takvom viđenju drugih – kao jedinstvenog kolektivnog ljudskog bića. Pitanje da li je Srbija ugrozila slobodu svojih građana se i ne postavlja jer su oni svakako uračunati u opći pojam. Manipulacija novog diskursa je višestruka: grijesi bivšeg sistema su otpušteni, historija falsificirana, nasilna unifikacija sprovedena nad grupama građana koji bi mogli imati ne samo različite nego i potpuno suprotstavljene interese. Nova nomenklatura nameće i identifikovanje nacionalnog karaktera, što podrazumijeva pozicije u historiji, mentaliteta, zasluga u svjetskom kontekstu. To dalje znači da se ne prihvataju negativne karakteristike srpskog naroda, a posebno naglašavaju pozitivne. Za novu nomenklaturu je nedopustivo da se srpskom, prestižnom narodu pripisuje varvarstvo. Etnička simbolizacija tog perioda prepoznatljiva je i po terminu „nebeski“. Sljedeći postupak je historizacija političkih situacija i ona se smatra najefikasnijim elementom pridobijanja nacionalističkih zahtjeva. Historizacija je ključni narativni postupak, koji od svakodnevnog argumentacije do medija i naučnog diskursa uvodi univerzalno objašnjenje i kauzalitet događaja i otvara prostor za izuzetnu pojavu osвете unaprijed, odnosno, agresivne akcije protiv drugog. Postupak historizacije predstavlja najopasnije sredstvo nacionalističke politike. Kada je riječ o simplifikaciji društvenog i političkog rasuđivanja, podrazumijevamo postupak manipulacije kojom se utemeljuje novi populizam. Primjer: „*Važno je da smo se skupili i da smo ovako jedinstveni*“ (**Politika**, juni 1989.). Ovaj primjer ukazuje da je smisao okupljanja samo u jedinstvenosti mišljenja, kao i da nije preporučljivo okupljanje ako ne postoji jedinstvenost. Navedeni postupci rezultiraju novim ponašanjem stanovništva. Imaginarni idealni građanin, svakako, Srbin polako postaje stanovnik, dinamičan kada je potrebno sudjelovati u mitingu, a dinamizam se na koban način pojavljuje u projektima i u realizaciji velikih etničkih čišćenja, preseljavanja, izbjeglištva i sl. Pojedinaac stopljen sa kolektivom živi na *ognjištu*, ključnom terminu svih nacionalističkih diskursa na tlu Jugoslavije.

Ovakav politički sistem, na čelu sa Slobodanom Miloševićem stvara izopačeni medijski sistem koji će biti propagandni i patriomanijski, a najmanje informativni. U svim srpskim zločinima koji će uslijediti, moć oružja i medija bila je skoro izjednačena. Zapravo, mediji su platforma preko koje je vršena priprema za srpske monstruozne zločine na području regiona. Nažalost njeno djelovanje nije prestalo okončanjem rata, jer i danas prepoznajemo recidive starog sistema. Na istim osnovama nastao je srpski paralelni sistem informisanja u Bosni i Hercegovini koji je opstao sve do danas.

4.1. „Navijačko novinarstvo“ - Mediji u službi ideologije

Nezaobilazna ličnost javnog života osamdesetih i devedesetih godina prošlog stoljeća, svakako je Slobodan Milošević. Nakon što je izabran za predsjednika Saveza komunista Srbije, Milošević počinje sa provođenjem svoje ideologije čiji je jedini politički cilj bio što veća dominacija Srba širom Jugoslavije, koju je ionako smatrao srpskom državom. Politika Slobodana Miloševića je politika populizma koja u prvi red locira idealizirane Srbe, a sve što nije srpsko je višak i nepoželjno. Pristalice ovakve politike, na čelu sa Slobodanom Miloševićem organiziraju brojne mitinge protiv partijskih i državnih birokrata. Ova serija mitinga je poznata i pod nazivom „Događanje naroda“ i imali su takvu moć da je zvaladao duh sljedbeništva i pokornosti prema vođi, a kao rezultat okupljanja ljudi na mitinzima je ostvarenje cilja: okupe se kao radnici, a razidu se kao Srbi. Osamdesetih godina primjećuje se buđenje srpskog nacionalizma i to prije svega u revijalnoj štampi, literaturi, te uličnim simbolima i ikonografiji.²¹ U isto vrijeme, Komunistička partija Jugoslavije vrši kontrolu i pritisak na medije, te ih koristi kao najjače i najefikasnije sredstvo za širenje straha i mržnje među narodima Jugoslavije. Medijska prezentacija te formule podrazumijevala je podgrijavanje do usijanja i napuštanje klasičnog neutralnog novinarskog izraza, otklanjanje i napuštanje klasičnog neutralnog novinarskog izraza, otklanjanje i privida objektivnosti i eliminaciju umjerenijih i sofisticiranijih autora, kao i onih koji se novom tonu suprotstavljaju, kao i potpuna podređenost uredništva političkom centru. Televizija je bila uključena u probleme između Srbije i Kosova, gdje je vidno stala na stranu Srbije čitanjem hiljada telegrama podrške Slobodanu Miloševiću. Telegrami su čitani satima, a neki su čak pisani i na samoj televiziji. Jedan od rukovodilaca Televizije Beograd lično je napisao telegram u stihu u kome se kaže da „narod zna šta si Ti za njega uradio“ i završava sa „ne može nam niko ništa,

²¹ Kurspahić, Kemal, „Zločin u 19:30“, Mediacentar Sarajevo i South East Europe Media Organization (SEEMO), 2003: str. 30.

jači smo od sudbine“.²² Beogradski list „**Politika**“, a posebno njegova rubrika „Odjeci i reagovanja“ odigrat će važnu ulogu u prvoj polovini 1990. godine u ključnom periodu psihološke pripreme za aktivnu politiku i nacionalizam u Srbiji, sa definisanjem tada funkcionalnih neprijatelja Albanaca i Slovenaca.²³ U ovoj rubrici organizirane su prve najžešće kampanje blaćenja ljudi, te huškanje srbijanske javnosti. „Odjeci i reagovanja“ su predstavljali osnovu novog govora čiji je cilj eliminacija političkih protivnika, kojima je oduzeto pravo na odgovor. Jedno od ključnih pravila u novinarstvu je da svaka priča mora imati barem dva izvora, dvije strane priče, više nije važno. Stranice Politike su potkraj osamdesetih godina odigrale odlučujuću ulogu u proizvodnji neprijatelja.²⁴ Nekoliko godina kasnije, Aleksandar Nenadović nekadašnji glavni urednik ovog lista, reći će da je „Politika“ antinovinarska diverzija koja je vremenom prerastala u politički „bal vampira“, iza koje će zauvijek ostati crna mrlja.

Mediji nisu bili organizatori tadašnjih brojnih skupova koji će kasnije prerasti u obračun, ali su uveliko doprinijeli u stvaranju atmosfere i buđenju mržnje i nezadovoljstva između različitih naroda. Uloga medija je bila da ta okupljanja uveliča i proslavi, te predstavi kao nezaustavljivi pokret naroda, koji je i poznat kao „događanje naroda“. Ta formula medijskog uveličavanja, uzdizanja korištena je dovoljno dugo da postigne hipnotičko dejstvo. Događanje naroda, odnosno, masovni mitinzi zauzeli su mnogo medijskog prostora, izvještaji su uglavnom govorili o velikom i nezapamćenom broju učesnika na mitinzima, koji su opisani kao izraz nezaustavljive volje naroda. Tekstovi su štampani novom, neuobičajenom opremom, sa dugim i sugestivnim naslovima. U svim medijima, ova okupljanja naroda predstavljena su sa preuveličavanjem i uljepšavanjem naroda (srpskog). Nacionalni kič, zastave, slike i karikature dominirali su u srpskim medijima.

Slobodan Milošević je bio svjestan važnosti medija za antibirokratsku revoluciju ili „pokreta za promjene“ pa ih svrstao zajedno sa policijom i vojskom u glavne nosioce ovog pokreta.

²² Riječ je o stihu pjesme „Ne može nam niko ništa“ koja je snimljena 1989. godine i izvodi je srbijanski pjevač Mitar Mirić. Inače, pjesma je ljubavna i govori o jačini ljubavi između dvoje mladih, ali početkom sukoba u regionu, u Srbiji je postala jedna od najčešćih pjesama kojom se izražava moć srpskog naroda. U nastavku rada vidjet ćemo da se i više od dvije decenije nakon okončanja rata u Republici Srpskoj i dalje može čuti ista pjesma na predizbornim skupovima ili okupljanjima čiji je cilj jačanje zajedništva Srba kako u Bosni i Hercegovini, tako i van nje.

²³ Grupa autora, „Rat je počeo na Maksimiru“, Medija centar, Beograd, 1997: str. 17. I 18.

²⁴ Kurspahić, Kemal, „Zločin u 19:30“, Mediacentar Sarajevo i South East Europe Media Organization (SEEMO), Sarajevo, 2003: str. 28.

Mediji kao Miloševićeva udarna pesnica u antibirokratskoj revoluciji nesumnjiva su činjenica. Pridobijanje urednika i medija, Milošević je započeo sistematično odmah nakon što je izabran za šefa beogradskog partijskog komiteta. Bilo je primjetno da ima svoje ljude na najodgovornijim mjestima u najutjecajnijim glasilima, kao što su „Politika“ i „Politika ekspres“. Želio je imati potpunu kontrolu nad štampom, jer ukoliko je štampa podređena jednom centru i instruisana iz njega, onda može obaviti značajne i kompleksne zadatke.²⁵ Medijski sistem vođen i orkestriran Miloševićevim rukovodstvom iznjedrit će novi način djelovanja medija, onaj u kojem će pisana ili izgovorena riječ biti jednako važna i moćna kao i oružje iz čega proizlazi da će se politički sukobi prvo voditi u medijima, a nešto kasnije i na ratištu. Ovakav medijski sistem postat će dominantan u političkim obračunima sa neistomišljenicima. U početku nisu svi centralni, tj. beogradski mediji bili pod kontrolom Miloševićevog rukovodstva. Međutim, na tome se uporno radilo, a mediji koji nisu prihvatili takav sistem bili su pod stalnom opsadom. Preuzimanje kontrole nad medijima vršeno je različitim metodama – „gdje može tiho – tiho, gdje ne može, onda uz viku, galamu i prijetnje.“²⁶ Sve to pravdano je borbom za odbranu socijalističkih načela u društvu, kao i odbranu Jugoslavije.

Mediji koji su podržavali ovu „borbu“ prilagođavali su se potrebama i zahtjevima onih u čijem interesu su radili, dok je cilj sve vrijeme bio isti, a to je dolazak do vlasti, te održanje te vlasti. Ključni događaj koji je odredio ulogu medija je Osma sjednica Centralnog komiteta Saveza komunista Srbije iz septembra 1987. godine, kada je Slobodan Milošević razriješio članstva tadašnjeg predsjednika beogradske partijske organizacije, Dragišu Pavlovića. Milošević je već tada kontrolirao medije, ali nakon održavanja Osme sjednice pokorio je i preostale medije. Goruće pitanje sudbine Kosova, određeno je prije svega u medijima. Pokoravanje pokretu promjena kretao je sa Kosova nakon dobre medijske pripreme. „Politika“ i beogradska Televizija bili su ne samo informatori nego i jedni od organizatora događanja. Drastično se odstupalo od novinarskih načela i profesionalnih obaveza, samo je bilo bitno da ono što se prezentira kroz medije bude u interesu izdresiranog rukovodstva. Na primjerima izvještavanja sa Kosova, nastat će nova ideologija novinarstva kao zanimanja koje mora biti u datim historijskim okolnostima patriotski obojeno. U interpretaciji njegovih

²⁵ Grupa autora, „Rat je počeo na Maksimiru: Esej – Srpski mediji u antibirokratskoj revoluciji“, Medija centar, Beograd, 1997: str. 57. , 58. i 59.

²⁶ Grupa autora, „Rat je počeo na Maksimiru: Esej – Srpski mediji u antibirokratskoj revoluciji“, Medija centar, Beograd, 1997: str. 61.

tvoraca to je novinarstvo koje sa strašću prilazilo nacionalnim problemima „ginući“ za njih u svakom ispisanom retku. To je bilo navijačko novinarstvo koje se propagandistički odnosilo prema događajima, u suštini, to je novinarstvo neodgovorno prema činjenicama.

Među medijima koji su zagovarali i veličali pokret promjena posebno se ističe list „**Politika ekspres**“ koji je bio središte revolucije. Uređivan je iz samog centra i vodio je političke akcije prilično nemilosredno. Zadatak „Politike ekspres“ bio je praćenje protivnika, kao i njihovo osporavanje. Novinari i mediji bili su aktivni učesnici antibirokratske revolucije skoro jednako kao i političari. Iako je to u osnovi posao političara, novinari su bili toliko umiješani u aktivnosti revolucije da je bilo teško razdvojiti ulogu novinara i ulogu političara, to je bilo gotovo isti posao. Svakako, mediji su doprinijeli daljem razvoju događaja. Ovakva uvezanost političkog i medijskog sistema nije imala pozitivan rezultat. Razloge za početak rata u državama bivše Jugoslavije, između ostalog treba tražiti i u medijima tog vremena. Dobro i detaljno konstruisana propaganda postiže cilj, a upravo Jugoslavija je primjer koji to i dokazuje. Zapravo, možemo reći da su srpski mediji djelovali poput dugo i dobro čuvanih bočica otrova čije je otvaranje pokrenulo lavinu koja se više nije mogla zaustaviti. Godinama pripremana ratna propaganda dovela je do rata.

4.2. Yutel

S obzirom na to da je 90 posto srpske javnosti bilo pod kontrolom novog, Miloševićevog režima u kojem su najznačajniji mediji bili televizija Beograd i list „Politika“, javila se ideja za osnivanje svejugoslovenske televizije koja bi ponudila alternativu prevladajućim ultranacionalističkim medijima. Početna ideja bila je da se proizvede sat ili dva informativnog programa dnevno i da se osigura saglasnost svih republika da ga prikažu na drugom kanalu svoje televizije u večernjim terminima. Glavni urednik Yutela, Goran Milić kaže kako je u početku ova ideja o formiranju Yutela bila privlačna mnogima. Za formiranje i funkcionisanje Yutela bio je neophodna televizijska oprema i mjesto. Jedno od rješenja bilo je korištenje opreme u vlasništvu JNA. Međutim, u toku pregovara, Jugoslovenska narodna armija insistirala je da se uz korištenje njihove opreme ispoštuju i njihovi uvjeti, a to je podrazumijevalo kontrolu sadržaja. To je bilo neprihvatljivo i Yutel je nastavio tražiti drugo, bolje rješenje. Na kraju, samo je Bosna i Hercegovina kao multietnička država i zbog toga najosjetljivija na medijski ekstremizam bila spremna da prihvati Yutel, nudeći prostor i termine u okviru televizije Sarajevo. Od 22. oktobra 1990. godine Yutel je počeo s prvim večernjim programom iz zgrade TV Sarajevo.

U osnovi, Yutel je bio medij objektivan na jugoslovenski način. Sa ove vremenske distance promatrano, to znači da je bio neutralan između dviju nacionalnih krajnosti, a to je za bosanskohercegovačku javnost značilo posao bez korisnijeg učinka. Uređivačka politika neutralnosti postajala je vremenom prava zamka profesije.

Ipak ideja neutralnosti, te antiratnog opredjeljenja ovog medija nije dugo trajala. Yutelova anestetička funkcija se posebno primijetila kritičnog dana s početka agresije na Sarajevo i Bosnu i Hercegovinu, 2. maja 1992. godine, kada urednica Ljerka Draženović izgovara u Dnevniku Senada Hadžifejzovića: „A Armija neće ni mrava zgaziti“. Ona potom za generala Kukanjca, komandanta tadašnje Sarajevske armijske oblasti Jugoslovenske narodne armije kaže: „...On je čuvar našeg mira“. U ostatku Dnevnika nastavlja braniti JNA i kaže: „On i dalje tvrdi da svi pucaju po gradu osim armije...“²⁷ Izjave urednice Ljerke Draženović su dovoljne za prepoznavanje stvarne uloge Yutela u Bosni i Hercegovini. Iako je trebao biti medij koji će biti ispomoć Jugoslaviji koja se već nalazila u procesu raspada, te bitan faktor za izgradnju nove, demokratske Jugoslavije, Yutel je pokazao da se radi o neodrživom projektu koji se samo prividno bori za mir i medijsku jednakost svih dijelova zajedničke države Jugoslavije. Yutel je otišao kako je i došao, iznenada, mitski, nepozvan i nepojašnjen, u najkritičnijim danima agresije na Sarajevo i Bosnu i Hercegovinu.

²⁷ Fejzić-Čengić, Fahira, „Medijska kultura u Bosni i Hercegovini“, Connectum, Sarajevo, 2009: str. 127.

5. Medijski sistem Bosne i Hercegovine od 1992. do 1995. godine

Medijska scena u Bosni i Hercegovini je izrazito kompleksna i ona je odraz socioekonomske i političke situacije u državi. Bosanskohercegovački mediji se susreću sa brojnim problemima: profesionalizam je upitan, izloženost različitim pritiscima, ekonomska ili politička ovisnost, kao i neizbježne podjele. Uslovi u kojim djeluju su dinamični. Svakako, treba napomenuti da je Bosna i Hercegovina u proteklih dvadeset šest godina pretrpjela velike promjene, i pozitivne i negativne. Sve te promjene odrazile su se i u medijima.

Prva značajna promjena nastaje 1990. godine kada je počeo raspad Socijalističke Federativne Republike Jugoslavije, države koja je obuhvatala današnju: Sloveniju, Srbiju, Hrvatsku, Crnu Goru, Bosnu i Hercegovinu i Makedoniju. U novembru 1990. godine u Bosni i Hercegovini održani su prvi slobodni demokratski i neposredni izbori za nove organe vlasti. To je označilo kraj socijalističkog sistema, odnosno, početak demokratizacije bosanskohercegovačkog društva. Kao posljedica novog uređenja države pokreću se i novi mediji, koji će biti slobodniji i otvoreniji, ali i dalje jednako snažni i moćni, te poželjno „oružje“ političkih stranaka. Zbog toga će nacionalne stranke, pobjednice izbora, težiti ka osvajanju medija.

Bosna i Hercegovina je dočekala nezavisnost i međunarodno priznanje sa razvijenim sistemom informisanja koji je imao svoju štampu, savremenu radio difuznu i televizijsku komunikaciju, samostalnu filmsku produkciju, zakonsku regulativu i razrađen sistem obrazovanja novinarskih kadrova do nivoa najviših naučnih zvanja i znanja. Taj sistem je obezbjeđivao odgovarajuće mjesto Bosni i Hercegovini u sistemu Jugoslavije, uspostavljao komunikaciju sa inostranstvom, te nudio odgovarajući kvantum obavještenja recipijentima u zemlji. Iako je bio opterećen ideološkim premisama, koji su sistem podređivali interesima samo jedne ideologije i grupama koje su se nalazile na vlasti, sistem informisanja je u periodu od Drugog svjetskog rata do vremena agresije na Bosnu i Hercegovinu, nesumnjivo doprinio afirmaciji vrijednosti multietničkog bosanskohercegovačkog društva, te razvoju Bosne i Hercegovine kao političkog subjekta, geografske cjeline i posebnog kulturnog i društvenog entiteta. Sredinom 1991. godine u Bosni i Hercegovini je registrovano 377 listova i drugih izdanja, 54 lokalne radio stanice, 4 TV stanice, jedna novinska agencija i mreža državne RTV sa tri programa²⁸. Ovakav medijski sistem bio je prilično dobra osnova za daljni razvoj medija u nezavisnoj državi Bosni i Hercegovini. Nažalost, samostalnost i put

²⁸ http://www.mediaonline.ba/ba/arhiva/arhiva_izvjestaja/izvjestaji/osvajanjejedemokratije97.pdf, pristupljeno 21.09.2019.

Bosne i Hercegovine ka modernoj pravnoj državi, prekinule su oružane okupacije i agresija koju su vješto isplanirale Srbija i Crna Gora.

