



Analiza štampanih medija u Srbiji
jul - septembar

Kvartalni **MEDIJAMETAR**

03|2019

Godina 5, Broj 3/2019
ISSN 2406-2707

Analiza štampanih medija u Srbiji
jul - septembar

Kvartalni
MEDIJAMETAR

03/2019



KVARTALNI MEDIJAMETAR
Analiza štampanih medija u Srbiji
Godina V, Broj 3/2019
ISSN 2406-2707

Redakcija
Milana Brisić
Vladimir Abramović
Aleksandra Milićević
Marija Benke

Izdavač
Institut za javnu politiku Beograd
Kneza Miloša 82
E-mail: office@ijp.rs
Web: www.ijp.rs

Dizajn korica i priprema za štampu
Pavle Farčić
Štampa
Instant System Beograd

Za izdavača
Vladimir Popović

Urednici
Vladimir Popović

Velimir Ćurgus Kazimir

CIP - Каталогизација у публикацији
Народна библиотека Србије, Београд

659.3

KVARTALNI medijametar : analiza štampanih medija u Srbiji / urednici Vladimir Popović,
Velimir Ćurgus Kazimir. - God. 1, br. 1 (2015)- . - Beograd : Institut za javnu politiku, 2015-
(Beograd : Instant System). - 24 cm

Tromesečno. Ima izdanje na drugom jeziku: Quarterly mediameter = ISSN 2406-274X
ISSN 2406-2707 = Kvartalni medijametar
COBISS.SR-ID 215060236

Sadržaj

- 1 Isidora Jarić, Danica Laban:
UVOD**
- 2 Isidora Jarić, Danica Laban:
UZORAK**
- 3 Isidora Jarić, Danica Laban:
REZULTATI ISTRAŽIVANJA**
- 4 Dejan Vuk Stanković:
DISKURZIVNA ANALIZA**
- 5 O AUTORIMA**

VESNA
GOLDSVORTI
ZASTO
CRNIANSKI
NIJE USPEO U
LONDONU

Srećko Horvat Tri
tekovine Jugoslavije

ULTIMATIVNI LETNJI
POKLON MAGAZIN



Nedeljnik

11. JUL 2019.

199 DINARA

VEJAN

11. JUŁ 2019. / BROJ 3576 / 299 RSD

ОПОЗИЦИЈА
У СРБИЈИ
ГДЕ ЈЕ ЗАПЕЛО

ВАСИЛ ХАЦИМАНОВ
ОВА ЗЕМЉА ЈЕ
ТЕМПИРАНА БОМБА

ДВЕ ГОДИНЕ ВЛАДЕ
ДА ЈЕ САМО
БУТАЛА...

НИГИ

СЕРДЧИЋО ПРЕЗДЕЦИМА

Naprednjačka ekonomija
ŠTA SE KRIJE IZA "ВЕНТЕЛА"

Istraživanje: Smrt Milovana Ivića
MISTERIJA TELA ПОРЕД КЛУПЕ

cena 250 RSD

VR FAME

broj

SRBIJA

SRBIJA



1

Uvod

ISIDORA JARIĆ, DANICA LABAN

UVOD:

Politička, kosovska i saborska pitanja

Već u prvom poglavlju devetnaestog broja *Kvartalnog medijametra* primetna je opsednutost dnevnih novina Srbijom. Letimičan pogled na naslovnice štampanih medija iz uzorka otkriva da novine različitih uredištačkih politika u naslovima analiziranih tekstova objavljenih na prvim stranama, najviše koriste reč **Srbija**. Zanimljivo je da je ta praksa vidljiva i u novinama koje se nalaze na suprotnim polovima medijskog i vrednosnog spektra, poput *Danasa* i *Informera*. Tačnije, prve dve reči prema zastupljenosti u naslovima u oba medija su **Srbija** i **Vučić**.

Nažalost, senzacionalizam, profesionalna nekompetentnost i sklonost ka spinu i dalje oblikuju veliki deo medijskih sadržaja koje objavljaju štampani mediji u Srbiji na svojim naslovnicama. Primera radi, u dnevnim listovima *Alo!* i *Informer* tokom trećeg kvartala 2019. godine većina naslova je bila oblikovana na senzacionalistički način 77% (u dnevnom listu *Alo!*) i 64% (u *Informera*), dok je u *Kuriru* i *Blicu* skoro polovina naslova senzacionalistička - 47% (*Kurir*) i 44% (*Blic*).

I u ovom kvartalu mediji se najviše bave **političkim životom u Srbiji**. Novina je da smo tu temu razdvojili na dva segmeta: (a) **unutarpolitički** (*politički život u Srbiji, aktivnosti predsednika Srbije, aktivnosti Vlade Srbije i aktivnosti predsednice Vlade Srbije*) i (b) **spoljnopolitički**, koje se prvenstveno odnosi na različite diplomatske aktivnosti domaćih političkih aktera, što je posledica pojačanog usmerenja na ovu oblast političkog delovanja. Zanimljiv je i stav medija prema ovoj temi. Spoljnopolitičke aktivnosti u medijima tretirane su na pozitivan način u oko 27% tekstova. Sa druge strane, iz domena „aktivnosti na domaćem terenu“, najveći broj pozitivno konotiranih tekstova odnosio se na pisanje o infrastrukturnim projektima, čak 21 napis od ukupno 48 ili 43.75%.

Većina trendova vidljivih u prethodnim izdanjima *Medijametra* i dalje je prisutna. Tekstovi koji govoraju o dešavanjima u okolnim zemljama i dalje su u velikoj meri negativno konotirani, a *Kosovo/odnosi Beograda i Prištine* ponovo je druga tema prema zastupljenosti.

Među inostranim političarima na naslovnicama dnevnih novina znatna pažnja posvećena je Donaldu Trampu – 144 teksta; slede Makron - 93 i Putin - 82 teksta. Nivo zastupljenosti ovih aktera, kao i uvek, govori o trenutnim interesovanjima medija za određena spoljnopolitička pitanja.

U trećem kvartalu 2019. beležimo potpunu dominaciju izveštaja, a učešće ovog novinskog žanra ponovo prelazi 80%. Smanjenje učešća članaka u korist izveštaja i intervjua govori o negativnim profesionalnim praksama koje trenutno preovladavaju u medijima.

I u ovom broju *Kvartalnog Medijametra* empirijska gradja istraživana je na istovetan, standardizovan način. Jedinica analize bila je jedan tekst, a sama analiza kombinacija dva istraživačka metoda: (a) analize sadržaja, koja je bila usmerena „određenim teorijsko-hipotetičkim okvirom ... kojim se stvara objektivna i sistematična iskustvena građa o sadržaju društvenog komuniciranja, koja omogućuje izvođenje relevantnih zaključaka o društvenom kontekstu u kojem se komuniciranje odvija“¹ i (b) diskurzivne analize, koja nam je omogućila da različite, epistemički i metodološki nesamerljive,² autorske interpretativne strategije i uređivačke politike koje odražavaju predstave različitih, pre svega ideoloških i političkih, diskurzivnih realnosti, razumemo kroz analizu njihovih specifičnih diskurzivnih značenja.

U delu teksta posvećenom analizi naslova, merene su frekvencije prethodno normalizovanih i lematizovanih reči iz naslova koje su potom grafički prikazane pomoću paketa „word cloud“ iz programskog jezika *R*.

U interpretativnom smislu, radi lakše organizacije teksta, analiza je, baš kao i u slučaju prethodnih izveštaja, podeljena u dve celine koje se odnose na: (a) analizu kvantitativnih pokazatelja prikupljenih uz pomoć analize sadržaja, tekstova i naslova, i (b) diskurzivnu analizu kvalitativne građe izvučene iz tekstova koji su ušli u uzorak istraživanja.

¹ S. Gredelj, *S onu stranu ogledala*, Beograd: Istraživačko-izdavački centar SSO Srbije, 1986, 19.

² G. Couvalis, *The Philosophy of Science*, London: Sage Publications, 1997.