Sistem komuniciranja u Bosni i Hercegovini bio je kontinuirano na meti onih snaga koje su za cilj imale teritorijalne aspiracije i destrukciju Bosne i Hercegovine. Takve aspiracije dolazile su iz Beograda i Zagreba. Ovi centri su se služili svim sredstvima u ostvarivanju svojih pretenzija prema Bosni i Hercegovini. Tražili su svoje pristalice unutar Bosne i Hercegovine, najčešće među pripadnicima katoličke i pravoslavne vjeroispovijesti. Pod maskom nacionalnog prosvjećivanja, postepeno su ih uključivali u realizaciju svojih osvajačkih projekata – stvaranja „velike Srbije“ i „velike Hrvatske“. Srbijanska i hrvatska propaganda nije izostavila ni Bošnjake, zapravo vršen je pritisak i na muslimanski dio stanovništva Bosne i Hercegovine tako što su godinama uvjeravani da nisu ono što jesu, odnosno, da su oni zapravo Srbi ili Hrvati muslimanske vjeroispovijesti. Druga opcija bila je uvjeravanje Bošnjaka da su pripadnici naroda sa Istoka – Turaka i da je njihova prava domovina Turska, pa shodno tome treba da se tamo i sele. Jedino nije postojala opcija prihvatanja Bošnjaka kao postojećeg i najbrojnijeg naroda na teritoriji Bosne i Hercegovine. Srbija i Hrvatska to nisu mogle prihvatiti. Zbog toga su kreatori spomenutih ideologija i projekata iz Beograda i Zagreba u raspadu Jugoslavije vidjeli idealnu priliku za ostvarivanje svojih političkih koncepcija na račun Bosne i Hercegovine, odnosno njene podjele i pripajanja dijelova države Srbiji i Hrvatskoj. Na putu realizacije ovih projekata, prvi se na udaru našao sistem komuniciranja Bosne i Hercegovine.²⁹ Početkom devedesetih godina počinju ataci na sistem informisanja BiH prodiranjem sistema Srbije i Hrvatske na područje Bosne i Hercegovine. Ispostave tih sistema u formi informativno-poslovnih centara uspostavljene su u Sarajevu i drugim gradovima. Važniji hrvatski i srbijanski listovi imali su posebna izdanja za Bosnu i Hercegovinu. Istovremeno su građeni snažni odašiljači kako bi se obezbijedila što veća gledanost beogradske i zagrebačke televizije u Bosni i Hercegovini. Njihov cilj bio je stvaranje nepovjerenja u bosanskohercegovačke medije, kao neobjektivne i nesposobne da ponude kvalitetnu i pravovremenu informaciju. Činili su to propagandnim diverzijama otkrivanjem navodnih afera „Neum“ i „Agrokomerc“ kojima su željeli pokazati da je u Bosni i Hercegovini na djelu kontinuirana pljačka na štetu građana. Tvrđili su da to bosanskohercegovački mediji prikrivaju, a te tvrdnje su podsticale nepovjerenje u bosanskohercegovačku štampu, radio i televiziju. U tu medijsku kampanju istovremenu su se

²⁹ Tucaković, Šemso, „Historija novinarstva i medija u Bosni i Hercegovini“, S&A company, Sarajevo, 2006: str. 174. i 175.

uključile snažne ispostave informativno-propagandnih punktova iz Srbije i Hrvatske koji su postojali u Sarajevu, Banjaluci i Mostaru. Na stalni pritisak srbijanskih i hrvatskih medija, iz Sarajeva su zahtjevi da se s tom medijskom presijom prestane. Međutim, neprijateljska medijska propaganda nije prestala, odnosno, centri u kojima je pripremana agresija na Bosnu i Hercegovinu, pristupili su fizičkoj destrukciji bosanskohercegovačkog komunikacijskog sistema.³⁰

Početak agresije na našu državu, zaustavljen je razvoj medija i skoro potpuno uništena medijska infrastruktura.³¹ Većina listova i rtv stanica postali su propagandno sredstvo vlasti i

³⁰ Tucaković, Šemso, „Historija novinarstva i medija u Bosni i Hercegovini“, S&A company, Sarajevo, 2006: str. 176.

³¹ Agresija je napad, nasrtanje, svaki oblik nasilja, neizazvan napad jedne ili nekoliko država na suverenitet i teritorijalni integritet druge države, s ciljem teritorijalnog osvajanja ili nasilne promjene unutarnjeg uređenja, odnosno ostvarenja drugih političkih ili sličnih planova kojima se ugrožava nezavisnost i suverenitet ili teritorijalna cjelina napadnute zemlje. Najčešće je oružana i izvodi se primjenom vojne sile. Agresija na Republiku Bosnu i Hercegovinu prema sadržaju definicije, očito je po svim njenim elementima izvršena agresija na Bosnu i Hercegovinu od SR Jugoslavije (Srbije, Crne Gore). Njeni počeci se vezuju za 1991. godinu kada su na teritoriji Bosne i Hercegovine Srbija i Crna Gora počele ubacivati naoružane „bande“ i „paravojne formacije“ radi vršenja akta agresije, U toku te iste godine, po odluci Predsjedništva bivše SFRJ razoružana je Teritorijalna odbrana, Ustavom utvrđena republička bh. oružana sila, a potom to isto oružje od Jugoslovenske narodne armije (koja je već od 1991. bila uveliko samo srpska vojska) podijeljeno „oružanim četama – bandama“, paravojnim formacijama, ustrojenim pripadnicima samo iz reda srpskog naroda (u tronacionalnoj državi: Bošnjaka, Hrvata i Srba). Iz tog razloga agresija na Bosnu i Hercegovinu se dijeli na tri dijela, tri etape. Prva, u kojoj je agresija započela još 1991. godine kroz naoružavanje srpskih paravojnih formacija i ubacivanje bandi (iz Srbije i Crne Gore) na teritoriji Bosne i Hercegovine, te povlačenje vojne sile (JNA) iz Slovenije, a potom i iz Hrvatske i njena koncentracija na teritorijama Bosne i Hercegovine. Druga etapa agresije je označena otvorenom i masovnom upotrebom oružane sile početkom aprila 1992. godine i njeno korištenje u provođenju genocida nad nesrpskim stanovništvom, u tada već međunarodno priznatoj Bosni i Hercegovini. Agresija je nastavljena sve do potkraj 1995. godine, ali je prerasla u rat polovinom 1992., onda kada su snage za odbranu Bosne i Hercegovine postale masovnom i organiziranom silom, sposobnom da zaustavi napredovanje agresora i da mu nanese značajne gubitke. Formirana je time druga zaraćena strana, pa agresija sve do kraja nije bila jednostrani čin upotrebe sile, čime je spriječen njen krajnji cilj: okupacija Bosne i Hercegovine, i njen ostanak pod vlašću srbijansko-crnogorskog režima. Treća etapa i karakteristika agresije na Bosnu i Hercegovinu jeste otvoreno uključivanje Hrvatske vojske u agresiju. Iz tog proizlazi da je Republika Hrvatska vršila čin agresije kada god su se dijelovi njenih oružanih snaga našli na teritoriji Bosne i Hercegovine, bez saglasnosti legalnih organa ove države. Međunarodna zajednica, prvenstveno Vijeće sigurnosti OUN, učinila je historijsku nepravdu Republici Bosni i Hercegovini time što je svojom Rezolucijom iz 1991. godine, uvodeći embargo na uvoz oružja i vojne opreme za sve republike bivše SFRJ i njegovom primjenom onemogućila napadnutoj, a nenaoružanoj Republici

drugih centara moći koji su se konstituisali na rasparčanoj Bosni.³² U organizaciji velikosrpskih i velikohrvatskih paravojskih formacija počelo je 1991. godine zauzimanje radio stanica i novinskih redakcija, te osnivanje paralelnih sistema informisanja, koji su u potpunosti uključivani u sistem komuniciranja Srbije, odnosno Hrvatske. Krajem 1991. godine zauzeti su brojni lokalni radio-relejni punktovi u sjeverozapadnoj Bosni, a početkom 1992. godine, okupirani su radiorelejni sistemi na Majeveci, Kozari, Vlašiću, Karaotoku, Leotar, Veležu, Kmur, Trovrhu i drugim mjestima. Od značajnijih radio relejnih sistema u posjedu televizije Bosne i Hercegovine, ostali su samo repetitor na Bjelašnici i Humu, a 1993. godine u vrijeme ofanzive četnika na Igman, bit će uništen i repetitor na Bjelašnici.³³

Agresori su izvršili i medijsku okupaciju skoro 85% Bosne i Hercegovine, a na 60% njenog teritorija uspostavljen je u cjelosti medijski sistem Srbije, koja je na tom području formirala paradržavnu tvorevinu Republiku Srpsku. Uspostavljena je i paradržavna tvorevina Herceg Bosna na jugozapadnom dijelu države. Herceg Bosna se uključila u potpunosti u medijski sistem Hrvatske. Sistemu Bosne i Hercegovine pripalo je tek 15% teritorije, a i ta teritorija je obuhvatala nekoliko opkoljenih i nepovezanih enklava. Čak i glavni grad Bosne i Hercegovine sveden je na neveliku enklavu koja se sve vrijeme agresije nalazila pod neprekidnom paljbom neprijateljskih snaga. Unatoč destrukciji i složenim okolnostima u kojima je djelovao, sistem informisanja Bosne i Hercegovine nije bio potpuno uništen. Nastavio je funkcionisati predstavljajući uz legalne organe vlasti najznačajniji faktor kontinuiteta države. I u ratnim uslovima nastavio je davati značajan doprinos borbi protiv agresije i odbrani bosanskohercegovačkog društva. Najznačajniji mediji u ovom periodu su dnevni list „Oslobođenje“ i Radio Televizija Bosne i Hercegovine. Ova dva medija su dala važan doprinos slamanju agresije. Upravo zbog toga stalno su bili na meti agresora, a zgrade „Oslobođenja“ i RTV BiH često su bile granatirane uslijed čega su i potpuno devastirane.

U toku rata, u Sarajevu su izlazila još dva dnevna lista, sa manjim prekidima štampane su „Večernje novine“, a nešto kasnije, tačnije pred kraj rata pokrenut je dnevni list „Dnevni avaz“. Na slobodnoj teritoriji izlazilo je više sedmičnih i mjesečnih listova, kao što su

Bosni i Hercegovini da se brani od nadmoćnijeg agresora, negirajući njeno prirodno i pozitivno pravo na samoodbranu, a kršeći istovremeno Povelju OUN i principe na kojima je utemeljena ova organizacija. (I. Beridan; I. Tomić, M. Kreso, Leksikon sigurnosti, 2001: str. 19, 20 i 21.)

³² Isto

³³ Tucaković, Šemso, „Historija novinarstva i medija u Bosni i Hercegovini“, S&A company, Sarajevo, 2006: str. 176.

„Slobodna Bosna“, „Dani“, „Zmaj od Bosne“, „Hrvatska riječ“, „Republika“ i drugi. Također, veći broj listova izdavale su jedinice, ustanove i komande Armije Republike Bosne i Hercegovine: „Prva linija“, „Armija Ljiljana“, „Bošnjak“, „Prvi korpus“ i drugi. Pored navedenih medija, o informisanju građana brinule su brojne regionalne i lokalne radio televizijske stanice, koje su postojale u Zenici, Tuzli, Bihaću, Mostaru, Goraždu, Konjicu, Travniku, Tešnju, Maglaju i drugim mjestima.³⁴

Svi ti mediji dali su značajan doprinos informisanju domaće i inostrane javnosti doprinoseći istovremeno jačanju svijesti o potrebi očuvanja Bosne i Hercegovine i porazu neprijateljskih snaga koje su u periodu od 1991. do kraja 1995. godine atakovale na našu državu.

Politički projekti koji su imali za cilj uništenje Bosne i Hercegovine, rezultirali su konstituisanjem dva paralelna, nelegalna sistema komuniciranja, a koji su u cjelosti djelovali u sklopu informativno-propagadnog sistema Srbije i Hrvatske. Od 1992. godine na području Republike Srpske počelo je organizovanje medija sa zadatkom destrukcije Bosne i Hercegovine. Kičmu tog parainformativnog sistema činili su Srpska radio televizija, agencija Srna na Palama i dnevni list „Glas srpski“ koji je izlazio u Banjaluci. U toku agresije na Bosnu i Hercegovinu ova glasila su se isticala u medijskoj destrukciji Bosne i Hercegovine rasipajući mržnju prema Bošnjacima na vjerskoj i nacionalnoj osnovi.

Na jugozapadnom dijelu zemlje uspostavljena paradržavna tvorevina „Republika Herceg Bosna“, kao izraz velikokrvatskih pretenzija prema Bosni i Hercegovini, bila je u potpunosti oslonjena na informativno-propagandni sistem Republike Hrvatske. Hrvatskim medijima je stavljena na raspolaganje i prethodno okupirana sva infrastruktura RTVBiH, tačnije, repetitori kako bi preko njih svoje programe na području Bosne i Hercegovine mogli emitovati hrvatski elektronski mediji. „Republika Herceg Bosna“ pokrenula je svoj istoimeni radio – radio Herceg Bosne. Na teritoriji koja je bila pod kontrolom vlasti Republike Srpske i Republike Herceg Bosne, istovremeno je onemogućeno praćenje bosanskohercegovačkih medija. Obje paradržavne tvorevine u propagandnom ratu protiv Bosne i Hercegovine koristile su brojne lokalne radio i televizijske stanice koje su postojale u skoro svakom gradu koji je bio pod kontrolom srpskih i hrvatskih snaga.

³⁴ Tucaković, Šemso, „Historija novinarstva i medija u Bosni i Hercegovini“, S&A company, Sarajevo, 2006: str. 177. i 178.

Pored konstantnog medijskog pritiska Srbije i Hrvatske, unutar Bosne i Hercegovine postojao je još jedan problem, osnivanje paradržavne tvorevine Zapadna Bosna čiji je idejni tvorac i predsjednik bio Fikret Abdić. Osnivanje ove tvorevine značilo je još veću podjelu medija unutar Bosne i Hercegovine. U periodu od 1993. do 1995. godine, u propagandni rat protiv BiH bili su uključeni i mediji pod kontrolom paradržavne tvorevine Zapadna Bosna čiji je centar bio u Velikoj Kladuši. To su radio „Velkaton“ i sedmični list „Zapadna Bosna“. Svi ti mediji bili su instrument velikodržavnih opcija, koje su se pokušale realizovati agresijom na Bosnu i Hercegovinu.³⁵

Ratno stanje ili društveno stanje kojem obilježje daje konflikt, najčešće oružani, između dvije ili više strana je okruženje u kojem mediji imaju važnu ulogu kao sredstvo za širenje informacija. Osnovni oblik komuniciranja u ratu je persuazivno, ubjeđivačko ili propagandno komuniciranje čiji je smisao, ne samo da obavijesti, nego prvenstveno da utječe. Stoga se kao sinonim za ratno komuniciranje koristi najčešće pojam ratna propaganda.³⁶ Tako su se medij podijelili i stali na jednu od sukobljenih strana s ciljem da svojim djelovanjem doprinesu željenoj strani. Tako su se mediji podijelili na probosanske i antibosanske. Ova podjela je izražena i danas. Probosanski su oni koji kroz različita vremena na prostoru Bosne i Hercegovine nastoje očuvati bosanskohercegovačku zasebitost, njenu autentičnost i samosvojnost. Nasuprot ovako orijetiranim medijima, stoje oni čiji je zadatak negiranje svega što je bosansko, a veličanje onoga što uništava Bosnu i Hercegovinu.³⁷ U toku, a i nakon okončanja rata u Bosni i Hercegovini, za probosanske medije ratno stanje, odnosno, vrsta oružanog sukoba, okarakterisana je kao agresija. S druge strane, za antibosanske medije, to je samo klasični građanski rat.

Mediji pod kontrolom vladajuće srpske stranke SDS postali su centri nacionalističke ideologije i rasističkih pokliča. Na području tzv. Herceg Bosne postoje samo mediji koje drži vladajuća stranka u Hrvata – HDZ. Na teritoriji pod kontrolom bošnjačkih stranaka mediji su bili slobodniji, čak su se razvijali mediji kritičke riječi i nezavisne orijentacije. Državna RTV

³⁵ Tucaković, Šemso, „Historija novinarstva i medija u Bosni i Hercegovini“, S&A company, Sarajevo, 2006: str. 178. i 179.

³⁶ Tucaković, Šemso, „Ratna komunikologija“, Amosgraf, Sarajevo, 2013: str. 23. i 30.

³⁷ Fejzić, Čengić, „Medijska kultura u Bosni i Hercegovini“, Connectum, Sarajevo, 2009: str. 78.

bila je pod utjecajem vladajuće bošnjačke stranke - SDA.³⁸ Ipak, probosanski mediji su uvijek bivali važniji od onih antibosanskih, pa su i duže trajali i doprinosili historijskom opstanku države.³⁹

Minuli rat je ostavio brojne, još uvijek vidljive, posljedice na medije i medijske radnike. Kao posljedica nacionalnih i teritorijalnih podjela u Bosni i Hercegovini, nastala su tri medijska sistema koja se apsolutno nepodudaraju. Kako u ratu, tako i u miru, mediji „rade“ za određenu stranu i bivaju samo propagandno sredstvo za postizanje političkih ciljeva, u potpunosti zapostavljajući primarne funkcije medije, da informišu, educiraju i zabavljaju.

Cijeli društveni ambijent je pod snažnim političkim utjecajem i zbog toga razvijanje modernog i demokratskog medijskog sistema nema velikih poticaja.

38

<http://www.mediaonline.ba/ba/pdf.asp?ID=30&n=MEDIJI%20NA%20PREKRETNICI:%20MEDIJSKA%20SLIKA%20BiH>, pristupljeno 21.09.2019.

³⁹ Fejzić, Čengić, Fahira, „Medijska kultura u Bosni i Hercegovini“, Connectum, Sarajevo, 2009: str. 78.

5.1. Uloga medija za vrijeme ratnih dejstava

Osnovni faktor ratnog komuniciranja su mas-mediji, kao prenosioci ratnih sadržaja. Rat je društveno stanje u kojem se, iz temelja mijenjaju svi aspekti života sukobljenih strana, pa i organizacija komuniciranja. Prilagođavanje počinje imenovanjem „neprijatelja“, ukazivanje na njegove loše namjere, potrebu uklanjanja prijetnji i na nužnost podrške državnom ili vojnom rukovodstvu. Od početka ratnih dejstava svaki medij je dužan da se pridržava zakonskih normi koje regulišu pitanje komuniciranja, i javnog i tajnog, u uslovima ratnog stanja. Mediji informisanja se, zapravo, pretvaraju u medije propagande interesa „svoje“ strane i medije kontrapropagande u odnosu na medijski sistem neprijatelja. I same redakcije prolaze kroz proces organizacionih promjena. Mirnodopski modeli rada bivaju zamijenjeni ratnim. Elektronski mediji usvajaju posebne programske sheme u kojima dominiraju propagandne emisije čiji sadržaj se koncipira po principu „crno-bijelo“. Prema neprijatelju se raspiruju poruke osude, prezira i mržnje. O politici vlastite strane se informiše kao principijelnoj, humanoj i legitimnoj u domaćim i svjetskim razmjerama. Takva politika vodi do pobjede nad protivnikom.⁴⁰

Da su mediji jedan od najmoćnijih kanala za posredovanje informacija u toku rata, pokazalo se još prije početka Drugog svjetskog rata kada je Hitlerova vlada na čelu sa Jozefom Gebelsom osnovala ministarstvo propagande.⁴¹ Jedan od popularnijih Gebelsovih citata glasi: „Dajte mi medije i ja ću od jednog naroda napraviti krdo svinja“, što nam govori da je Gebels smatrao da totalna kontrola nad medijima donosi pobjedu na ratištu. Dakle, važnost medija u ratnim okolnostima je velika. Međutim, potrebno je napraviti pojmovnu distinkciju između pojmova „propaganda“ i „informisanje“. Često se razlika među njima zanemaruje, a ona je posebno izražena u ratu. Za razliku od informacije propaganda poruka ima sasvim drugi smisao. Njena logika je u postizanju cilja. Informacija ili poruka se daje na način i u obliku koji će obezbijediti utjecaj i postići cilj koji odredi nosilac i kreator propagandne aktivnosti. Razlika između informacije i propagandne poruke može izraziti i sljedeća usporedba: informacija slika stvarnost kakva ona jeste, a propaganda tu stvarnost predstavlja

⁴⁰ Tucaković, Šemso, „Ratna komunikologija“, Amos Graf, Sarajevo, 2013: str. 201., 202. i 203.

⁴¹<https://povijest.hr/nadanasnjidan/osnovano-nacisticko-ministarstvo-propagande-1933/>, pristupljeno 01.10.2019.

onakvom kakvom se želi vidjeti. Ukoliko je to potrebno za postizanje cilja, propaganda ne izbjegava ni transformaciju informacija ili prilagođeno korištenje podataka.⁴²

Djelovanje medija u ratnom i mirnodopskom stanju se razlikuje. U ratnom stanju mediji više djeluju kao propagandno sredstvo, zbog toga što se takva vrsta „informisanja“ ne može definisati kao nepristrasno obavještavanje javnosti o nečemu ili nekome. Mas-mediji su samo kanali za posredovanje poruka kojima jedna, ili druga, ratujuća strana nastoji uvećavati vlastiti ratni potencijal, a umanjiti protivnički.⁴³ Štampa, audio, audio-vizuelni, a u moderno doba i online mediji su jednako važni za provođenje ratne propagande, čiji je zadatak postizanje određenog cilja.