2

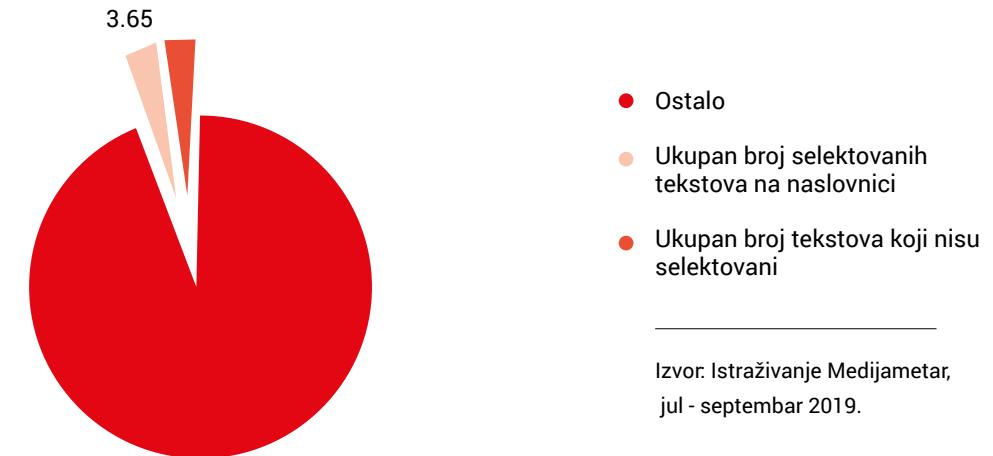
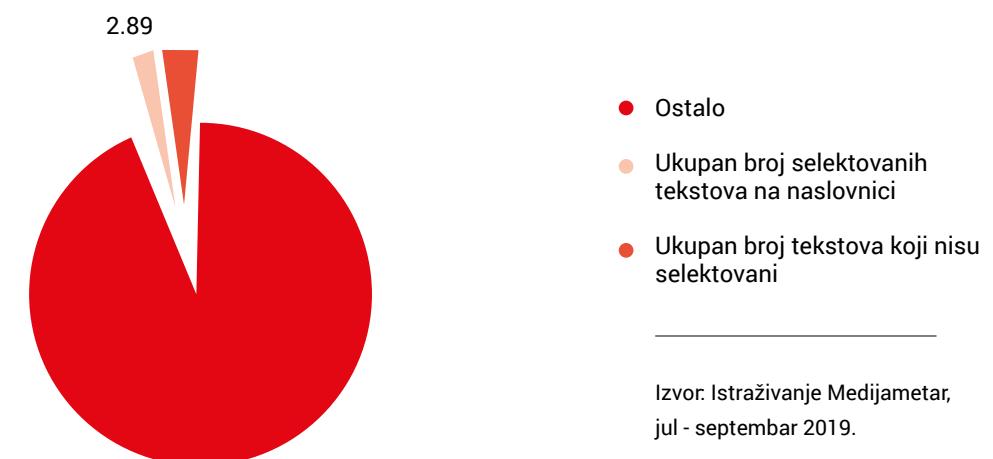
Uzorak