5.1. Paralelni sistemi komuniciranja u Bosni i Hercegovini

Bosna i Hercegovina važi za državu multietničkog tipa. Kroz historiju ove države dolazili su, prolazili, ali i opstajali narodi različite etničke i religijske pripadnosti. Ustav Bosne i Hercegovine kaže da su Bošnjaci, Srbi i Hrvati konstitutivni narodi. Iako bi različitosti u životu, kulturi i tradiciji nevedenih naroda, trebale predstavljati bogatsvo ove države, one su najčešće problem. Nažalost, prihvatanje drugog i drugačijeg ide težim putem i uglavnom vodi ka raskrsnici u kojoj svako bira svoj put. Tako nastaju podjele u svim sferama života bosanskohercegovačkih naroda. Kada je riječ o medijskoj sceni, ona se dijeli na dva, odnosno, tri dijela: probosansku i antibosansku koja podrazumijeva prosrpsku i prohrvatsku. Od početka agresije na Republiku Bosnu i Hercegovinu, mediji su se podijelili i zauzeli „svoju“ stranu za koju će se boriti do okončanja agresije, ali i u miru, što ćemo vidjeti kroz analizu medijskih sadržaja u drugom dijelu rada.

Najžešći propagandni rat protiv BiH vođen je u vremenu agresije na Bosnu i Hercegovinu od 1991. do 1995. godine. Organizovan je iz Beograda i Zagreba. Ova dva agresorska centra osnovala su svoje parakomunikacijske propagandne sisteme na području Bosne i Hercegovine koji su propagirali potrebu razbijanja ove države. U okviru tih parapropagandnih sistema osnovani su nacionalistički listovi, novinske agencije i radio-televizijski mediji koji su afirmisali politiku razbijanja zemlje i okupacije njenih dijelova. Laž je bila osnovna premisa u formulisanju komunikativnih sadržaja koji su posredovali čitaocima, slušaocima i gledaocima

⁴² Tucaković, Šemso, „Propagandno komuniciranje“, Univerzitetska knjiga, Sarajevo, 1999: str. 21.

⁴³ Isto, str. 206.

putem agresorskih medija.⁴⁴ Pripreme koje su štampa, radio i televizija Srbije, a nešto kasnije i Hrvatske, izvršile to dobro potvrđuju. Isticanjem i dugotrajnim ponavljanjem laži o ugroženosti srpskog ili hrvatskog naroda u Bosni i Hercegovini i agresivnim naglašavanjem da svi Srbi moraju živjeti u jednoj državi da bi se jednom zauvijek oslobodili te ugroženosti, proizveden je takav nacional-šovinistički naboj u svijesti ogromne većine tog naroda da ga nije bilo teško povesti u surov napad na druge narode, posebno Bošnjake. Tako jedan od tvoraca doktrine o „Velikoj Srbiji“ koja će se prostirati gdje god ima srpski grob, Dobrica Ćosić u svom romanu „Grešnik“ piše: „Od članka do bojkota, od bojkota do ubistva, od revolucionara do ubice – jedan korak ili – jedna riječ... U modernim vremenima svaki rat počinje s velikom lažju. Ne može drukčije. Moralni napredak čovečanstva zaustavio se u hipokriziji. Zlu je neophodan alibi. Što je veći rat, veća je i laž u njegovom cilju.“ Mnogi hrvatski i srpski mediji služili su se lažima za interes Hrvatske ili Srbije.⁴⁵

5.1.1. Srpski sistem komuniciranja: velikosrpska propaganda

Srbija je počela sa propagandnim aktivnostima još krajem 80-ih godina. Već u to vrijeme srpski mediji su počeli sa pripremama javnosti za ono što će uslijediti. Propaganda je fokusirana na veličanje Srbije i srpskog naroda i ubjeđivanjem javnosti kako je samo put koji vodi ka Velikoj Srbiji – ispravan put. Oni koji nisu zagovarali stvaranje ujedinjene srpske države sa svim što joj pripada i ne pripada, našli su se na meti medijske velikosrpske propagande. Također, moramo spomenuti i promjene u sistemu, tačnije, uspostava novog, teoretski otvorenijeg sistema, a u praksi, ipak, sličnom bivšem sistemu.

Rat na ovim prostorima „započela“ je jedna riječ ili jedna laž – *ugroženost*. Napetost se javlja kada Radio i Televizija iz Beograda počinju govoriti o ugroženosti srpskog naroda u Bosni i Hercegovini. Ponovo je zaživjela ideologija „Velike Srbije“, što su mediji objeručke prihvatili i nastavili djelovati u tom pravcu. Mediji govore o srpskom historijskom pravu na Bosnu i Hercegovinu i opasnosti od množenja Muslimana.⁴⁶ Prosrpski mediji su toliko često i napadno pisali i govorili o ugroženosti srpskog naroda, da se u svijesti javnosti stvorio strah kod

⁴⁴ Tucaković, Šemso, „Ratna komunikologija“, Amos Graf, Sarajevo, 2013: str. 79. i 80.

⁴⁵ Nuhić, Muhamed, „Komuniciranje od pećinskog crteža do Interneta“, Fakultet političkih nauka, Sarajevo, 2000: str. 321. I 322.

⁴⁶ Nuhić, Muhamed, „Traganje za istinom“, Promocult, Sarajevo, 2004: str. 17.

srpskog, ali i bošnjačkog naroda. Svakako, jedna od dužnosti medija jeste i upozoravanje građana na određenu opasnost, ali u ovom slučaju, postavlja se pitanje, da li je postojala opasnost po srpski narod u Bosni i Hercegovini, odnosno, od koga ili čega su bili ugroženi? Ukoliko analiziramo sastav Komunističke partije Jugoslavije, ključnog organa u tadašnjem jednopartijskom sistemu, vidjet ćemo da su Srbi imali većinu, kao i na svim značajnijim funkcijama nalazili su se Srbi. U Bosni i Hercegovini, također, dominirali su u obrazovnom sistemu i privredi. Primijetno je i to da su sistematski nametani srpski jezik i pismo ćirilicu. Zapravo, u vrijeme bivše države, Bosnom i Hercegovinom se upravljalo iz Beograda i stoga postavljeno pitanje o ugroženosti Srba u Bosni i Hercegovini je u potpunosti besmisleno. Postojanje jedne nacije, Bošnjaka, nikada nije bila prijetnja za druge nacije koje su u prošlosti i koje još uvijek obitavaju na području Bosne i Hercegovine.

Mediji su prihvatili ovu ideologiju i laži na kojima su istrajavali s ciljem buđenja agresivnosti srpskog naroda. Štampa, radio, televizija i film, a zatim i izdavačka djelatnost su srpskom narodu umjesto činjenica o historiji nudili historijski mit – indoktrinacija mitom započinjala je već u porodici kao primarnoj socijalnoj grupi da bi je zatim nastavio obrazovni sistem. Stvarao se utisak da su štampa, magazinska i revijalna osobito, pa radio i televizija neki novi udžbenici historije – historija koja ne uči životu već poziva na nasilje. Ulogu historičara u Srbiji proširili su i probudili novinari i urednici kada su jednom došli u poziciju da sami odlučuju i biraju ne više medijski primamljive teme i tekstove, već način na koji će se, i protiv koga, otvarati opšta hajka i dizati temperatura, tako potrebna za svaki populizam.⁴⁷ Nema sumnje da je Srbija imala dobro pripremljenu propagandu pred početak agresije na Bosnu i Hercegovinu i vidjevši koliku moć ima, Srbija nastavlja sa propagandnim djelovanjem u toku, ali i nakon agresije. Taktička propaganda bila je jedno od najefikasnijih instrumenata ostvarivanja neposrednih ciljeva oružane borbe velikosrpskih snaga protiv Bosne i Hercegovine. Prosrpski mediji posebno su bili usmjereni prema stanovništvu i jedinicama Armije Republike Bosne i Hercegovine. Sav taj propagandni medijski potencijal jedne ogromne i moćne propagandno-medijske mašinerije bio je u ratu usmjeren ka destrukciji Bosne i Hercegovine.⁴⁸

U toku priprema za oružanu agresiju i za vrijeme trajanja agresije na Bosnu i Hercegovinu, naša zemlja pretrpjela je još jednu agresiju – medijsku. Medijska agresija je napad u sferi

⁴⁷ Nuhić, Muhamed, „Komuniciranje od pećinskog crteža do Interneta“, str.322.

⁴⁸ Tucaković, Šemso, „Ratna komunikologija“, Amos Graf, Sarajevo, 2013: str. 271.

komuniciranja na suverenu zemlju sa namjerom da se ona, korištenjem tzv. Nesmrtonosnih, odnosno, propagandnih sredstava potčini volji agresoru. Mnogo prije oružane, počela je medijska agresija na Bosnu i Hercegovinu čija je suština bila da se stvori odgovarajuće stanje svijesti u bosanskohercegovačkom društvu, stanje koje će značiti podršku ili bar ravnodušnost stanovništva prema namjerama agresora.⁴⁹ Tako su srbijanski i crnogorski mediji počeli medijsku agresiju vođenu iz jednog centra – Beograda, čija meta su bili Bošnjaci, bosanski Srbi i bosanski Hrvati. Bošnjacima je dodijeljena uloga neprijatelja i grupe koja je sklona mržnji i osveti. Bosanski Srbi su predstavljeni kao neodvojivi dio Srbije koji je srpskom narodu davao naučnike, književnike i filozofe. Bosanski Hrvati su tretirani kao ustaše i srbomrsci. U toku napada srpskih formacija na Bosnu i Hercegovinu, ove uloge u medijima su se mijenjale, pa tako Hrvati postaju slučajni neprijatelji, dok su Bošnjaci svekoliko zlo kojeg treba likvidirati jer predstavljaju neprirodno tkivo u srbijanskom stablu koje se proteže od Timoka do Gospića, sa Drinom kao žilom kucavicom. U toku planiranja i provođenja zločina, mediji su opravdavali genocidne operacije, a profesor Šemso Tucaković u knjizi „Ratna komunikologija“ navodi tri suštinska razloga:

1. Bošnjaci su recidiv azijskog „despotskog islama“, vječnog neprijatelja „plemenitog kršćanstva“. Sa tim islamom Srbi biju bitku pet vijekova, a raspad Jugoslavije je idealna prilika da se ta borba zauvijek okonča;
2. Bošnjaci kroz historiju nose breme krivice što su napustili „pradedovsku veru“, izdali pravoslavnu braću i prešli na islam, radi komoditeta i privilegija, postajući tako izdajnici;
3. Bošnjaci su velika fizička prepreka povezivanju srpskog naroda u jednu cjelinu. U tom smislu, posebno su problem Bošnjaci koji su živjeli uz rijeku Drinu, jer oni onemogućavaju realizaciju velikosrpske ideje o ovoj rijeci kao kičmi svekolikog srpstva.⁵⁰

Novine su iz dana u dan pisale o nesposobnosti i neobrazovanosti Bošnjaka. Srpski mediji su već i prije početka agresije predviđali ishod planirane agresije. Bilo je jasno da je za Bošnjake određen nestanak, a za Srbiju sigurna i „čista“ zemlja bez muslimana.

Velikosrpski ideolozi su smatrali da će kraj rata značiti i kraj za Bošnjake. Ono što se moglo pročitati u novinama, potvrdio je i tadašnji predsjednik Srpske demokratske stranke, Radovan

⁴⁹ Isto, str. 272.

⁵⁰ Tucaković, Šemso, „Ratna komunikologija“, Amos Graf, Sarajevo, 2013: str. 273. i 274.

Karadžić zaprijetivši muslimanskom narodu prilikom donošenja Akta o reafirmaciji suverenosti Republike Bosne i Hercegovine koji je prethodio odluci o referendumu. Tom prilikom je otvoreno prijetio pred očima bh., ali i svjetske javnosti. „*Ovo nije dobro što vi radite. Ovo je put na koji vi želite da izvedete Bosnu i Hercegovinu, ista ona autostrada pakla i stradanja kojom su pošle Slovenija i Hrvatska. Nemojte da mislite da nećete odvesti Bosnu i Hercegovinu u pakao, a muslimanski narod, možda, u nestanak. Muslimanski narod da se odbrani, ako bude rat ovdje*“, poručio je Karadžić sa skupštinske govornice 15. oktobra 1991. godine. Srpska političarka i profesorica, te bivša predsjednica Republike Srpske, Biljana Plavšić u intervjuu za novosadske novine muslimane u Bosni je nazvala „genetskim otpadom“: „*To je genetski deformisani materijal koji je prigrlilo islam. I sada sa svakom nasljednom generacijom taj gen postaje koncentriran. Postaje sve gori i gori, jednostavno postaje izražajan i diktira njihov stil ponašanja i mišljenja, koji je ukorijenjen u njihovim genima.*“ Antibosanski mediji, u prvom redu srpski, bili su glasni i izričiti kada je riječ o nestanku muslimana sa Balkana, a njihove naslovnice bile su rezervisane za lidere srpskog naroda koji su medijski prostor koristili za nove prijetnje upućene, opet, ka muslimanskom narodu. Cilj velikosrpske propagande bio je dvojak: stvaranje straha kod muslimana i istovremeno jačanje ubjeđenja o ispravnosti stvaranja Velike Srbije kod srpskog naroda. Antibosanski mediji imali su dvije funkcije: prva bi bila persuazivna, ubjeđivačka ili propagandna, čiji je cilj da utječe na recipijente i navodi ih na željene aktivnosti, dok je s druge strane medijska blokada. U Bosni i Hercegovini agresori su se koristili svim raspoloživim sredstvima da unište medijsku infrastrukturu i onemoguće komunikaciju unutar države, ali i van nje.

Na teritoriji Republike Srpske u periodu od 1992. do 1995. godine postojalo je sedamdeset i šest printanih medija.

5.1.2. Hrvatski sistem komuniciranja: velikohrvatska propaganda

Ratna drama u Bosni i Hercegovini postala je složenija krajem 1992. godine kada Republika Hrvatska kreće u ostvarivanje svog velikonacionalnog cilja – države svih Hrvata. Predsjedništvo tzv. Hrvatske zajednice Herceg-Bosne 3. jula 1993. godine proglašava nezavisnost paradržave „Herceg-Bosne“. Podrška političke vlasti Republike Hrvatske Hrvatima u Bosni i Hercegovini intenzivirana je još prije raspada Jugoslavije, a početkom rata podrška je usmjerena ka definitivnoj podjeli državnog prostora između Srbije i Hrvatske. To znači da se je Bosna i Hercegovina borila protiv dva agresora. U teškim i nepredvidim

uvjetima za Bosnu i Hercegovinu Hrvatsko vijeće odbrane, kao vojni faktor podrške tvorporevini tzv. Hrvatska zajednica Herceg-Bosna, surađuje s vojskom Republike Srpske. U temeljima ovih naci-fašističkih paradržava bile su nejednakosti, velika patnja ljudi druge nacije i druge vjeroispovijesti. Radilo se o istinskom nepriznavanju prava manjina i lišavanju slobode. Nosioći vlasti u ovim paradržavnim tvorevinama gradili su vlastiti tip zajednice u kojoj nema slobode, prava, a ni mjesta za pripadnike drugog naroda. Takvo se stanje štitilo i jačalo lažima koje su producirali mediji.⁵¹

Nakon prvih višestranačkih izbora i pada komunizma, očekivano, a i logično trebalo se krenuti putem demokratije. To se nije desilo. Došao je do izražaja nacionalno-politički cilj Srbije i Hrvatske – podjela, odnosno, pripajanje dijela teritorija Bosne i Hercegovine.

Rasprave o demokratizacije zamijenila je ratno-huškačka propaganda i nametanje ugroženosti koja je homogenizirala Srbe i Hrvate za genocidni rat. Mediji su imali važnu ulogu u planiranju i realiziranju nacionalno-političkih ciljeva, pa stoga možemo reći da riječ koja u historiji rata na Balkanu treba biti ispisana velikim slovima jeste medij. Razlozi za to su sljedeći: Kroz djelovanje medija u pripremi rata jasno se može vidjeti da dominantna politika određuje socijalno ponašanje. Iako mediji mogu i trebaju pomoći građanima da razumiju smjer razvoja društva, oni to ovdje nisu činili, zapravo, mediji su širili destrukciju. Za vrijeme pripremanja i u toku rata mediji su širili nacionalističku ideju o nejednakosti.

Mediji i novinari se najčešće smatraju nosiocima ideje dobra, međutim, od raspada bivše zajedničke države, mediji nisu širili ideju dobra, zapravo, više se radilo o sunovratu i gušenju ideje dobra. U tom trenutku izostala je medijska podrška ljudskim pravima i slobodama, većina medija je i dalje, po ustaljenoj praksi, forsirala nacionalističke teme i predrasude.⁵²

Hrvatski sistem informisanja, jedan od paralelnih sistema informisanja u Bosni i Hercegovini postoji još od vremena planiranja podjele teritorije Bosne i Hercegovine. Ovaj sistem, baš kao i srpski, bio je usmjeren na uništenje naše zemlje i snažno sredstvo pod kontrolom neprijatelja. Međutim, dvije decenije nakon okončanja rata u Bosni i Hercegovini, teško je doći do više informacija o uspostavljanju i djelovanju hrvatskog sistema informisanja.

Na osnovu broja medija koji su tada osnovani, možemo reći da je taj sistem bio itekako razvijen. Na teritoriji tzv. Republike Herceg Bosne uspostavljeno je dvadeset osam

⁵¹ Grbo, Amila, „Mediji i demokratizacija društva“, Fakultet političkih nauka, Sarajevo, 2009: str. 35. I 26.

⁵² Grbo, Amila, „Mediji i demokratizacija društva“, Fakultet političkih nauka, Sarajevo, 2009: str. 35., 36., i 37.

radiostanica i pet televizijskih stanica koje su imale Hrvatski predznak. Pored jednog dnevnog printanog glasila Dnevnog lista koji se štampa u Mostaru i ilustrovanog informativno-političkog časopisa „Danas“, hrvatsku periodiku čini tridesetak listova. U toku agresije na Bosnu i Hercegovinu izlazilo je deset listova koje su izdavale pojedine postrojbe Hrvatskog vijeća odbrane.⁵³

5.2. Medijska blokada Bosne i Hercegovine

Krajem 1991. godine počelo je zauzimanje radio stanica i novinskih redakcija, te osnivanje paralelnih sistema informisanja koji su djelovali u sklopu srpskih i hrvatskih sistema informisanja. Zauzeti su brojni bosanskohercegovački mediji, tj. lokalni radio relejni punktovi, a početkom 1992. godine okupirani su radiorelejni sistemi. U posjedu televizije Bosne i Hercegovine ostala su samo dva repetitora, na Bjelašnici i Humu. Agresori su skoro u potpunosti okupirali i blokirali medijski sistem Bosne i Hercegovine. Tek 15 odsto teritorije bilo je pod kontrolom bosanskohercegovačkog medijskog sistema, a i ta teritorija nije bila povezana. U tako složenim okolnostima, fizički uništen sistem teško je funkcionirao. Bilo je teško doći do stvarnog uvida u ratišta širom zemlje. Mediji su imali pristup samo onim informacijama iz njihove blizine, dok su geografski udaljenija područja ostala odsječena i bez prilike da pošalju poruku o stanju u kojem su se nalazili.

Jedna od zajedničkih karakteristika svih ratova jeste nastojanje jedne i druge ratujuće strane da učutka protivnika. Svim raspoloživim sredstvima se uništava neprijateljeva medijska infrastruktura. Vrbuju se i ubijaju novinari i stvaraju medijski koc-logori kako bi se svim sredstvima onemogućila komunikacija ratnog protivnika sa javnošću van teritorije koju kontroliše.

Primjer medijske blokade u ratnim okolnostima, u Bosni i Hercegovini najbolje se očituje na primjeru Srebrenice. Riječ je o mjestu jedinog genocida počinjenog u Evropi nakon Drugog svjetskog rata, a u čijoj realizaciji je učestvovao i veliki broj novinara velikosrpskih medija.

Ovaj genocid u slivu rijeke Drine, kičme srpstva, ali i najvažnije bosanske rijeke, agresorska vojska na čelu sa komandantom Ratkom Mladićem i predsjednikom Republike Srpske

⁵³ Tucaković, Šemso, „Historija novinarstva i medija u Bosni i Hercegovini“, S&A company, Sarajevo, 2006: str. 263., 264., i 265.

Radovanom Karadžićem, nisu mogli počinili bez velikosrpskih medija i njihovih novinara. Radi se o onim snagama koje su tih godina zagovarale stanovište da je raspad Jugoslavije idealna prilika za nestanak Bošnjaka i islama. Te snage se posebno nisu mogle pomiriti sa postojanjem slobodnih bosanskih teritorija uz rijeku Drinu. Početkom agresije armije Republike Bosne i Hercegovine uspjela je sačuvati tri enklave, Srebrenicu, Žepu i Goražde. Najveća enklava je bila ona sa centrom u Srebrenici.

Na samom početku agresije, Srbi nisu mogli zauzeti teritoriju oko rijeke Drine i učiniti je „srpskom rijekom“, pa tako Generalštab u Beogradu i njegova filijala na Palama, služi se i drugim metodama i sredstvima agresije. Počeli su sa tzv. Propagandno-medijskom operacijom koja je za krajnji cilj imala likvidaciju slobodnih teritorija, enkala Srebrenica, Žepa i Goražde. Smisao tog poduhvata bio je u pripremi i realizaciji genocida.

U julu 1995. godine srpska vojska počinila je genocid nad Bošnjacima u Srebrenici i Žepi. Više od osam hiljada ljudi je ubijeno u srcu Evrope. Postavlja se pitanje: kako su velikosrpske formacije mogle počinili ovakav zločin u totalnoj medijskoj tišini? Kako je moguće da unatoč tome što su im namjere bile poznate, ipak velikosrpske formacije neometano izoliju više od osam hiljada ljudi, onemoguće komunikaciju sa ostakom države i svijeta, zatim progone i muče ove napaćene, izgladnjele i nenaoružane ljude, koje će na koncu i ubiti. Najstravičniji zločin od Drugog svjetskog rata počinjen je uz potpuno nezainteresovanost svjetske, a dijelom i domaće javnosti. U danima ubijanja, niko od bosanskih i svjetskih novinara nije bio na liscu mjesta, niko nije izvještavao o tragediji desetina hiljada žena, djece i staraca. Zanimljivo, bili su prisutni samo novinari iz zločinačkog štaba u Beogradu i Palama, koji su pokolj danima euforično opisivali kao historijsku pobjedu „srpskog oružja“ i definitivnu prekretnicu koja će rat završiti konačnim ujedinjenjem svekolikog srpstva. Ta šutnja imala je karakter saučestvovanja agresorskih novinara u ovom neizmjernom zlu.

Da je Srebrenica na drugi način medijski tretirana u julu 1995. godine, da su novinari pravovremeno i objektivno izvještavali javnost o tome šta se zapravo sprema i šta se čini Bošnjacima u tom dijelu slobodne Bosne, do genocida vjerovatno ne bi ni došlo, ili bi bar imao neuporedivo manje razmjere.

Srbi su pripremali veoma dugo medijsku tišinu nad zločinom u Srebrenici. Koristili su čitav niz suptilnih propagandnih mjera na strateškom i taktičkom nivou. U tom procesu mediji Republike srpske imali su veoma važnu ulogu. Oni su podsticali Mladićeve jedinice da budu krajnje surove u ofanzivi na Srebrenicu i Žepu. Od 1992. godine otpočela je propagandna

operacija stvaranja medijskog konc-logora koja je ova dva mjesta uz Drinu stvaila u potpunu informativnu blokadu. Srpska propaganda imala je zadatak da oslabi borbenu motivaciju jedinica Armije RBiH i stanovništva u Srebrenici i Žepi. Zatim, da u srpskom stanovništvu i agresorskim jedinicama ojačaju uvjerenje o Drini kao svetoj srpskoj rijeci, kako bi se u svijesti srpskog naroda opravdao genocid nad Bošnjacima koji su tretirani kao prepreka ostvarenju hiljadugodišnjih srpskih ciljeva. Treći cilj srpske propagande bio je da u međunarodnoj javnosti ukorijeni uvjerenje o izlišnosti međunarodne podrške očuvanju tzv. slobodnih zona uz Drinu, prvenstveno Srebrenice i Žepe.

Glavnu ulogu u propagandnom-medijskom ratu imali su propagandni punktovi u Beogradu i na Palama, agresorskim medijima i novinarima, posebno radijskim i televizijskim stanicama Srbije, te agencijama Tanjug i Srna, srpskoj televiziji na Palama i drugi. Angažovani su najistaknutiji novinarski kadrovi koji su sedmicama pripremali, a potom i učestvovali u samom zločinu.

Učinak srpskih medija i njihovih novinara u zločinu nad Bošnjacima Srebrenice nije ništa manji od učinka Mladićevih i Perišićevih brigada i korpusa. Ako su četnički jurišnici pucali u nezaštićene civile, agresorski mediji i njihovi novinari su učinili sve da genocid nad Bošnjacima predstave kao junačko djelo koje će pamtiti generacije Srba, čime su sebi obezbjedili izuzetno važnu ulogu u realizaciji srebreničkog genocida.⁵⁴

5.3. Kontrapropaganda

Kontrapropagandu čini odgovor probosanskih medija na laži i optužbe agresorskih medija. Zadatak probosanskih medija je opovrgnuti jednu od glavnih teza agresorskih medija, da je rat u Bosni i Hercegovini posljedica viševjekovne mržnje etničkih zajednica. S obziron na to da su i neki mediji u svijetu nasjeli i povjerovali u agresorske propagande, probosanski mediji su morali podsjetiti isti taj svijet na činjenicu da je Bosna i Hercegovina kao multietnička, multivjerska zajednica žrtva surove velikosrpske, a potom i velikohrvatske agresije koje imaju za cilj realizirati velikodržavne projekte Beograda i Zagreba.⁵⁵

⁵⁴ Tucaković, Šemso, „Ratna komunikologija“, Amos Graf, Sarajevo, 2013: str.: 276., 277., 278., i 279.

⁵⁵ Tucaković, Šemso, „Izvjestaji iz bosanskog rata (Dnevničke zabilješke)“, Štamparija Fojnica, Fojnica, 2017., str. 671.

5.3.1. Probosanski mediji

Kroz historiju Bosne i Hercegovine razlikujemo probosanske i antibosanske medije. Probosanski mediji su oni koji su nastojali očuvati bosanskohercegovačku zasebitost, njenu autentičnost i samosvojnost.⁵⁶ U toku agresije na našu državu, probosanski mediji su odigrali važnu ulogu u borbi za opstanak slobodne i nezavisne države. Moć medija skoro pa možemo porediti sa oružjem, zapravo, možemo reći da prije oružja prvo djeluju mediji tako što „pripreme“ određeni prostor za oružane sukobe. Najznačajniji mediji koji su informisali domaću i stranu javnost o tome ta se zbiva u Bosni i Hercegovini bili su list „Oslobođenje“ i Radio Televizija Bosne i Hercegovine. Ta dva glasila dala su važan doprinos slamanju agresije.⁵⁷

5.3.2. Televizija Sarajevo

Na području Bosne i Hercegovine prva televizijska stanica je Televizija Sarajevo. Počela je sa radom 1956. godine. Osnivanje TV Sarajevo imalo je izuzetnu važnost i pozitivan utjecaj na razvoj bosanskohercegovačke države i društva. Uoči rata TVSA je imao četiri programa sa svim potrebnim funkcijama. Tadašnja TVSA direktno je učestvovala u razvoju filmske industrije, koja će na kraju donijeti i najveća međunarodna priznanja Bosni i Hercegovini. Ovaj medijski sistem po veličini, karakteru i dometu teško će se dostići bar narednih 30 godina. Televizija Sarajevo bila je jedna od osam nacionalnih radiotelevizijskih kuća koje su djelovale u sklopu Jugoslovenske radiotelevizije (JRT). Takom 1992. godine Televizija Sarajevo mijenja ime u Televizija Bosne i Hercegovine.⁵⁸

Na početku agresije ističe se Dnevnik na Televiziji Sarajevo, i zadržat će svojevrsnu popularnost tokom trajanja rata. Centralna informativna emisija ove televizije prenosit će seriju svakodnevnih, teških događaja „uživo“. Urednik i voditelj Dnevnika bio je bosanskohercegovački novinar Senad Hadžifejzović. On za Dnevnik kaže da je do aprila 1992. godine bio centralna informativna emisija u zemlji, a od aprila, Dnevnik je postao

⁵⁶ Fejzić – Čengić, Fahira, „Medijska kultura u Bosni i Hercegovini“, Connectum, Sarajevo, 2009: str: 78.

⁵⁷ Tucaković, Šemso, „Historija novinarstva i medija u Bosni i Hercegovini“, S&A company, Sarajevo, 2006: str: 177.

⁵⁸ Cerović, Esad, „Mediji između tradicije i interneta“ Amos Graf, Sarajevo, 2017: str: 22., i 23.

centralna emisija naših života.⁵⁹ Od aprila 1992. godine, Televizija dobija novu funkciju – funkciju televizije u ratu. Već 2. aprila, Senad Hadžifejzović otvara Dnevnik najavom:

„ Dobro veče! Nije ozvaničen, nije objavljen, vodi se, za sada, na ograničenim teritorijama, ali možemo već reći: OVO JE RAT!!! Rat protiv nedužnih, rat protiv naše djece, rat protiv svih nas. Ne ubijamo se mi međusobno, ubijaju sve nas. Nemojte slušati glasine! Ne vjerujte ničemu što ne vidite! Ovo je specijalni rat koji se ne vodi samo oružjem!“

Ova najava je obilježila karijeru Senada Hadžifejzovića, ali i Televiziju Sarajevo (kasnije Televizija Bosne i Hercegovine). Od početka agresije na Bosnu i Hercegovinu, Televizija Sarajevo opredjeljuje se za stranu žrtve, za Bosne i Hercegovine i staje u medijsku odbranu naše države. Ipak, ovaj medij nije zanemario ni žrtve na drugim stranama, što predstavlja ključnu razliku između probosanskih i antibosanskih medija. Probosanski medij nije istovremeno antisrpski ili antihrvatski, zbog toga što probosanski mediji nisu patriomanijski usmjereni, oni jednostavno pokušavaju sačuvati i odbraniti sve ono što antibosanski mediji žele uništiti.

Jedan od važnijih dana u bosanskohercegovačkoj historiji, kao i u historiji glavnog grada Sarajeva je 2. maj 1992. godine. Na ovaj dan Jugoslovenska narodna armija⁶⁰ je izvršila napad na Sarajevo i zaustavljena je u neposrednoj blizini Predsjedništva Bosne i Hercegovine.⁶¹ Isti dan će biti zapamćen po „maratonskom dnevniku“, najdužem dnevniku u historiji bosanske televizije. Prvi predsjednik predsjedništva Bosne i Hercegovine, Alija Izetbegović tog dana je uhapšen i pritvoren u kasarni jugoslovenske vojske u Lukavici. RTV Sarajevo, urednik i voditelj Dnevnika, Senad Hadžifejzović odigrat će značajnu, ako ne i ključnu ulogu u spašavanju predsjednika Izetbegovića. Bio je sudbinski, ali i do tada neviđen događaj u novinarstvu. Zarobljeni Izetbegović se javlja uživo u Dnevnik, objašnjava situaciju u kojoj se nalazi i upravo činjenica da se sve to odvija uživo na televiziji, spašava mu život. Kasnije, nakon analiziranja svih okolnosti tog dana, jasno je da predsjednik Izetbegović ne bi preživio.

Za vrijeme agresije na Bosnu i Hercegovinu, informativni program Televizije Sarajevo bio je jedan od rijetkih izvora informacija za građane Bosne i Hercegovine. Centralnu informativnu

⁵⁹ Hadžifejzović, Senad, „Rat uživo“, Mladinska knjiga, Ljubljana, 2002: str. 13.

⁶⁰ Jugoslovenska narodna armija (JNA) – oružana snaga Jugoslavije sve do rata u Sloveniji i Hrvatskoj sastavljena od svih naroda i narodnosti Jugoslavije, nakon 1991. godine postaje dominantno srpska armija. (S. Hadžifejzović, Rat uživo, 2002: 23).

⁶¹ <http://www.bosnjaci.net/prilog.php?pid=18810>, Pristupljeno 13.10.2019.

emisiju ove televizije čekali su brojni građani u podrumima i sličnim improviziranim skloništim, koji su im tada bili jedini dom. Dnevnik je za njih bio jedini uvid u ratna dešavanja širom Bosne i Hercegovine, te odgovor na pitanje nazire li se kraj dugim i teškim danima.

Svi dnevници počevši od aprila 1992. godine do novembra 1995. godine pretočeni su u knjigu „Rat uživo“ koju potpisuje Senad Hadžifejzović. Na ovaj način je sačuvana borba RTV Sarajevo za istinu, kao i njen doprinos u odbrani države Bosne i Hercegovine.

5.3.3. Dnevni list „Oslobođenje“

Oslobođenje je dnevna novina u Bosni i Hercegovini koja se štampa u Sarajevu. Novina s najdužom tradicijom u Bosni i Hercegovini. Pokrenuli su je partizani u vrijeme Drugog svjetskog rata. Ovaj dnevni list je uvijek u prvi plan stavljao antifašizam i antinacionalizam. U opkoljenom Sarajevu svakodnevno je štampan ovaj list, a vrlo često su ga prodavali i novinari ovog dnevnika.⁶² Oslobođenje je jedan od onih medija kojeg bosanskohercegovačka javnost svrstava u red probosanskih medija. Glavne karakteristike Oslobođenja su dobro i kvalitetno novinarstvo, te povjerenje javnosti. Još od priprema za održavanje referenduma za nezavisnost Bosne i Hercegovine, ovaj dnevni list zauzima ulogu promotera bosanskih vrijednosti i ističe važnost nezavisnosti za našu državu. Tako možemo vidjeti na stranicama predratnog Oslobođenja poziv upućen građanima Bosne i Hercegovine da izađu na referendum i glasaju za nezavisnu i suverenu Bosnu i Hercegovinu.



⁶² Cerović, Esad, „Mediji između tradicije i interneta“, Amos Graf, Sarajevo, 2017: str. 11.

Slika 1. Oslobođenje/Oglasi 29.02.1992.

Dnevni list Oslobođenje zajedno sa RTV Sarajevo bio je jedan od najutjecajnijih bosanskih medija. Osamdesetih godina, kada je i počelo nacionaliziranje i partijsko osvajanje medija, izborili su se za slobodan izbor urednika koje su novinari birali na osnovu njihove profesionalne i javne reputacije. Novinari su izabrali Kemala Kurspahića za glavnog urednika. Kurspahić želi promijeniti Oslobođenje i napraviti otvoren, pluralistički, pouzdan dnevnik. Prvi korak bio je uvođenje stranice otvorenih komentara i mišljenja. U to vrijeme, dok su mediji većinom pisali o vodećim političarima, Oslobođenje svakodnevno donosi pregled najzanimljivijih i najkontroverznijih članaka iz cijele države.

Početak agresije, ovaj medij, odnosno, njegovi urednici i novinari nastavljaju časno i profesionalno obavljati svoj posao. Nakon terora na ulicama Sarajeva 7. aprila 1992. godine, novinari Oslobođenja dijele čitaocima besplatne primjerke sa udarnim naslovima: „Masivni zločini nad gradom“, „Narod traži smjenu vlasti“ i „Evropa priznala Bosnu i Hercegovinu“. Na ovaj način, rukovodstvo Oslobođenja se izjasnilo da ostaje na strani čitalaca i u najtežim danima i godinama za Bosnu i Hercegovinu.

Astro kozmetika **OSLOBODENJE** **OSLOBODENJE** **OSLOBODENJE**

Direktor: SALKO HASANFENDIĆ Glavni i odgovorni urednik: KEMAL KURSPAHIĆ
UREĐUJE REDAKCIJSKI KOLEGIJUM
Izdavanje: 29. aprila 1992.
Sarajevo Godina XLIX Broj 15732
Cijena 80 dinara

BOSNA I HERCEGOVINA NA DRAMATIČNOM ISKUSENJU

STOTINE MRTVIH RANJENIH NA KUPRESU - PUCNJI NA MIROVNU POVORKU U SARAJEVU

Sarajevo na nogama • Napad terorista na školu MUP-a na Vracama • Pucano na demonstrante u gradu • U Mostaru ispod ruševina kasarne otkrivene još tri žrtve eksplozije • Talasi izbjeglica po cijeloj Republici





MA METI - NAROD: Foto-reporter "Oslobođenja" Danilo KRSTANOVIC zabilježio je dramatične trenutke oko Vibašije mosta u centru Sarajeva u kojima su nosačima teroristi (na lijevoj strani) pokušali da ubijaju mirovne povorce građana Sarajeva.

Vatra na goloruke

Sarajevo se jelo oko 14 sati, bilo kao i nekad. U ovoj, vrlo, slobodnoj i otvorenoj državi, novinari su izabrali Kemala Kurspahića za glavnog urednika. Kurspahić želi promijeniti Oslobođenje i napraviti otvoren, pluralistički, pouzdan dnevnik. Prvi korak bio je uvođenje stranice otvorenih komentara i mišljenja. U to vrijeme, dok su mediji većinom pisali o vodećim političarima, Oslobođenje svakodnevno donosi pregled najzanimljivijih i najkontroverznijih članaka iz cijele države. Početkom agresije, ovaj medij, odnosno, njegovi urednici i novinari nastavljaju časno i profesionalno obavljati svoj posao. Nakon terora na ulicama Sarajeva 7. aprila 1992. godine, novinari Oslobođenja dijele čitaocima besplatne primjerke sa udarnim naslovima: „Masivni zločini nad gradom“, „Narod traži smjenu vlasti“ i „Evropa priznala Bosnu i Hercegovinu“. Na ovaj način, rukovodstvo Oslobođenja se izjasnilo da ostaje na strani čitalaca i u najtežim danima i godinama za Bosnu i Hercegovinu.

DOGOVOR STRANAČKI ČELNIKA BIH I PREDSTAVNIKA JNA

Nalog za prekid vatre

Na zaklju Televisiona Sarajeva da vode mirovni pregovori stranački čelnici BiH i predstavnici JNA. Nalog za prekid vatre. Na zaklju Televisiona Sarajeva da vode mirovni pregovori stranački čelnici BiH i predstavnici JNA. Nalog za prekid vatre.

Z. Đ. - E. K.

Slika 2. Oslobođenje, 06.04.1992.

Također, 1992. godine Oslobođenje je proglašeno za list godine u svijetu. Usljedile su i nagrade za „izuzetnu odanost istini i slobodi“, nagrada za „održavanje u životu tradicije nezavisnosti, objektivnosti i hrabrosti u izvještavanju pod najtežim uslovima“ i još mnogo drugih nagrada i priznanja.⁶³ Brojne nagrade potvrđuju borbu ovog dnevnog lista za slobodu i istinu. Oslobođenje je jedan od značajnijih bosanskohercegovačkih medija već decenijama. U novije vrijeme, u kojem se gotovo i ne kupuju novine, Oslobođenje ima i svoje online izdanje – portal Oslobodjenje.ba.

5.3.4. Lokalni mediji

Lokalni mediji koji su djelovali u Bosni i Hercegovini u toku rata su najčešće radio i novine. To su mediji u okupiranim enklavama. Imali su ključnu ulogu u komunikaciji okupiranog mjesta sa ostatkom države i šire. Iako je komuniciranje bilo otežano, ponekad potpuno blokirano, lokalni mediji bili su jedini izvor informacija o pravom stanju određenog mjesta. Za vrijeme rata u Bosni i Hercegovini, najviše su se koristili amaterski radio-uređaji. Preko njih, radio-amateri su dostavljali informacije do radijskih i televizijskih stanica, koje ih potom emituju putem radio talasa. Radio-amateri su amaterske uređaje vrlo vješto koristili za probijanje medijske blokade koju su nametali agresori.⁶⁴

Jedan od primjera je i radio „Drina“, koji je počeo sa emitovanjem u jesen 1992. godine i emitovao je nepunu godinu dana. Radio Drina je zapravo bio radio u radiju, odnosno, Udruženje građana jugoistočne Bosne sa sjedištem u Sarajevu oformilo je redakciju u sklopu Radija Bosne i Hercegovine. Na talasima ovog radija oglasili su se mnogi ljudi iz Istočne Bosne kao svjedoci neviđenog zločina. Njihove priče bile su stravične, putem radija Drina poručili su da je Bosna ogrezla u krvi, da je popaljena i poharana. Osim njihovih svjedočenja, posredstvom ovog radija stanovnici Istočne Bosne tražili su svoje članove svoje porodice ili vijesti o njima. Radio Drina je omogućio da se jave, da su živi.⁶⁵

Lokalni mediji su tada bili jedina poveznica sa ostatkom svijeta, a danas, više od dvije decenije od završetka rata, sačuvani materijali nastali u lokalnim medijima, ostaju trajni svjedoci najtežih godina novije bosanskohercegovačke historije.

⁶³ <https://www.oslobodjenje.ba/vijesti/bih/nasih-76-godina-485892>, Pristupljeno 13.10.2019.

⁶⁴ Tucaković, Šemso, „Ratna komunikologija“, Amos Graf, Sarajevo, 2013. Str. 241.

⁶⁵ Nuhić, Muhamed, „Traganje za istinom“, Promocult, Sarajevo, 2004. Str. 15.

6. Izvještavanje u ratnim dejstvima: Tri medija – tri istine

Osnovni faktor ratnog komuniciranja su mas-mediji, kao prenosioci ratnih sadržaja. Odnos medija prema ratnim događajima nije uvijek isti. Osnovni oblik komuniciranja u ratu je persuazivno, ubjeđivačko ili propagandno komuniciranje čiji je smisao, ne samo da obavijesti, nego prvenstveno da utječe. Ratno komuniciranje ima više funkcija. Ono je istovremeno sredstvo postizanja taktičkih i strateških ratnih ciljeva, jedno od najefikasnijih i najčešće korištenih sredstava ratovanja.⁶⁶

Po definiciji, izvještaj je opširniji od vijesti, iscrpnije kazuje kako i zašto se nešto dogodilo. Govori o toku nekog događaja. Ima i dozu autorovog viđenja događaja i karakterizira ga način opisivanja, izbor činjenica, s naglašenom autorovom vještinom i dinamikom pisanja.⁶⁷ Izvještavanje u oružanim sukobima je vrlo težak i opasan posao. Nekadašnji glavni urednik Radija Bosne i Hercegovine, Esad Cerović kaže da su bosanskohercegovački novinari nepripremljeni dočekali početak rata što je bilo primijetno u njihovim izvještajima sa „terena“. Prije početka ratnih sukoba u našoj zemlji, rat je već uveliko trajao u susjednim državama, Sloveniji i Hrvatskoj. Ipak, mediji nisu predvidjeli isti scenario za Bosnu i Hercegovinu unatoč brojnim prijetnjama vođa srpskog naroda. Sve do početka agresije bilo je sasvim malo novinara u Bosni i Hercegovini koji su imali iskustva u izvještavanju o oružanim sukobima. Također, da bi mogli izvještavati o ratnim dejstvima, novinari su morali tražiti dozvolu od komande JNA, koja se već svojim nacionalnim sastavom opredijelila na kojoj će strani biti i čije će interese štiti. Teško se dolazilo do prave, istinite informacije. Umjesto informacije, vojni establišment koristio se propagandom kroz saopćenja i izjave, jer je sukobe želio prikazati isključivo kao sukob sa separatistima, te su već tada iskovan izrazi o ustaškim jedinicama, mudžahedinima, balijama, Turcima itd.