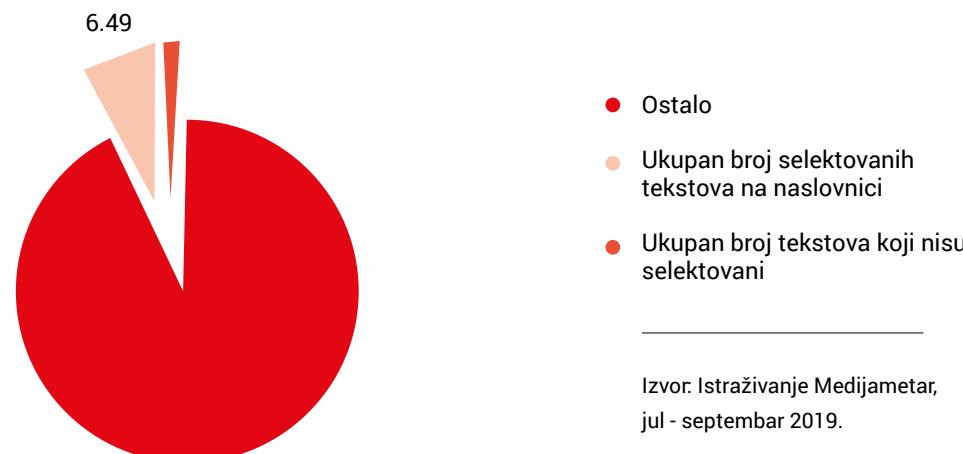
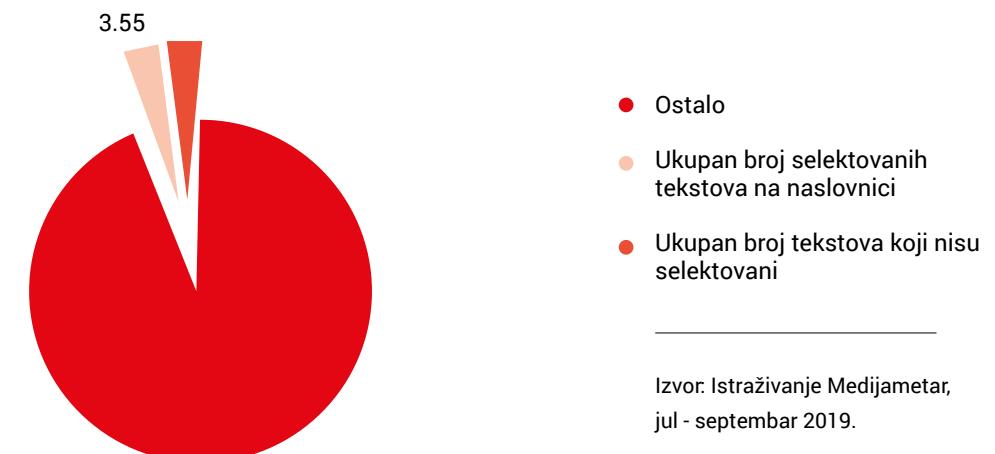
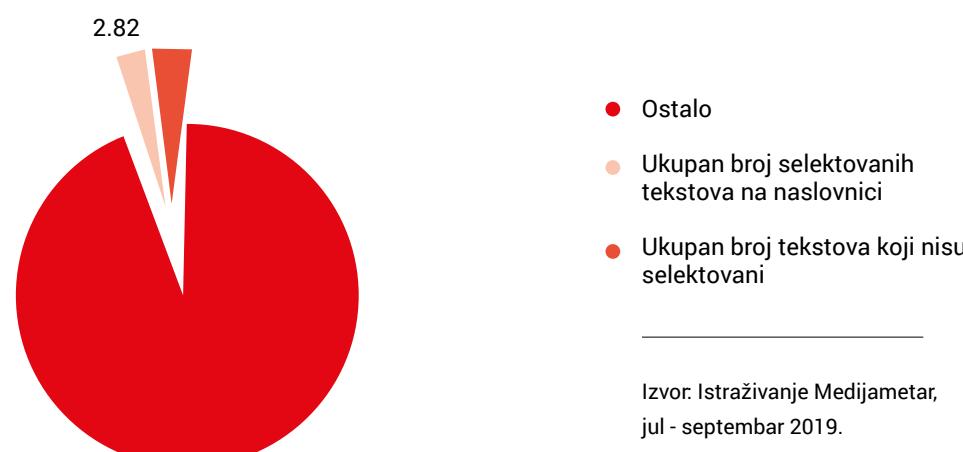
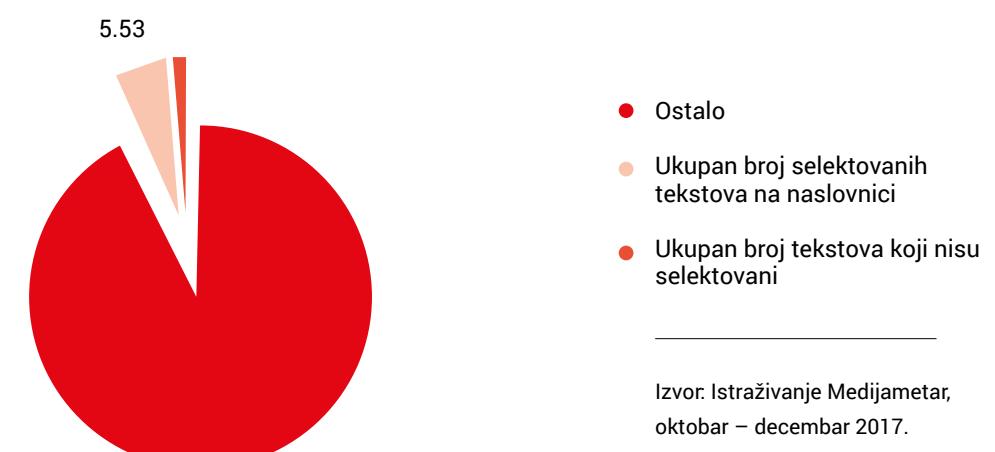
ISIDORA JARIĆ, DANICA LABAN