Jugoslovenska narodna armija svojim djelovanjem i novim obilježjima potpuno je bila usmjerena ka srpskom narodu i upravo njeni rezervisti čine prve zločine. JNA je pored svojih kapaciteta uključila obavještajce i propagandiste i uz blagoslov politike dala je zadatak medijima da svako dejstvo vojske opravdaju. Medijski cenzori širili su samo jednu sliku,

⁶⁶ Tucaković, Šemso, „Ratna komunikologija“, Amos Graf, Sarajevo, 2013.: str. 30. I 31.

⁶⁷ Cerović, Esad, „Mediji između tradicije i interneta“, Amos Graf, Sarajevo, 2017.: str. 51.

jedan pristup. To je rezultiralo totalnim izluđivanjem građana, jer više nisu mogli razlikovati istinu od laži, propagandu od stvarne informacije i sl.⁶⁸

U takvim okolnostima, novinari su postali propagandisti. Koliko je velikosrpska propaganda bila monstruoza, vidljivo je na primjeru vijesti koju potpisuje novinarka Rada Đokić. Ona je putem Agencije Srna plasirala informaciju „kako muslimani srpsku nejač bacaju lavovima u Pionirskoj dolini.“ – U ovom kontekstu riječ „nejač“ označava malu djecu. Ova gnusna laž je samo jedna od mnogobrojnih laži koje su svakodnevno plasirane u srpskim, ali i hrvatskim medijima. Ako se već govori o Pionirskoj dolini, onda se može reći da se čuje urlanje, ali urlanje gladnih životinja koje niko danima nije mogao nahraniti zbog stalnih napada na tu zonu.⁶⁹ Medijska tvornica laži tokom svih godina agresije na Bosnu i Hercegovinu služila se izmišljenim, izmijenjenim ili prilagođenim informacijama o dešavanjima na ratištima širom države.

Nacionalne stranke SDA, SDS i HDZ nastojale su stvoriti nacionalne kanale. Tadašnja televizija Sarajevo bila je prepuštena sama sebi. Brojne podjele koje je rat donio, nisu izostale ni u redakcijama, ni među novinarima. Televizija je bila ničija i jedan dio rukovodstva je otišao, ali televizija je opstala. Pojedinci su se počeli svrstavati u svoj narod, a nacionalnost je postala važnija od svega.

Iako se kaže da je istina samo jedna, podjela bosanskohercegovačkog medijskog sistema na tri dijela: bošnjački, hrvatski i srpski, donijela je i tri istine. Različiti mediji, plasiraju različite izvještaje o istom događaju. Svakako, bitno je naglasiti da je i javnost podijeljena. Bosanski Hrvati vjerni su medijima tadašnje paradržavne tvorevine Herceg – Bosne, a bosanski Srbi prate isključivo prosrpske medije, odnosno, svako bira onu priču koja više odgovara njegovim ubjeđenjima i željama, odnosno, ono što želi učiniti istinom. Ovakav odnos prema istini i činjenicama koje po pravilima novinarske profesije moraju biti kao takve prenesene publici, doprinosi jačanju ubjeđenja javnosti u određenu ideologiju, a unosi strah i nemir kod onih sa druge strane.

Razlike u ratnom izvještavanju prikazane su kroz sljedeće primjere:

⁶⁸ Isto, str. 66.

⁶⁹ Cerović, Esad, „Mediji između tradicije i interneta“, Amos Graf, Sarajevo, 2017.: str. 66. i 67.

Masakr na ulici Vaso Miskin (Markale)

IZVJEŠTAJ 1.

„Ovo je samo djelić slike koju vam mogu prenijeti, nakon masakra koji se desio u sarajevskoj ulici Vase Miskina. Na licu mjesta poginulo je prema tvrdnjama očevidaca najmanje 10 ljudi. Prema, nepotvrđenim informacijama najmanje stotinu ljudi je ranjeno, kada je sa neprijateljskih položaja ispaljena granata. Ulica je bila puna, jer su okupljeni stanovnici stajali u redu, čekajući da dođe hljeb. Potoci krvi još su na pločnicima, rupe od gelera po zidovima, razbacane stvari, polupani izlozi, ljudi su u šoku. Evo šta nam je rekla sugrađanka koja stanuje u ovoj ulici: „Bilo je mirno, ljudi su čekali u redu, da stigne hljeb iz velepekare. Odjednom eksplozija. Istrčala sam na prozor. Užas. Dim i prašina. Pokošeni ljudi. Krici. Ljudi su pružali ruke, tražili pomoć. Stigli su i automobili, ranjene ljude, njih po pet – šest stavljalo se u auta, da se što prije odvezu u bolnicu.“ Kako saznajemo, bolnice su pune ranjenih, okupljaju se i porodice želeći da saznaju, da li su među nastradalim i ranjenim njihovi najmiliji. Ovo je sigurno najteži dan za napaćene stanovnike glavnog grada Bosne i Hercegovine. Od kolega, koji su već bili u bolnicama, dobijam informaciju da je već više od 15 poginulih. Imena još nisu saopštena, jer žrtve nisu identifikovane.“

Midhat Kulender, MGT 2'

- Iz ovog izvještaja saznajemo gdje, kada i kako se desio masakr. Autor opisuje stanje zatečeno stanje na licu mjesta, te donosi izjavu građanke koja je svjedok ovog stravičnog zločina. Međutim, moramo primijetiti da je autor izvještaja objektivan i da nam isključivo prenosi detalje događaja bez pristrasnosti jednoj ili drugoj sukobljenoj strani.

IZVJEŠTAJ 2.

Pripadnici muslimanskog MUP-a postavili mine u ulici Vase Miskina (Pale, 28. maj)

„MUP Srpske Republike Bosne i Hercegovine utvrdio je da je aktiviranje nagazno-rasprsnih mina u Ulici Vase Miskina u Sarajevu urađeno po scenariju Alije Izetbegovića. Utvrđeno je, naime, da je u ranim jutarnjim časovima po nalogu Alije Delimustafića, Mirza Jamaković, radnik muslimanskog MUP-a, inače načelnik obezbeđenja za kontradiverzionu zaštitu, zajedno sa Rusmirom Hamićem postavio navedene mine i aktivirao ih kada se okupilo dovoljno građana. U međuvremenu, Delimustafić je pripremio svoje plaćenike iz redova

novinara i prijatelja, obavestio bolnice da budu u punoj pripravnosti i naredio aktiviranje nagaznih mina. Jamaković i Hamić su se naprimetno sklonili u zaklon, otišli u nepoznatom pravcu, a na scenu je stupila Alijina propagandna mašinerija.“

D. Stevanović

- Drugi primjer izvještaja o istom događaju, pokazuje pripadnost medija srpskoj strani. Masakr je predstavljen kao unaprijed isplaniran sa detaljima o kakvoj eksplozivnoj napravi se radi. Autor ovog izvještaja nije u dilemi oko počinitelja ovog zločina. Bez analize i argumenata koji bi to potvrdili, krivcima su proglašeni pripadnici muslimanskog MUP-a.

IZVJEŠTAJ 3.

Granate pale na ljude u redu za hleb

„Užas je juče bio u centru Sarajeva. U ulici Vase Miskina poginulo je od granata, prema prvim procenama, 16 ljudi, teže i lakše ranjeno više od 114 Sarajlija. Krvavi prizori uzbudili su televizijske gledaoce, gde god su prikazani. Veliko uzbuđenje bilo je i u Beogradu gde je veliki broj izbeglih Sarajlija na ekranu gledao šta se dešava u ulici koja je svojevrsna gradska žila kucavica. General Neđo Bošković, koji se nalazi u Sarajevu na pregovorima oko iseljavanja kasarni, izjavio je Televiziji Bosne i Hercegovine povodom današnjeg nezapamćenog masakra ljudi u centru grada da taj koji je to napravio mora biti otkriven, kao i onaj koji mu je izdao takvo naređenje. General Bošković je, javlja Tanjug, rekao da ne može da shvati da se našao takav monstrum, koji je mogao da puca na narod koji je iz podruma i skloništa izašao da kupi hleba, kako bi preživeo. S obzirom na to da nije bio na licu mesta i nema uvida odakle je mogla doći granata, Bošković je rekao da bi bilo neobjektivno reći sada ko je to učinio. Ako je pucak neko iz Srpske vojske generala Mladića, koji je inače izdao naređenje da se prestane sa svim dejstvima, moraće se vrlo brzo otkriti i izvesti pred sud javnosti, rekao je general Bošković, dodajući da i među pripadnicima teritorijalne odbrane Bosne i Hercegovine ima neregularnih jedinica koje su se otrgle komandi. Te paravojne jedinice čine ljudi sa strane, iz Sandžaka, sa Kosova, i one najviše doprinose krvoproliću. Bošković je izneo uverenje da će se problem iseljavanja kasarni uspešno rešiti i da treba što pre iznaći mirno rešenje, kao i da je vreme da ovom tragičnom ratu dođe kraj. Predsednik Skupštine Srpske republike Bosne i Hercegovine Momčilo Krajišnik izjavio je da odgovorno tvrdi da srpska vojska ni jednu granatu nije ispalila u Sarajevo niti je prekršila primirje.

General – major Milan Gvero, pomoćnik komandanta Glavnog štaba Vojske Srpske Republike BiH takođe je potvrdio da vojska nije otvarala vatru. Gvero je izjavio da se radi o bestidnom propagandnom podmetanju. Vesti iz Sarajeva, pored masakra u Vase Miskina ulici, govore i o napadima na bolničke objekte. Pogođeni su preksinoć, granatama treći, četvrti i peti sprat novog porodilišta i zapaljeni. U krugu sarajevske bolnice na Koševu pogođene su Klinika za plastičnu hirurgiju i Traumatološka klinika. Služba za informisanje SAO Romanija, u svom saopštenju kaže da se „prateći i analizirajući poslednja zbivanja u Sarajevu, osvjedočila na osnovu nepobitnih dokaza, da su ekstremne muslimanske snage iz artiljerijskih oružja otvorile vatru na porođajnu kliniku „Zehra Muidović“, ali i Ulicu Vase Miskina Crnog. To su učinili kao pokriće za zločine koje tek kane sprovesti nad srpskim narodom“.

- I u trećem primjeru jasno je da riječ o srpskom mediju. Iako u ovoj priči imamo više aktera i možda na trenutak djeluje kao neutralna vijest, čak ističe izjavu generala Boškovića koji se zalaže za mir, vijest ipak završava sa teškim optužbama muslimanskog naroda.

Navedeni primjeri izvještavanja o masakru u ulici Vase Miskina, preuzeti su iz knjige Esada Cerovića, Mediji između tradicije i interneta. Iako nijedan tekst nije potpisan punim imenom i prezimenom, a nije naveden ni medij u kojem je tekst objavljen, ipak, na osnovu pristupa ovom stravičnom zločinu i odnosu prema Bošnjacima, lahko možemo zaključiti da li je riječ o srpskom, hrvatskom ili bosanskom/bošnjačkom mediju. U prvom primjeru, novinar nam prenosi detalje sa lica mjesta, ali bez dodatnih upletanja Srba ili Bošnjaka. Imamo informaciju da se radi o strašnom zločinu, veliki broj poginulih i ranjenih, što je, svakako, u tom trenutku i najvažnije. Drugi primjer je klasičan primjer propagandnog medija, koji je samo jedan u nizu od brojnih sredstava kojim se služio neprijatelj. Tako da nije ni bitno koliko ljudi je poginulo ili povrijeđeno, u izvještaju je najvažnije pitanje ko je odgovoran za taj zločin. S obzirom na to da se radi o srpskom mediju, ne iznenađuju optužbe Bošnjaka. Srpska propaganda se najčešće koristila metodom ponavljanja laži kako bi one vremenom bile prihvaćene kao istina.

PRIMJER 4.

35 Hrvata obješeno u Zenici

„Prema svjedočenju Hrvata izbjeglih iz Zenice, 35 Hrvata je obješeno pred katoličkom crkvom u tom gradu jer su odbili da obuku uniforme muslimanke vojske. Taj zločin je samo

jedan u nizu onih koje svakoga dana doživljavaju Hrvati u „bosanskom Teheranu“, gdje su izloženi maltretiranju i mučenju. Oni se prisiljavaju da pređu na islam i da nose osobne iskaznice sa muslimanskim imenima dok muslimanske vlasti zahtijevaju od svih nemuslimana plaćanje 900 njemačkih maraka po osobi za dozvolu da napuste grad i spase se iz tog pakla. Žene su prisiljene da pokriju lica i oblače se u skladu s muslimanskom tradicijom dok je u Kaknju muslimanska vojna policija pretukla žene i djecu koji su protestirali protiv nepodnošljivih životnih uvjeta.“⁷⁰

Mario Marušić (Vjesnik)

- Ovaj izvještaj koji potpisuje Mario Marušić, dopisnik iz Mostara za hrvatski list Vjesnik, predstavlja najdrastičniji slučaj izmišljanja vijesti, najgori oblik propagande i poziv na mržnju muslimanskog naroda. Zločin o kojem Marušić piše nikada se nije dogodio. Kompletan izvještaj je lažan, nikada i nigdje nije zabilježen ovakav zločin nad Hrvatima na teritoriji Bosne i Hercegovine. Koliko mržnje, bijesa i želje za osvetom može probuditi ovaj lažni izvještaj, piše sarajevski pisac, Miljenko Jergović kritizirajući antimuslimansku propagandu u hrvatskim medijima: „Svako ko čita sve te novine s jutarnjom kafom i ko nikad nije vidio Bosnu, niti se (kao većina novinara koji pišu o njoj) potrudio da išta nauči o njenim nacionalnostima, i ko čita te novine s povjerenjem, ustaće i ići da nađe dva-tri Muslimana, dobro ih isprebijati, i onda poslati pozdravni telegram bosanskim Srbima da im zahvali na svemu što oni učine za Hrvate. U isto vrijeme, vjerovatno će biti malo zbunjen kako su to bosanski Srbi tako dobri a hrvatski Srbi tako zli.“⁷¹

7. Uloga medija u srebreničkom genocidu

⁷⁰ Kurspahić, Kemal, „Zločin u 19:30“, Media centar, Sarajevo, 2003., str. 151.

⁷¹ Isto, str. 152.

Srebrenica je grad u istočnoj Bosni. U julu 1995. godine u Srebrenici je izvršen genocid nad pripadnicima muslimanskog naroda.⁷² Ovaj strašni zločin, najveći u Evropi nakon Drugog svjetskog rata, osim po surovosti i različitim oblicima mučenja i ubijanja, ističe se i po višegodišnjem negiranju i dokazivanju pred međunarodnim sudovima pravde, tačnije, na Međunarodnom sudu za ratne zločine počinjene na području bivše Jugoslavije (ICTY). Agresori su za planiranje i realiziranje zločina koristili sva raspoloživa sredstva među kojima su i mediji.

Uloga medija u planiranju, te realiziranju genocida je značajna. Njihov zadatak bio je da umanje svaki mogući otpor branilaca i stanovništva, da u domaćoj srpskoj populaciji predstavi okupaciju slobodne teritorije i likvidiranje Bošnjaka iz doline Drine kao ostvarenje „viševekovnog srpskog sna“, te da u međunarodnoj javnosti svede na najmanju mjeru moguće negativno reagovanje i osudu masovnih zločina i napada na zaštićenu zonu UN.⁷³ Naprijed spomenuta metoda ponavlja u velikosrpskoj propagandi primjenjivala se i u Srebrenici. Stanovništvu Srebrenice se svakodnevno, iz sata u sat, od početka Mladićeve ofanzive, poručivalo sa „srpska vojska dolazi kao spasilac od terorističkih grupa koje maltretiraju mirne Bošnjake. Mladićev pomoćnik za politički rad i propagandu, general Milan Gvero, putem srpskih medija svima je obećavao zaštitu i ostanak na kućnim ognjištima, postupanje prema Ženevskim konvencijama i slobodan život u samoj Srebrenici. Srpski mediji su pored obačane sigurnosti i slobode, svakodnevno prikazivali srpske zločine kao čin oslobađanja iz ruku nezahvalnih muslimana. Na ovaj način mediji su doprinijeli zanemarivanju zločina u Srebrenici od strane svjetske javnosti. Početak masovnih zločina svjetska javnost pratila je nezainteresovano i ravnodušno. Svjetski mediji su zločine u Srebrenici, a kasnije i početak genocida tretirali kao običan eksces lokalnog karaktera koji je ograničen po posljedicama i učesnicima. Na događanja u Srebrenici niko nije gledao kao na mjesto u kojem će jedan narod

⁷² **Genocid** je potpuno ili djelimično istrebljenje neke nacionalne, etničke, rasne ili vjerske grupe ljudi. Pojam je prvi put upotrijebio Raphael Lemkin u Generalnoj skupštini OUN prilikom formulacije Njamberških principa 1946., a preciznije je definisan u smislu fizičkog i biološkog istrebljivanja Konvencijom o genocidu iz decembra 1948. godine proglašen je međunarodnim zločinom. Zločin koji može imati formu sljedećih akata, bilo da su izvršeni u toku mira ili rata, sa namjerom uništenja, u cjelosti ili dijelom, nacionalne, etničke, rasne ili religijske grupe: ubijanjem članova grupe; nanošenjem teških tjelesnih ili mentalnih oštećenja pripadnicima grupe; organiziranim nametanjem grupi uvjeta života sračunatih da izazovu fizičko uništenje u cjelosti ili dijelom; nametanjem mjera usmjerenih da srpiječe rođenja u okviru grupe; nasilnim premještanjem djece iz jedne grupe u drugu grupu. Genocid uključuje prešućivanje o izvođenju genocida, pokušaj izvođenja genocida i saučesništvo u genocidu. Ako je izveden tokom rata genocid je ratni zločin.

⁷³ Tucaković, Šemso, „Ratna komunikologija“, Amos Graf, Sarajevo, 2013: str.286.

nestati. S obzirom na to da je riječ o Bošnjacima, muslimanima koji su već svakako „višak“ u samom središtu Evrope, svijetu je trebalo više vremena da vidi, čuje, razumije i prihvati ono što se dešavalo u Srebrenici i da u skladu s tim reaguje. Od 1993. godine odlukom Vijeća sigurnosti Ujedinjenih naroda Srebrenica je proglašena zaštićenom zonom, što će biti još jedan od brojnih razloga medijske zanemarenosti.

Dok je nestajao jedan grad, a s njim i hiljade ljudi, mediji nisu učinili ništa što bi moglo poboljšati položaj ovih napaćenih ljudi. Svakako, svjetski mediji se nisu bavili pitanjem Srebrenice, ali i u bosanskohercegovačkim medijima nedostajalo je informacija o stanju u Srebrenici. Razlog tome je otežan dolazak do informacije, jer je Srebrenica između ostalog bila i medijski blokirana.

S druge strane, srpski mediji aktivno su sudjelovali u zločinima Vojske Republike Srpske. General Ratko Mladić se nije zadovoljio samo klanjem i ubijanjem hiljada ljudi, već je imao potrebu da te činove i medijski posvjedoči, da ih prezentira, iskaže i to na način izvrtnja, totalnom informacijskom barbarizacijom, apsolutnom informacijskom solecizacijom, defaktualizacijom, laganjem. Degradaciona ceremonija koja podrazumijeva svaki komunikativni čin između osoba prilikom kojeg se javni identitet učesnika transformira u nešto što se posmatra kao manje vrijedno u lokalnim shemama i socijalnim tipovima. Mladić je zajedno sa svojim vojnicima ritualno degradirao ljude Srebrenice i njihov socijalni identitet. Upravo to su počinili putem javne transformacije javnog identiteta skupine Bošnjaka u zaštićenim enklavama, u nešto što bi se moglo zvati manje važnim, manje vrijednim socijalnim shemama. Degradacione ceremonije u Bosni i Hercegovini imale su medije za svoje glavne svjedoke, ove ceremonije, zapravo, i imaju smisla samo ako imaju svjedoka. Zbog toga se i javila Mladićeva potreba da na vijestima objavi svoju ceremoniju. Tako su svi gledatelji Dnevnika bili potencijalni svedoci srebreničke degradacione ceremonije.

Sedmičnik „Na braniku otadžbine“ 16. jula 1995. godine objavljuje intervju sa generalom Ratkom Mladićem. U intervjuu Mladić kaže: *„Eto smo pobijedili uoči Petrovdana. Vojska Republike Srpske još jednom je stavila pod kontrolu Srebrenicu. VRS je učinila to što je trebala učiniti međunarodna zajednica – da demilitarizira zaštićenu zonu. Muslimani Srebrenice su činili brojna zlodjela prije oslobođenja Srebrenice. Zločine su činili i u 172 sela, oko gradova Bratunca, Skelana, u Milićima. UNPROFOR je pomagao samo muslimanima sa hranom. Oni su istovremeno slali netačne izvještaje o stanju u Srebrenici.*

*UNPROFOR je direktno involviran u prljavi muslimanski posao. Oni su im pomagali u zlodjelima. To je rezon zbog koga su Srbi morali uzeti pod kontrolu ovaj grad.*⁷⁴

Pored navedenog, postoje brojni primjeri slavljenja zločina u medijima. Snimak ulaska u Srebrenicu Vojske Republike Srpske sa generalom Mladićem, je historijski i jedan od najpoznatijih snimaka srpskih zločinaca u Bosni i Hercegovini. Snimak je poznat pod nazivom „Oslobađanje i ulazak Vojske Republike Srpske u srpsku Srebrenicu“, a snimljen je na dan pada Srebrenice, 11. jula 1995. godine. Tom prilikom Mladić kaže: „*Evo nas, 11. jula 1995. godine u srpskoj Srebrenici. Uoči još jednog velikoga praznika srpskoga, poklanjamo srpskom narodu ovaj grad i napokon došao je trenutak da se poslije bune protiv dahija, Turcima osvetimo na ovom prostoru.*“ Mladić nema satisfakciju uspješnosti genocida i svih počinjenih zločina nad civilima, djecom, ženama i starijim ljudima u Srebrenici i okolnim mjestima. Počinjeni genocid u Srebrenici iza sebe ima sistematsko, detaljno planiranje koji je velikosrpska politika organizirala i sprovela. U tom procesu mediji su imali jako važnu ulogu, zapravo, mediji su uveliko doprinijeli uspješnosti zacrtanih planova velikosrpskih ideologa. U toku progona, mučenja, nestajanja i ubijanja Bošnjaka u zaštićenoj zoni, mediji su svjetskoj javnosti servirali ono što je njima odgovaralo i tako spriječili svaku mogućnost spasenja narodu Srebrenice. Bilo je teško doći do tačnih informacija o pravom stanju u Srebrenici.

Nihad Nino Ćatić je jedini, preko radio-amatera izvještavao o stanju u Srebrenici. Posljednji put se javio 11. jula 1995. godine u program Radio-televizije Bosne i Hercegovine, to je bio poziv u pomoć. U tom javljanju, Nino kaže: *Srebrenica se pretvara u najveću klaonicu. Poginuli i ranjeni neprestano se dovlače u bolnicu. Nemoguće je opisati. Svake sekunde po tri smrtonosna projektila padne na ovaj grad. U bolnicu je trenutno dovučeno sedamnaest poginulih, pedeset i sedam teže i lakše ranjenih. Da li iko na svijetu može doći da vidi tragediju koja se dešava Srebrenici i njenim stanovnicima? Ovo je nečuven zločin koji se izvodi nad bošnjačkim stanovništvom Srebrenice. Populacija u ovom gradu nestaje. Da li iza svega stoji Akaši, Butros Gali ili neko drugi, bojim se da za Srebrenicu neće biti bitno.*⁷⁵

To je bio krik ljudi koji su vidjeli da se iz Srebrenice više neće izvući. Ninino javljanje označilo je kraj Srebrenice.

⁷⁴ Fejzić-Čengić, Fahira, „Medijska kultura u Bosni i Hercegovini“, Connectum, Sarajevo, 2009., str.: 132. – 134.

⁷⁵ <https://faktor.ba/vijest/kako-je-nino-catic-najjavio-genocid-srebrenica-se-pretvara-u-najvecu-klaonicu/43666>, pristupljeno 23.10.2019.

Dvije decenije nakon genocida, degradaciona ceremonija i dalje traje. Bošnjaci iz Srebrenice još uvijek su degradirani. Povratnicima je otežan boravak u Srebrenici, veliki broj Srebreničana, povratnika nema vodu ili struju, a nema ni priliku da radi i zarađuje za život. Srpske vlasti se i u miru neprijateljski odnose prema njima. Jedan od većih problema u školama je bosanski jezik. Srbi pokušavaju nametnuti srpski jezik kao jedini jezik u školama. Pored administrativnih, finansijskih i ostalih problema, Srebreničani su osuđeni na svakodnevnu borbu, preživljavanje i suživot sa, do jučer, neprijateljima.

Bosanskohercegovački mediji vrlo malo prostora ostavljaju za Srebrenicu i sve ono što ona nosi sa sobom, i u ratu i u miru. Najčešće o Srebrenici se govori samo jedan dan u godini – 11. jula – Dana žalosti i sjećanja na žrtve genocida. Priče iz Srebrenice i pozitivne i negativne, prilično često obrađuju mediji koji nisu u osnovi bosanski, ali djeluju u Bosni i Hercegovini, to su: Al Jazeera Balkans i Balkanska istraživačka mreža (BIRN). U ovim medijima često možemo vidjeti nešto novo o Srebrenici i Srebreničanima. Televizije poput: FTV, Hayat TV i Face TV svake godine na dan 11. jula emitiraju cjelodnevni program posvećen sjećanju na genocid.

Što se tiče srpskih medija, oni ni danas nemaju sluha za genocid koji je potvrdio i Međunarodni sud pravde u Hagu. Za narod Republike Srpske, najčešće spomenuti snimci i fotografije, nisu dokaz zločina, nego potvrda njihove hrabrosti i junaštva.

8. Uspostavljanje novog, demokratskog sistema informisanja u Bosni i Hercegovini

Na početku istraživanja djelovanja medija u Bosni i Hercegovini, osvrnula sam se na stari jugoslovenski sistem po kojem su funkcionirali mediji. Zbog toga smatram neophodnim kratki osvrt na uspostavljanje novog sistema informisanja Bosne i Hercegovine, ili tačnije, prilagođavanje starog sistema novim formama. Kraj rata označava početak svih društvenih procesa koji vode ka demokratizaciji. Kako mediji imaju ključnu ulogu u tom procesu, tako je bilo potrebno definisati zakone i oformiti adekvatne institucije koje će osigurati pravilan rad medija u Bosni i Hercegovini. Ne možemo sa sigurnošću govoriti o njenoj uspješnosti ili neuspješnosti, jer se naša država i društvo u svim sferama još uvijek nalaze u procesu tranzicije. Sigurno je da bi bez zakona i institucija i ovaj postojeći informativni sistem teže funkcionirao i opstao.

Opći okvirni sporazum za mir u Bosni i Hercegovini ili Dejtonski sporazum, potpisan je 14. decembra 1995. godine u Parizu. Potpisivanjem mirovnog sporazuma označen je početak rekonstrukcije temeljnih prava i sloboda u Bosni i Hercegovini i predstavlja inicijalni događaj za okončanje krvoprolića i postupni povratak temeljnim vrijednostima kao što su sloboda, jednakost, pravda i dr. Sastavni dio sporazuma je Aneks IV. Ustav Bosne i Hercegovine s ustavima entiteta, Federacije i Republike Srpske. Važnu komponentu sadržaja Ustava čini spektar najvažnijih konvencija i deklaracija o ljudskim pravima, koji trebaju garantirati poštovanje ljudskih prava u postkonfliktnom, razorenom bosanskohercegovačkom društvu.⁷⁶

Potpisivanje Dejtonskog mirovnog sporazuma nije značilo samo prestanak ratnih dejstava, nego je označilo i početak državnih i društvenih promjene koje vode ka demokraciji. Sloboda medija je temelj demokracije društva, što znači da su bosanskohercegovački mediji morali proći kroz proces uspostavljanja novog, slobodnog, zakonom regulisanog sistema informisanja. Bosna i Hercegovina je u relativno kratkom vremenskom periodu pretrpjela velike promjene: pad komunizma, raspad Jugoslavije kojoj je pripadala, zatim odvajanje, odnosno, nezavisnost koja je bila samo uvertira u agresiju, a nakon okončanja agresije, Bosna i Hercegovina i dalje nastavlja sa borbom za suverenitet i slobode, među kojima je i sloboda medija. Završetak rata označio je početak kraja bezakonju, odnosno, postepeno vraćanje na teren normiranja u oblasti novinarstva. Potpisivanjem Općeg okvirnog sporazuma za mir,

⁷⁶ Grbo, Amila, „Mediji i demokratizacija društva“, Fakultet političkih nauka, Sarajevo, 2009, str. 136.

stvorena je najviša zakonska osnova za uređivanje, između ostalog, i oblasti novinarstva. U Ankesu III. član 1., iako diskretno, stoji naznaka obaveznog osiguranja slobode izražavanja i štampe. Upravo ove slobode predstavljaju nužne uvjete demokracije koji se podrazumijevaju u razvijenim demokratskim državama.⁷⁷

Nakon stjecanja nezavisnost, Bosna i Hercegovina preuzima Zakon o javnom informisanju iz 1990. godine, Zakon po kojem su se profilirali i djelovali novinari i mediji komunističke Jugoslavije. Nešto kasnije, Bosna i Hercegovina će dobiti set zakona kojima se regulira rad medija. Set zakona koji pored sutava predstavlja nužan osnov za odgovorno demokratsko komuniciranje i ostvarivanje osnovnih ljudskih prava i sloboda čine sljedeći zakoni: 1. Zakon o slobodi pristupa informacijama, 2. Zakon o javnom RTV servisu, 3. Zakon o radio-televiziji, 4. Zakon o telekomunikacijama, 5. Zakon o autorskom pravu i srodnim pravima, i 6. Zakon o zaštiti od klevete.⁷⁸

Postojanje zakona i institucija koje se bave zakonskom kontrolom medija je jako bitno, jer se na taj način štite prave i javnosti i novinara, a osigurava (bar u teoriji) tačnu, provjerenu i blagovremenu informaciju. Stoga, moram spomenuti dva bitna (samo)regulatorna tijela koja djeluju u Bosni i Hercegovini. To su Regulatorna agencija za komunikacije (RAK/CRA) i Vijeće za štampu.

Regulatorna agencija za komunikacije je nezavisna državna institucija, jedina nadležna za regulisanje polja telekomunikacija i elektronskih medija na cijeloj teritoriji Bosne i Hercegovine. Ova agencija prati funkciju emitiranja, primjenu pravila emitiranja i nastupa kao predlagatelj promjene, te obavlja rješavanje i sancioniranje eventualnih kršenja pravila.⁷⁹

Značajna organizacija u bosanskohercegovačkom novinarstvu je Vijeće za štampu. Riječ je o samoregulatornoj organizaciji. Vijeće je dobrovoljna organizacija koju čine sva legalna novinarska udruženja. Formirano je iz potrebe provjere poštivanja usvojenog Kodeksa za štampu.⁸⁰

Iako je medijska scena u Bosni i Hercegovini veoma kompleksna, navedene institucije i zakoni bar djelimično uspijevaju kontrolirati rad medija i djelovati u situacijama kada se ne poštuju pravila novinarske profesije.

⁷⁷ Grbo, Amila, "Mediji i demokratizacija društva", Fakultet političkih nauka, Sarajevo, 2009. str.:133. i 136.

⁷⁸ Isto, str. 145.

⁷⁹ Isto, str. 179.

⁸⁰ Isto, str. 183.

8.1. Javni RTV sistem

Bitan dio medijskog sistem svake države jeste Javni RTV sistem, što predstavlja složeni naziv za državno-entitetske televizije (jedna država, dvije entitetske televizije i tri radija). Javne televizije u Evropi garantuju formiranje javnog mnijenja o svim važnijim dijelovima društva, što znači da će javna televizija proizvoditi dječiji, obrazovni, znanstveni, dokumentarni, dramski i kulturni program. Također, javna televizija je obavezna prenositi najznačajnije političke događaje, zasjedanja parlamenta i emitirati politički uravnotežene dnevne informativne emisije i voditi javne rasprave o ključnim pitanjima u državi i koja će prenositi sportske događaje od općeg interesa. Bosna i Hercegovina ima definisan Zakon o Javnom RTV servisu, a on je obavezan ispoštovati četiri uvjeta: stabilnost, nezavisnost, proporcionalnost i transparentnost.⁸¹

Televizije koje čine Javni RTV sistem Bosne i Hercegovine, BHRT i Federalna televizija susreću se sa brojnim problemima i preprekama u stvaranju i emitiranju programa. Rijetko koji medij se može pohvaliti statusom slobodnog i nezavisnog medija, pa tako ne možemo govoriti o potpunoj nezavisnosti, proporcionalnosti i transparentnosti Javnog sistema naše države. Ipak, obje televizije nastoje očuvati bosanski karakter i pripadaju grupi probosanskih medija. Javni emiteri su od iznimne važnosti za bosanskohercegovačku javnost jer je to adresa na kojoj se još uvijek mogu pronaći kvalitetne informacije u vrijeme brzih i površnih medija. Uz to, standard javnog servisa je profesionalizam i temeljno novinarstvo i to je ključna razlika u odnosu na komercijalne medije. Za Javni servis je osnova djelovanja javni interes, dok je kod komercijalnih medija sve svedeno na profit.

Ono što najviše ometa rad Javnog servisa u Bosni i Hercegovini su politički pritisci. Nezavisan Javni servis nije poželjan kod vladajućih političkih elita, jer one najčešće ne žele pluralizam i slobodno tržište političkih ideja u medijima.

Današnji Javni RTV servis Bosne i Hercegovine se sastoji od probosanskih medija u Federaciji i prosrpskih medija u Republici Srpskoj. Godinama se razgovara o osnivanju i trećeg – hrvatskog kanala, ali to se još uvijek nije realiziralo. Neki od razloga protiv uspostavljanja hrvatskog kanala su:

⁸¹ Fejzić-Čengić, Fahira, „Medijska kultura u Bosni i Hercegovini“, Connectum, Sarajevo, 2009. str. 213. i 215.

- Nedostaci u Zakonu o javnom RTV servisu, kao i poteškoće u opsluživanju postojećih kanala, koji još uvijek nisu korporativno ustrojani,
- Brojni neriješeni međusobni i interni problemi postojećih kanala, posebno finansijski problemi (plaćanje RTV takse još uvijek nije pravilno definisano, niti građanima prihvatljivo),
- Nedostatak prostora, loša i zastarjela tehnička oprema,
- I na koncu, nezadovoljstvo javnosti programskim shemama i kvalitetom usluga općenito. Građani smatraju da se već previše obrađuju iste teme, isti sadržaji, informativne emisije u istim terminima i shodno tome, često se doima da bi i samo jedan kanal bio sasvim dovoljan. Dakle, treći kanal bio bi nepotreban i vjerovatno bi još više uzdrmao javni servis, koji se ionako nalazi u teškoj situaciji.⁸²

Istina, Hrvati su već imali formiranu televiziju, ali su je iz nekog razloga ugasili. Gašenju te televizije nisu pridonijeli ni Srbi, ni Bošnjaci, sami su je ugasili. Da li je razlog gašenja, istovremeno i zahtijevanja hrvatske televizije u sklopu Javnog RTV servisa isti, tj. nemogućnost finansijskog održavanja televizije, koje bi bilo olakšano kada bi bila umrežena u Javni servis, pokazat će višegodišnja borba Hrvata za svoj kanal ukoliko to dozvole zakoni, politike i građani.

Radio-televizija Republike Srpske djeluje iz Banja Luke i na osnovu sadržaja koji nudi, jasno je da televizije djeluje više kao produžena ruka najjače srpske stranke u Bosni i Hercegovini - SNSD negoli kao medij. RTRS je glasilo osnivača SNSD-a, Milorada Dodika. Ova antibosanska televizija je recidiv velikosrpske propagande, koja je vremenom sve jača i rasprostranjenija. Nažalost, Dejtonskim sporazumom je odobreno postojanje televizije koja je nastala na osnovama srpske mržnje i želje za podjelom Bosne i Hercegovine i uništenja Bošnjaka. Tako je paradržavni komunikacijski sistem postao legalan. RTRS negira sve što je bosansko, te i dalje nastavlja sa govorom o ugroženosti Srba u Bosni i Hercegovini. Svoj program zasniva isključivo na događajima iz Republike Srpske, susjedne Srbije, a ukoliko izvještava o nekom događaju iz Federacije Bosne i Hercegovine, onda taj izvještaj prolazi proces „prilagođavanja“ istine. Ono po čemu je Radio-televizija Republike Srpske karakteristična, jeste veličanje Republike Srpske i Srbije, negiranje Bosne i Hercegovine i stvaranje kulta ličnosti – Milorada Dodika. Osim toga, RTRS je jedna od rijetkih televizija koja ne obilježava 11. juli – Dan žalosti, dan genocida u Srebrenici.

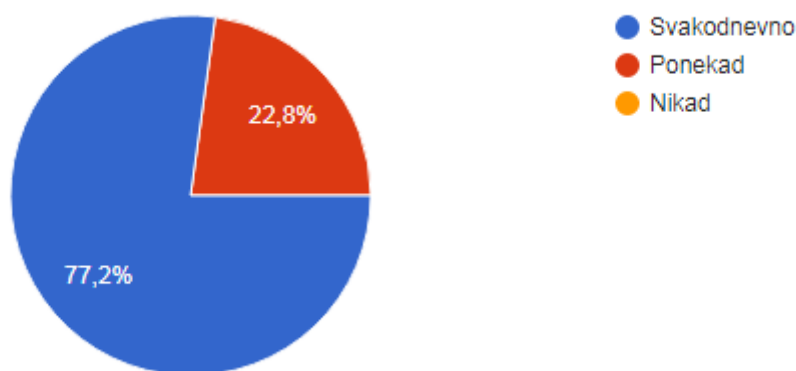
⁸² <https://www.media.ba/bs/magazin-medijska-politika-regulativa/za-i-protiv-kanala-na-hrvatskom-jeziku>, pristupljeno 23.10.2019.

Javni RTV servis bi morao u budućnosti napredovati, razvijati se u svim sferama. Građani žele kvalitetniji sadržaj, poboljšanje medijske kulture i nezavisnost. RTV servis mora iznaći rješenje za brojne političke pritiske i raditi samo za javni interes. Rekla bih da Javni servis još uvijek ima povjerenje javnosti, što treba iskoristiti kao razlog za jačanje ovog bitnog elementa medijske slike jedne države. Brojne probleme bi sigurno riješila redovno plaćana RTV taksa, a da bi to bilo moguće, rukovodstvo RTV servisa, kao i svi koji su nadležni za ovo pitanje, moraju definisati način na koji će moći uspješno naplaćivati RTV taksu. Što se tiče orijentacije javnih emitera, rekla bih da je ona neutralna ka probosanskom, jer BHRT i FTV još uvijek barem djelimično u svom programu imaju nešto probosansko.

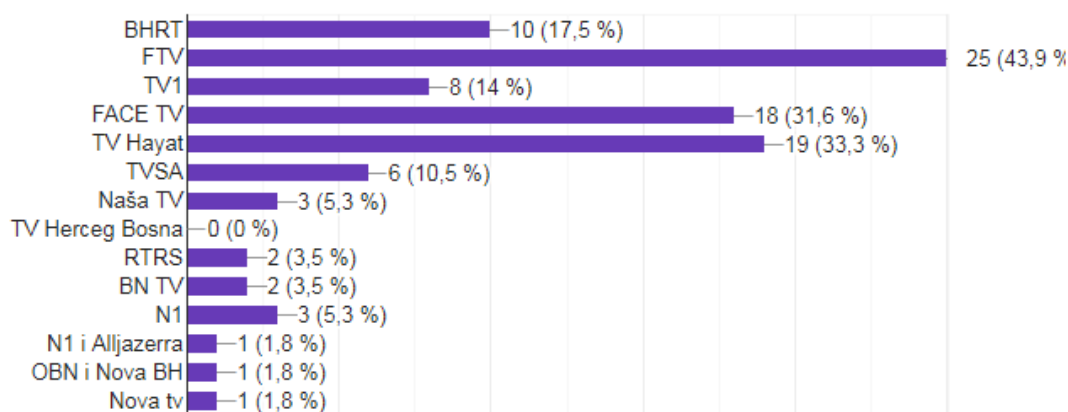
8.2. Anketa: Mišljenje građana Bosne i Hercegovine o djelovanju bh. medija

Kao što sam navela na početku rada u medološkom pristupu, da bih upotpunila istraživanje medija u Bosni i Hercegovini, koristila sam anketu. Ona se sastoji od petnaest pitanja čiji je cilj saznati mišljenje bosanskohercegovačke javnosti o djelovanju medija u Bosni i Hercegovini. Broj ispitanika je šezdeset i četiri. Anketa predstavlja navike i stavove javnosti o bosanskohercegovačkoj medijskoj sceni. U nastavku slijedi analiza odgovora.

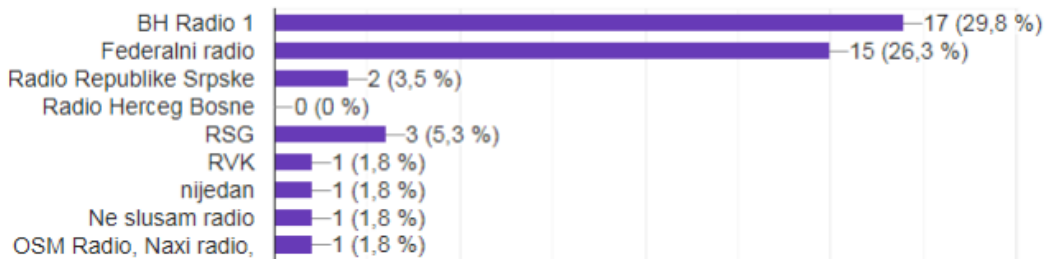
Na postavljeno pitanje „Koliko često pratite medije?“ 77,2 % ispitanika je odgovorilo da svakodnevno prati medijske sadržaje. Preostalih 22,8% ispitanika tek ponekad prati medije.



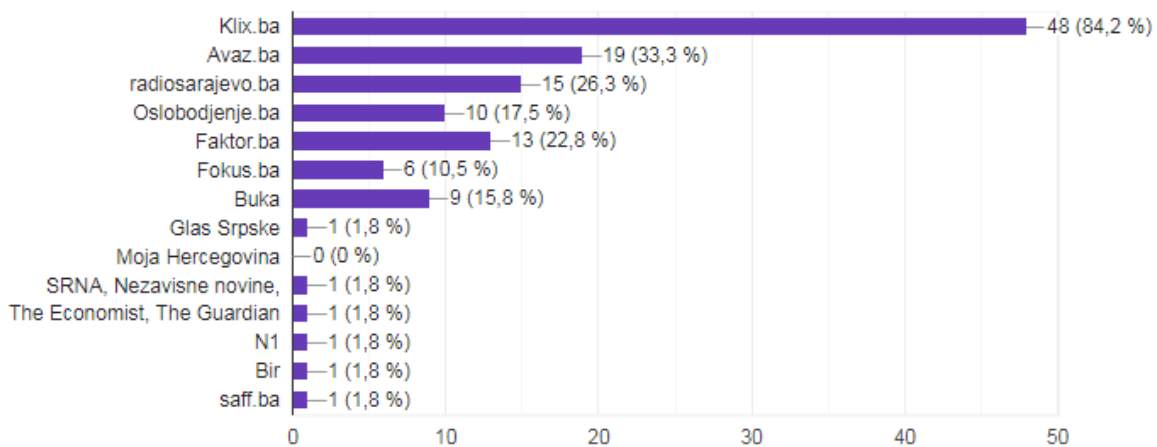
Cilj provođenja ankete bio je i saznati koje medije bosanskohercegovačka javnost najčešće bira kao izvor informacija. Anketa je pokazala da najveći broj ispitanika, tačnije, njih 43,9 % najčešće gleda Televiziju Federacije Bosne i Hercegovine (FTV). Odmah iza FTV-a, slijedi TV Hayat koju prati 33,3 % ispitanika, zatim Face TV 31,6 %. Nešto manje ispitanika najčešće bira BHRT – 17,5 %, zatim TV1 14 % i TVSA – 10,5 %.



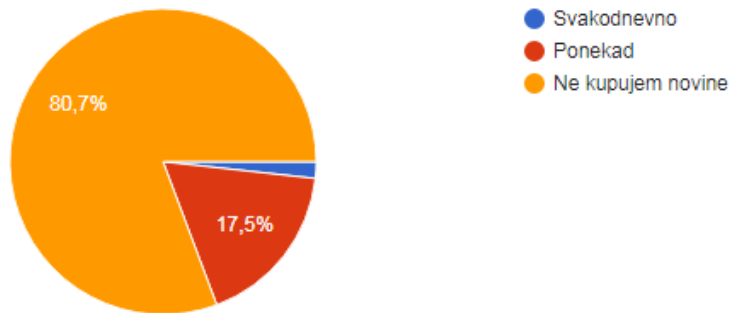
Kada je riječ o radiju, najčešće se sluša BH Radio 1 – 29,8 %, dok 26,3 % ispitanika najčešće sluša Federalni radio. Radio Republike Srpske je najrijeđe birana opcija (3,5 %), čemu je sigurno doprinijela činjenica da su ispitanici većinom iz dijela Federacije Bosne i Hercegovine.



Portal Klix.ba važi za najposjećeniji internet medij u Bosni i Hercegovini, što potvrđuje i ova anketa. Od ukupnog broja ispitanika, većina ili 84,2 % najčešće prati portal Klix.ba. Portal Avaz.ba prati 33,3 %, a portal Radiosarajevo.ba 26,3 % ispitanika. Iako je u vrijeme printanih medija list Oslobođenje imao titulu najčitanijeg dnevnog lista, danas portal Oslobođenje.ba prati 17,5 % ispitanika.

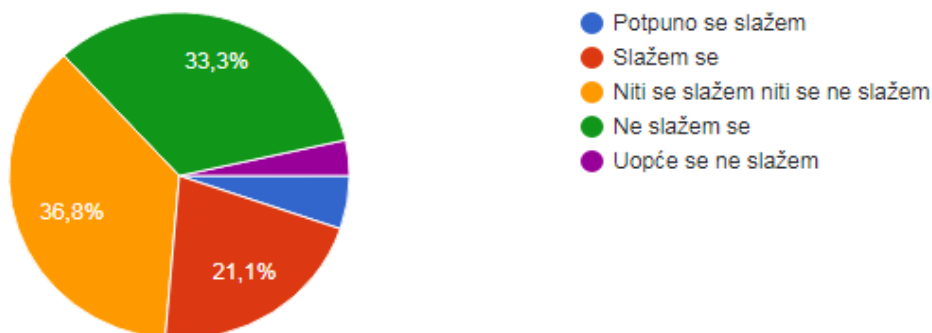


Online mediji su u moderno doba najpopularniji mediji u društvu. Iako nijedan medij svojom pojavom nije potpuno uništio prethodni medij, pa tako ni Internet, odnosno, online mediji nisu „sahranili“ printane, audio i audiovizuelne medije, ali su ih, ipak, učinili medijima drugog reda. Zbog toga se drastično smanjila prodaja novina, a neke su se u potpunosti transformirale u online svijet, odnosno, portale. Imajući to u vidu, ne iznenađuje podatak da čak 80,7 % ispitanika više ne kupuje novine. Njih 17,5 % ponekad kupuje novine, dok samo 1,8 % kupuje svakodnevno.

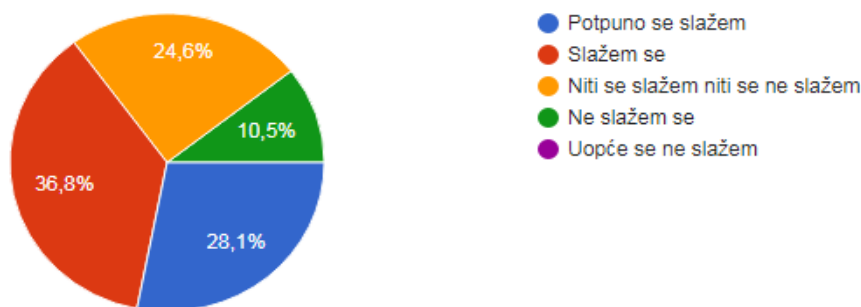


Ukoliko kupuju novine, ispitanici najčešće kupuju: Oslobođenje i Dnevni avaz.

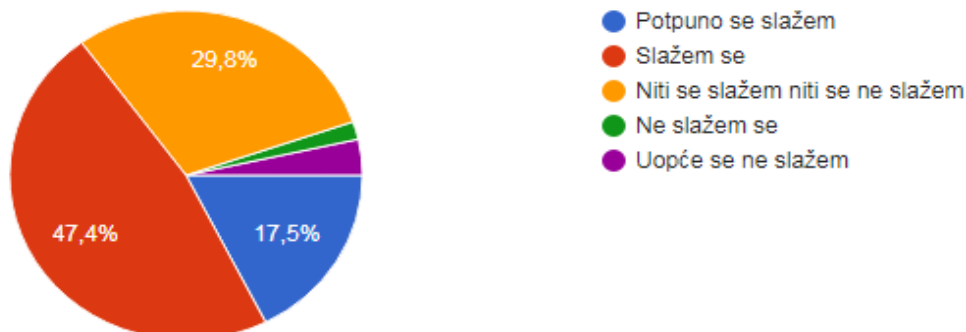
Znajući da mediji imaju veliku moć u nametanju javnosti određenih stavova, željela sam provjeriti koliko je javnost u Bosni i Hercegovini podložna mijenjanu mišljenja uslijed medijske manipulacije i sličnih medijskih aktivnosti. Sa konstatacijom „Mediji bitno utječu na Vaš stav o nekoj pojavi/osobi/događaju“, najviše ispitanika (36,8 %) je odabralo odgovor „Niti se slažem, niti se ne slažem“. Sa navedenom konstatacijom ne slaže se 33,3 % ispitanika, dok se 21,1 % slaže, a 5,3 % ispitanika se potpuno slaže i potpuno ne slaže s tim da mediji bitno utječu na stav o nekoj pojavi/osobi/događaju.



Na početku rada sam objasnila karakteristike medijske scene u Bosni i Hercegovini, tačnije, njenu podjeljenost na tri dijela: bošnjačku, srpsku i hrvatsku. Ispitanici su svojim odgovorima potvrdili da je iscjepkanost medijskog sistema primjetna. Sa ovom podjelom slaže se 36,8 % ispitanika, a zatim slijedi: potpuno se slažem – 28,1 %, niti se slažem niti se ne slažem – 24,6 %, ne slažem se 10,5 %.

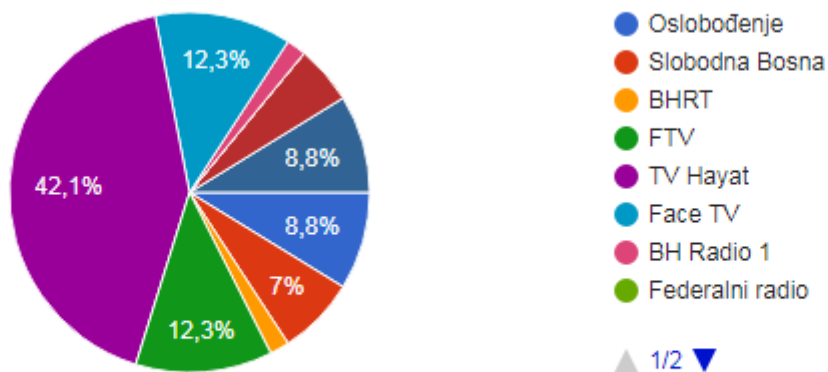


S obzirom na to da su u središtu ovog istraživanja probosanski i antibosanski mediji, uz pomoć anketnog upitnika željela sam provjeriti koliko bosanskohercegovačka javnost prepoznaje i razlikuje probosanske i antibosanske medije. Pa tako u anketi slijede pitanja: „U Bosni i Hercegovini postoje probosanski mediji (mediji koji nastoje očuvati bosanskohercegovačku zasebitost, autentičnost i samosvojnost): Potpuno se slažem – 17,5 %; slažem se – 47,4 %; niti se slažem niti se ne slažem – 29,8 %; ne slažem se – 1,8 % i uopće se ne slažem – 3,5 %.

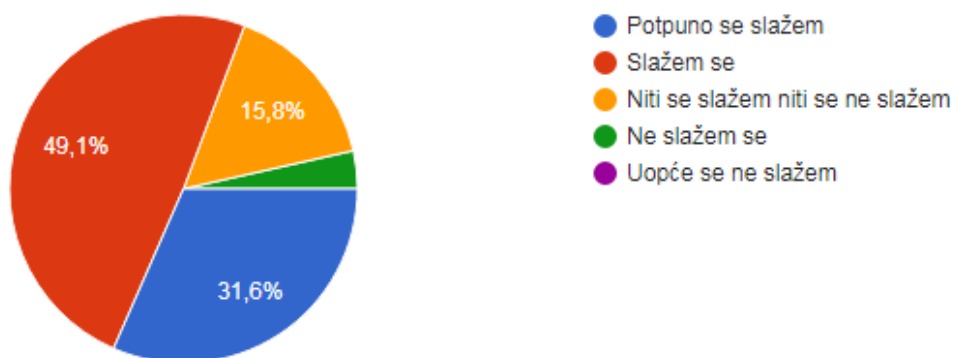


Sljedeće pitanje je glasilo: „Koji medij je najviše probosanski orijentiran?“ Ispitanicima sam ponudila deset različitih medija za koje sam smatrala da već imaju barem djelimično predznak „probosanski“ i sa ovim pitanjem sam to htjela potvrditi. Ponuđeni mediji su: Oslobođenje, Slobodna Bosna, BHRT, FTV, TV Hayat, Face TV, BH Radio 1, Federalni radio, Klix.ba i Avaz.ba. Najviše ispitanika, njih 42,1 % prefiks „probosanski“ dodjeljuje televiziji Hayat. Zatim slijedi FTV i Face TV sa istim postotkom od 12,3 %. Isti broj odgovora dijele i

Oslobođenje i Avaz.ba – 8,8 %. Slobodna Bosna izbor je 7 % ispitanih, Klix.a 5,3, te BHRT i BH Radio 1 tek 1,8 %.

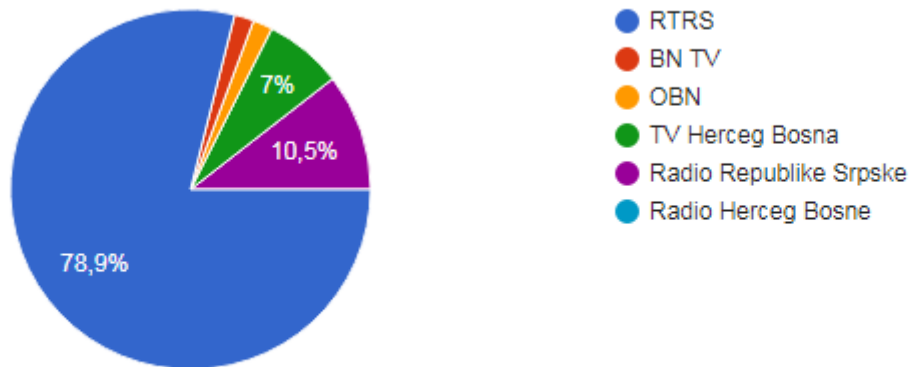


U Bosni i Hercegovini postoje antibosanski mediji (mediji koji se suprotstavljaju bosanskohercegovačkoj zasebitosti i autentičnosti). Sa ovom konstatacijom slaže se 49,1 % ispitanih. Zatim slijedi: Potpuno se slažem – 31,6 %, niti se slažem niti se ne slažem – 15,8 % i ne slažem se – 3,5%.



Pored probosanskih medija, cilj mi je bio odrediti i antibosanske medije, pa je tako uslijedilo pitanje: „Koji medij je najviše antibosanski orijentiran?“ U ponuđenim odgovorima, navela sam sljedeće medije: RTRS, BN TV, OBN (iako se nalazi u Federaciji Bosne i Hercegovine i važi za bosanskohercegovačku televiziju, ipak je svrstavam u red antibosanskih medija, a razlog je emitovanje sadržaja srpskih televizija), TV Herceg Bosna, Radio Republike Srpske i

Radio Herceg Bosne. Odgovori su pokazali da većina smatra da je RTRS antibosanska televizija. Zatim, Radio Republike Srpske – 10,5 %, TV Herceg Bosna – 7%, i na kraju OBN i TV BN isti postotak – 1,8 %.



Na kraju ankete postavila sam pitanje otvorenog tipa. Pitanje je glasilo: „Vaš osvrt na djelovanje medija u Bosni i Hercegovini“. Odgovori se razlikuju, ali preovladava negativno mišljenje o djelovanju medija u Bosni i Hercegovini. Izdvojit ću nekoliko sličnih odgovora koji se ponavljaju.

- „Mediji često ne poštuju etičke kodekse po kojima bi trebali djelovati i uz to pod velikim su pritiskom vladajućih struktura vlasti.“
- „Previše su pod pritiskom politike.“
- „Često su u službi politike, prisutna autocenzura.“
- „Mediji itekako utječu na bosanskohercegovačko društvo, kako pozitivno tako i negativno. Sami mediji moraju da poprave stanje unutar njih da bi mogli na kvalitetan način da utiču na stanje u državi. Nažalost, mediji u Bosni i Hercegovini imaju velikih problema i to itekako utiče na javno mnijenje.“
- „Mediji su najčešće sredstvo kojim političari pokušavaju ostvariti vlastite ciljeve; upravljanje masama i oblikovanje svijesti građana na određeni način, kako bi dobili (ili ne) podršku za određene postupke. Mediji koji su više nezavisni od političke vladajuće elite pokušavaju osvojiti podršku i kritične mase građana uvijek aktuelnim temama te dizanjem među-nacionalnih tenzija.“

- „Za medije u Bosni i Hercegovini je karakterističan manjak profesionalizma, stalno spinovanje i nedostatak medijske kulture.“
- „Mediji u Bosni i Hercegovini, prije svega djeluju u cilju ostvarivanja interesa onih koji ih finansiraju dok je pravovremena i prije svega tačna informacija stavljena u drugi plan. Samim tim, dominiraju senzacionalizam, površnost i sve manja povezanost sa ljudima. Što se tiče djelovanja u smislu promoviranja bh. autentičnosti mislim da je ona prisutna još samo kroz radio i u manjoj mjeri u novinama. Portali i televizije, nažalost, pored svih mogućnosti, nisu orijentirani u tom pravcu u kojem bi trebali biti.“
- „Mediji u Bosni i Hercegovini drže potpunu kontrolu informacija, manipulišu građanima Bosne i Hercegovine plaćeni od strane vladajućih političkih elita kako bi održali „u životu“ nacionalizam između naroda koji žive u ovoj državi.“
- „U bosanskohercegovačkim medijima politika ima glavnu ulogu.“
- „Mediji često serviraju neprovjerene informacije, pristrasni su, a najgore je to što djeluju pod utjecajem vladajućih elita. Svakako, novi, brzi mediji imaju i određene prednosti, poput brzog i jednostavnog dolaska do informacija, zahvaljujući kojima imamo uvid u dešavanja kako u državi, tako i u svijetu.“
- „Vrlo često su pristrasni i kompromitovani vezama sa političkim strankama. Istovremeno postaju sve više senzacionalistički i okreću se ka temama koje donose „preglede“ ili „klikove“. O mnogim temama se izvještava isključivo negativno ili neutralno, a pozitivni aspekti se izostavljaju (nisu zanimljivi jer ne izazivaju jednaku reakciju kao negativne vijesti). Nema dovoljno istraživačkog novinarstva.“

Iz navedenih odgovora možemo zaključiti da javnost nema pozitivno mišljenje o medijima. Nezadovoljni su njihovim djelovanjem i primjećuju njihove nedostatke. Najčešće se ponovila veza između politike i medija, koju istovremeno ispitanici smatraju glavnim krivcem za neobjektivnost i neprofesionalizam medija u Bosni i Hercegovini. Iako sam se u ovom istraživanju fokusirala na podijeljenost medija na probosanske i antibosanske, nakon ankete, moram naglasiti da pored spomenute podjele, još problematičnija i pogubnija pojava jeste upravo (ne)postojanje profesionalnog, temeljnog, istraživačkog novinarstva.

Na osnovu mišljenja ispitanih o djelovanju medija u Bosni i Hercegovini, dolazim do zaključka da bosanskohercegovačka javnost nema povjerenja u medije. Oni koji su učestvovali u provođenju ankete svjesni su važne uloge medija u svakom, pa tako i

bosanskohercegovačkom društvu, ali pored osnovnih funkcija medija, nažalost, u Bosni i Hercegovini mediji još uvijek unose nemire među narodima Bosne i Hercegovine.

9. Pojava tabloidnih medija u Bosni i Hercegovini

Klasična pitanja o odnosu medija i društva, društvenoj ulozi medija i tomu slično bivaju uvijek nanovo reaktualizirana nakon uspostavljanja novih političkih, gospodarskih, socijalnih i kulturalnih konteksta i odnosa moći. Tranzicijski, društveno-politički preustroj nosi sa sobom jednu ključnu stranu ovog modela. Njega čine kompleksna i heterogena, ali prepoznatljiva, forma preobrazbe društva u tržište, građanina u potrošača, javnog u privatno, informativno-obrazovnog u komercijalno.

Model komercijalnih medija je vođen finansijsko-profitnim interesima vlasnika medija, sferu medijski posredovane i konstrirane stvarnosti poima kao tržišni prostor, a u medijskim publikama primarno vidi potencijalne potrošače čiju pažnju želi privući marketinškoreklamnim mehanizmima. Za nove medije karakteristična su dva termina: *infotainment* – složenica koja spaja termine informacija i zabava. Ona objašnjava fenomen ozbiljne informacije posredovane na zabavav način. I *infomercial* što označava spoj informacije i komercijale, stvaranje informacije prijemčive za komercijalni interes, a to vodi do toga da medijski sadržaj i društveno relevantne informacije postaju rubni okvir za reklamno oglašavanje.⁸³ Riječ je o pojavi tzv. „nove moći“ koju stvaraju uobičajeni društveni odnosi i mediji koji postaju važan društveni činilac. Novi mediji stvaraju i novu publiku koja ne rezonira, nema ozbiljnije refleksije, nema poticajne reakcije građanina koji želi biti obaviješten, razumjeti svijet oko sebe i reagirati kao aktivno građansko biće. U novoj kontruiranoj stvarnosti vlasnike korporacija i vlasnike medija ne zanima građanin već izvor profita. Građanin je komercijalna kategorija, a javnost je tržišni prostor za oglašavanje i konzumaciju proizvedenih roba.

Kao posljedicu novih medija i nove publike imamo dva trenda: trend društvene spektakularizacije koji označava pretvaranje svega teškog i ozbiljnogm zbiljskog i uistinu vrijednog u spektakl, što kulturni, što politički, što medijski. Drugi trend je trend privida dezideologizacije što znači da naizgled u masmedijskim porukama nema ničeg teškog i

⁸³ Fejzić-Čengić, Fahira, „Hrestomatija tekstova za predmet Printano novinarstvo“, Fakultet političkih nauka, Sarajevo.

ozbiljnog, te se nova ideologija plasira kao nešto lahko, zabavno, trivijalno, a jako djelotvorno.⁸⁴

Za moderno doba ili doba medijske i kulturalne globalizacije, karakteristična je pojava kulture slavnih, nedostatak kvalitetnog novinarstva- istraživačkog novinarstva, te preovladavanje senzacionalizma i žute štampe.

Žuto novinarstvo je oblik novinarstva koji karakterizira nastojanje da se publici umjesto detaljnih i objektivnih daju atraktivne informacije, odnosno, da se ona privuče senzacionalističkim naslovcima, grafičkom opremom ili sadržajima koji podilaze najnižem ukusu ili predrasudama publike. Ova vrsta novinarstva se u pravilu koristi kao pežorativni izraz kojim se opisuju novinari i mediji koji ne dogovaraju standardima „pravog“ novinarstva. Prvi žuti list u Bosni i Hercegovini bio je sarajevski „As“. Imao je veliki tiraž i sve karakteristike žute štampe: veliki naslovi s malo teksta, do lakih sadržaja koji su se „gutali“ u to vrijeme.⁸⁵

Danas, termin „žuta štampa“ toliko je prisutan kod nas, ali i u svijetu, da je korespondentan gotovo svim medijima u svijetu, te svim medijskim žanrovima. Žuti sadržaji posebno su izraženi u kriznim vremenima, u periodima ratnih, postratnih društvenih depresija i širi se poput zaraze na sve novinarske izraze.⁸⁶ U Bosni i Hercegovini „žutilo“ se uvuklo u sve medije, od dnevnih listova, do javnog servisa. Postratni period je obilježila tabloidizacija gotovo svih medija u Bosni i Hercegovini.

Pojavom interneta i internet portala, žuto novinarstvo doživljava svoj vrhunac. Brojni portali svoj sadržaj baziraju isključivo na senzaciji i spektaklu. Među prvim portalima ovog tipa je portal „Ekskluziva.ba“. Od osnivanja ovaj portal se bavi prezentacijom noćnog života u Sarajevu. Tako možemo svakodnevno vidjeti fotografije iz sarajevskih klubova ili dnevne fotografije sa najprometnijih ulica u Sarajevu. Pored navedenih fotografija, uglavnom ni nema teksta, osim informacije kada i gdje su snimljene fotografije. Pored brojnih fotografija nepoznatih ljudi, ovaj portal nudi i tekstove sa senzacionalističkim naslovima kao što su: „Čistila je ormar i nećete vjerovati šta je našla...“, „ U kući su godinama skrivali ovo...“, „Nećete vjerovati što se dogodilo...“ i sl. To su *clickbait* naslovi čiji je cilj što veći broj klikova, a senzacionalistički naslovi najčešće navedu čitaocima na taj traženi klik.

⁸⁴ Fejzić-Čengić, Fahira, „Nelagode s medijima“, Dobra knjiga, Sarajevo, 2016. Str. 17. I 18.

⁸⁵ Cerović, Esad, „Mediji između tradicije i interneta“, Amos Graf, Sarajevo, 2017., str. 13. I 14.

⁸⁶ Fejzić-Čengić, Fahira, „Medijska kultura u Bosni i Hercegovini“, Connectum, Sarajevo, 2009., str. 149.

S obzirom na to da su online mediji smanjili tiraže printanih medija, skoro svi printani mediji dobili su i svoje online izdanje. S tim dolazi i promjena karaktera medija. Tako imamo primjere gdje nekada prestižni dnevni listovi, predstavnici temeljnog novinarstva, u svom online izdanju, vođeni pravilima online svijeta, nude i senzacionalizam. Primjeri u Bosni i Hercegovini su dnevni listovi „Oslobođenje“ i „Dnevni avaz“. Prelaskom na online izdanje, sve više na „stranicama“ ovih medija možemo naći žutih, lakih, često i nepotrebnih tekstova.

Primjeri:



Slika 1. Portal „aura.ba“



Slika 2. Portal „senzacija.ba“



Slika 3. Portal „ekpress.ba



Slika 4. Portal „oslobodjenje.ba“



Slika 5. Portal „aura.ba“



Slika 6. Portal „avaz.ba“

Navedeni primjeri pokazuju ono što najčešće možemo vidjeti na različitim portalima. Postoje portali koji su namijenjeni isključivo za zabavu i oni kojima je informisanje javnosti na prvom mjestu. Međutim, ono što je specifično za online medije jeste činjenica da i zabavni, ali i oni koji to nisu u osnovi, nazovimo ih „ozbiljniji“ portali plasiraju određeni postotak lakog sadržaja. Smatram da je prihvatljivo, čak i poželjno da mediji imaju i zabavni sadržaj, ali tek onda kada su obavili svoju primarnu funkciju, funkciju informiranja i educiranja javnosti.

Samo u tom slučaju, zabavni sadržaj može imati pozitivnu ulogu. Kreiranjem i prenošenjem senzacionalističkih priča sa još više „senzacionaliziranim“ naslovima gubi se prvobitna uloga medija u društvu, ili još pogubnije, postaje jednim od razloga nezainteresovanosti, neupućenosti i poluobrazovanosti društva.

U Bosni i Hercegovini „ničé“ sve više portala koji se bave kućama i ormarima estradnih ličnosti, tračevima, spletkama i erotikom. Sistem informisanja se pretvara u smetljiške medijskog otpada s ponekim izuzecima koji još uvijek pokušavaju ostati na putu pravog i kvalitetnog novinarstva.

10. Zaključna razmatranja

U okviru naučno-istraživačkog rada pod nazivom „Djelovanje medija u Bosni i Hercegovini od 1992. do 2018. godine“ prikazana je medijska slika Bosne i Hercegovine. Period istraživanja je dug i kompleksan. U proteklih dvadeset i šest godina Bosna i Hercegovina, pa tako i bosanskohercegovački mediji pretrpjeli su velike promjene, počevši od stjecanja nezavisnosti, agresije, pa do postdejtonske Bosne i Hercegovine.

Na početku agresije na našu državu, prva žrtva bili su upravo mediji. Agresor je uništio skoro potpuno medijski sistem informisanja Bosne i Hercegovine, a na scenu su stupili paralelni sistemi informisanja vođeni iz centara velikosrpske i velikohrvatske propagande, Beograda i Zagreba. U teškim uslovima ratnih dejstava, kao i podjela između novinara u medijima, brojni novinari odlaze iz redakcija zbog želje i potrebe da budu dio „svoje“ strane. Svakako, bilo je i onih novinara koji su uvijek bili i ostali samo novinari koji su željeli časno i profesionalno obavljati svoj posao, nacionalizam ih nije zanimalo, pa su tako bez obzira na vjeru i naciju ostali dio (pro)bosanskih medija.

Pojavom paralelnih sistema informisanja devedesetih godina, mediji se dijele na probosanske i antibosanske. Prvima je bio cilj sačuvati, a drugima rušiti Bosnu i Hercegovinu. Okončanjem rata, potpisivanjem Dejtonskog mirovnog sporazuma, paralelni sistemi informisanja na području Bosne i Hercegovine postali su legalni. Dakle, medijska propaganda i kontrapropaganda nikada nisu prestale. S tim je potvrđena generalna hipoteza s početka istraživanja. Podsjećam, ona glasi: „Djelovanje medija u Bosni i Hercegovini od 1992. do 2018. godine bilo je različito: od probosanskog do antibosanskog.“

To je sudbina ove države, podijeljenost na koju rijetko ko gleda kao bogatstvo i nešto što bi se moglo usmjeriti ka općem dobru. Također, ne prestaje ni konstantna borba između konstitutivnih naroda za prevlast, zbog toga što i dalje vlada međusobna „ugroženost“. Zbog toga značajnu ulogu imaju probosanski mediji. Kao što su za vrijeme agresije učestvovali u odbrani države od neprijatelja, tako i u miru, trebali bi biti usmjereni ka Bosni i Hercegovini, njenoj tradiciji, narodima, kulturi itd. Iako se o tome ne govori u javnosti, smatram da je svakoj državi, pa tako i Bosni i Hercegovini neophodan medij koji će se fokusirati na očuvanje države. Naravno, to ne znači da je takav medij – probosanski medij pristrasan, nekvalitetan i baziran na propagandi ili senzacionalizmu. Probosanski medij može ispoštovati sve zahtjeve i pravila koja profesija traži, ali da uz to ima i probosansku ulogu, jer podijeljena

bosanskohercegovačka medijska scena to i zahtijeva. S obzirom na to da Bosnu i Hercegovinu čine i oni koji je negiraju i koji je još uvijek žele podijeliti, onda se mora upravo kroz probosanske medije razvijati kultura sjećanja. Nažalost, u bliskoj prošlosti imamo mnogobrojne datume koji su označili najteže dane u historiji Bosne i Hercegovine. Sve ratne zločine i njihove počinitelje, kao i njihove žrtve moramo sačuvati od zaborava. U okviru osnovnog i srednjoškolskog obrazovanja u Bosni i Hercegovini, u literaturi za predmet Historije, uglavnom je izostavljen period agresije na Bosnu i Hercegovinu, pa je tako ključna uloga u kulturi sjećanja pripala medijima. Iz tog razloga mediji moraju više vremena i prostora odvojiti za ovakve teme.

Mediji u Bosni i Hercegovini još uvijek čuvaju od zaborava genocid u Srebrenici, opsadu Sarajeva, obilježavaju dan nestalih i sl. To najčešće čine cjelodnevnim specijalnim programom. Pored obilježavanja dana žalosti i sjećanja, mediji bi u toku godine trebali posvetiti pažnju životnim pričama povratnika, a koje su često pozitivne i dobar primjer suživota različitih. Takvih priča nedostaje u bosanskohercegovačkim medijima.

Jedan od primjera pozitivnog probosanskog djelovanja medija jesu državni praznici. Tim povodom mediji su dužni podsjetiti građane Bosne i Hercegovine na važnost dana nezavisnosti ili državnosti. U posljednjih nekoliko godina televizija Hayat se posebno ističe na ove datume i emituje cjelodnevni specijalni program, koji je zaista usmjeren ka svim ljepotama, posebnosti i važnosti naše države i budi osjećaj ponosa i sreće kod njenih građana.

S druge strane, antibosanski mediji koji su neizostavan dio bosanskohercegovačke medijske scene, ne poštuju ni dane žalosti, ali ni dane državnosti i nezavisnosti. Oni su i dalje okrenuti ka Beogradu i Zagrebu, odnosno, Banja Luci i Mostaru. Na prvom mjestu su im interesi Srbije i Hrvatske i to se ne mijenja. Iako demokratizacija medija podrazumijeva udaljavanje od negativnih sadržaja, antibosanski mediji su i dalje fokusirani na, uglavnom, negativne sadržaje. Zapravo, prijeratna i ratna velikosrpska i velikohrvatska propaganda još uvijek ima recidive u bosanskohercegovačkim medijima.

Demokratizacija medija treba omogućiti svakom narodu i pojedincu da baštini svoj identitet, ali bez ugrožavanja identiteta drugog. Bosna i Hercegovina je multikulturalna država i kao takva se treba tretirati u medijima – dovoljno prostora za svaku kulturu bez međusobnog minimiziranja.

Bosanskohercegovački mediji u moderno doba čine završnicu ovog istraživanja. Novi online mediji su mnogobrojni i svakodnevno se osnivaju novi. Masovnost je uzrokovala nedostatak profesionalnog novinarstva i kvalitetnog medijskog sadržaja. Njihov rad se bazira na brzini objavljivanja novih informacija i profitu. Takvi mediji olakšavaju pristup infomacijama, ali zapravo ne nude opširan izvještaj o nekom događaju, a često zbog brzine, informacije budu neprovjerene, samim tim i netačne.

Kada je riječ o „starim“ medijima u modernom dobu, i oni doživljavaju transformaciju. Printani mediji su dobili online izdanje i tako izgubili na kvalitetu. Online svijet je donio više prostora za senzaciju i nepotrebne teme, poput ormara, kuća i automobila slavnih, do njihovih afera, vjenčanja i razvoda. Političke novosti su, također, predstavljene senzacionalistički. Na televizijama preovladava zabavni sadržaj, muzička takmičenja, filmovi i serije zauzimaju više od polovine dnevnog programa. Slične promjene primjetne su i na radiju. Više ne postoji pravilo o zastupljenosti zabavne, sevdalinke, starogradske, novokomponirane i klasične muzike, većina radija njeguje „novu“ muziku koju je, prije svega, teško svrstati u neki od postojećih žanrova, jer se radi o novom muzičkom pokretu na Balkanu.

Kroz analizirani period djelovanja medija u Bosni i Hercegovini, primjećujem da je profesionalnost i orijentiranost medija promjenljiva, nekada je više izražena, nekada manje. U ovom periodu, podijeljenost medija je bila najizraženija za vrijeme agresije na Bosnu i Hercegovinu. Skoro tri decije kasnije, mediji su i dalje u istom odnosu, isto podijeljeni, ali njihovo djelovanje nije toliko „agresivno“. Profesionalnost medija uglavnom nije zadovoljena, ali svakako je bila izraženija u prošlosti. Danas, živimo u vremenu koje ne funkcioniše bez masmedija, ali u kojem su se istovremeno izgubile prave vrijednosti. Bosna i Hercegovina je zemlja u tranziciji i shodno tome teško je doći do konstante u bilo kojoj sferi, pa tako i u medijskoj. Bosanskohercegovački mediji prolaze kroz proces demokratizacije koji bi trebao riješiti ključne probleme medija i omogućiti bolje i kvalitetnije uvjete za rad što će rezultirati boljim medijskim sadržajima.

Popis literature:

Knjige:

1. Alić, Sead (2012): Masmediji zatvor bez zidova, Kugla, Zagreb,
2. Cerović, Esad (2017): Mediji između tradicije i interneta, Amos Graf, Sarajevo
3. Fejzić-Čengić, Fahira (2009): Medijska kultura u Bosni i Hercegovini, Connectum, Sarajevo
4. Fejzić-Čengić, Fahira (2016): Nelagode s medijima, Dobra knjiga, Sarajevo
5. Fejzić-Čengić Fahira, Hrestomatija za predmet Printano novinarstvo, Sarajevo
6. Grbo, Amila (2009): Mediji i demokratizacija društva, Fakultet političkih nauka, Sarajevo
7. Grupa autora, (1997): Rat je počeo na Maksimiru: Govor mržnje u medijima (Analiza pisanja „Politike“ i „Borbe“ 1987-1991), Medija centar, Beograd
8. Hadžifejzović, Senad (2002): Rat uživo, Mladinska knjiga, Ljubljana
9. Grupa autora, (1997): Rat je počeo na Maksimiru: Govor mržnje u medijima (Analiza pisanja „Politike“ i „Borbe“ 1987-1991), Medija centar, Beograd
10. Kurspahić, Kemal (2003): Zločin u 19,30 – balkanski mediji u ratu i miru, Mediacentar, Sarajevo
11. Nuhanović, Asad (2005): Demokratija, mediji, javnost, Promocult, Sarajevo
12. Nuhić, Muhamed (2000): Komuniciranje od pećinskog crteža do Interneta, Fakultet političkih nauka, Sarajevo
13. Nuhić, Muhamed (2004): Traganje za istinom, Promocult, Sarajevo
14. Termiz, Dževad (2009): Metodologija društvenih nauka, NIK „Grafit“, Lukavac
15. Tucaković, Šemso (1991): Propagandno komuniciranje, Univerzitetska knjiga, Sarajevo
16. Tucaković, Šemso (2000): Historija komuniciranja, Univerzitetska knjiga, Sarajevo
17. Tucaković, Šemso (2006): Historija novinarstva i medija u Bosni i Hercegovini
18. Tucaković, Šemso (2013): Ratna komunikologija, Amos Graf, Sarajevo

19. Tucaković, Šemso(2017): Izvještaji iz bosanskog rata (Dnevničke zabilješke), Štamparija Fojnica, Fojnica
20. Turčilo, Lejla (2017): (P)ogledi o medijima i društvu: članci, eseji, istraživanja, Forma graf, Sarajevo

Rječnici:

1. Beridan, I.; Tomić, I. i Kreso, M. (2001): Leksikon sigurnosti, Sarajevo: „DES“, Sarajevo
2. Tucaković, Šemso (2004): Leksikon mas-medija, Prosperitet, Sarajevo

Online izvori:

1. http://www.unizd.hr/portals/4/nastavni_mat/1_godina/metodologija/metode_znanstvenih_istrazivanja.pdf,
2. <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=47027>,
3. http://www.mediaonline.ba/ba/arhiva/arhiva_izvjestaja/izvjestaji/osvajanje-demokratije_97.pdf,
4. <http://www.mediaonline.ba/ba/pdf.asp?ID=30&n=MEDIJI%20NA%20PREKRETNICI:%20MEDIJSKA%20SLIKA%20BiH>,
5. <https://povijest.hr/nadanasnjidan/osnovano-nacisticko-ministarstvo-propagande-1933/>,
6. <http://www.bosnjaci.net/prilog.php?pid=18810>,
7. <https://www.oslobodjenje.ba/vijesti/bih/nasih-76-godina-485892>,
8. <https://faktor.ba/vijest/kako-je-nino-catic-najavio-genocid-srebrenica-se-pretvara-u-najvecu-klaonicu/43666>,
9. <https://www.media.ba/bs/magazin-medijska-politika-regulativa/za-i-protiv-kanala-na-hrvatskom-jeziku>,

BIOGRAFIJA

Hana Porić rođena je 16.12.1995. godine u Bihaću. Osnovno i srednje obrazovanje završila je u Bužimu. Srednjoškolsko obrazovanje završila je 2014. godine u Srednjoj mješovitoj školi „Hasan Musić“ i stekla zvanje tekstilni tehničar. Iste godine upisuje studij Komunikologije na Fakultetu političkih nauka u Sarajevu. Diplomirala je 2017. godine i stekla zvanje bachelor Komunikologije, nakon čega upisuje i postdiplomski studij. U toku studija obavljala je praksu na Federalnom radiju.

IZJAVA O AUTENTIČNOSTI RADOVA

Ime i prezime: Hana Porić
Naslov rada: Djelovanje medija u Bosni i Hercegovini od 1992. do 2018. godine
Vrsta rada: Završni magistarski rad
Broj stranica: 77

Potvrđujem:

- da sam pročitao/la dokumente koji se odnose na plagijarizam, kako je to definirano Statutom Univerziteta u Sarajevu, Etičkim kodeksom Univerziteta u Sarajevu i pravilima studiranja koja se odnose na I i II ciklus studija, integrirani studijski program I i II ciklusa i III ciklus studija na Univerzitetu u Sarajevu, kao i uputama o plagijarizmu navedenim na web stranici Univerziteta u Sarajevu;
- da sam svjestan/na univerzitetskih disciplinskih pravila koja se tiču plagijarizma;
- da je rad koji predajem potpuno moj, samostalni rad, osim u dijelovima gdje je to naznačeno;
- da rad nije predat, u cjelini ili djelimično, za stjecanje zvanja na Univerzitetu u Sarajevu ili nekoj drugoj visokoškolskoj ustanovi;
- da sam jasno naznačio/la prisustvo citiranog ili parafraziranog materijala i da sam se referirao/la na sve izvore;
- da sam dosljedno naveo/la korištene i citirane izvore ili bibliografiju po nekom od preporučenih stilova citiranja, sa navođenjem potpune reference koja obuhvata potpuni bibliografski opis korištenog i citiranog izvora;
- da sam odgovarajuće naznačio/la svaku pomoć koju sam dobio/la pored pomoći mentora/ice i akademskih tutora/ica.

Mjesto, datum

Potpis