Uzorak

Kao što je navedeno u prethodnim izdanjima, osnovna ideja projekta *Medijametar* je da pokuša da rekonstruiše medijsku realnost dnevnih štampanih medija u Srbiji, onako kako se ona može rekonstruisati iz tekstova koji su pozicionirani (u celosti, ili delimično) na naslovnim stranama, a govore na različite načine o aktuelnim političkim događajima i prilikama u Srbiji i svetu. Uzorak dnevnih novina sačinjen je još 2015. godine u odnosu na dva kriterijuma selekcije – najveću čitanost i reputaciju štampanih medija. Dnevni listovi *Alo!*, *Blic*, *Danas*, *Informer*, *Kurir*, *Politika* i *Večernje novosti* čine uzorak *Medijametra* i tokom 2019. godine, kako bi bilo moguće uporedno praćenje rezultata. Naslovna strana je deo dnevnih novina koji čitaoci najviše povezuju sa identitetom/prepoznatljivošću jednog medija. Ona je često odgovorna za prvi utisak, našu potencijalnu naklonost ili odbojnost, koju formiramo o nekom štampanom izdanju. Sa naslovnom stranom u kontakt ne dolaze samo čitaoci određenog lista, već i ljudi koji te dnevne novine možda nikada neće uzeti u ruke. Preko novinskih i televizijskih reklama i izloga prodavnica štampe, naslovna strana dolazi u dodir sa auditorijumom širim od onog koji čini čitalačka publika bilo kog pojedinačnog izdanja dnevnih novina, formirajući tako, na izvestan način, javnu sliku novina koja simboliše njenu uredišćuču politiku, vrednosnu orientaciju i usmerenost ka određenoj čitalačkoj publici. Zbog svih ovih gore pomenutih razloga, naslovne stranice dnevnih novina iz našeg uzorka našle su se u fokusu analize projekta *Medijametar*.

Tekstovi sa naslovica najbolje oslikavaju koordinate uredišćkih politika dnevnih štampanih izdanja. Iako je to procentualno mali broj tekstova, kroz poruke plasirane na naslovnim stranama najlakše je rekonstruisati uredišćki identitet dnevnih novina. Odnos ukupnog broja tekstova u svakom dnevnom izdanju pojedinačno i broja tekstova sa naslovnih strana koji su ušli u uzorak našeg istraživanja, prikazan je u grafikonima 1–7, za period od 1. jula do 30. septembra 2019.

Grafikon 1. – *Alo!*¹Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.**Grafikon 2. – *Blic*²**Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul - septembar 2019.¹ Za više informacija videti tabelu 85 u Apendiksu.² Za više informacija videti tabelu 86 u Apendiksu.

Grafikon 3. – Danas³**Grafikon 5. – Kurir⁵****Grafikon 4. – Informer⁴****Grafikon 6. – Politika⁶**³ Za više informacija videti tabelu 87 u Apendiksu.⁴ Za više informacija videti tabelu 88 u Apendiksu.⁵ Zaviše informacija videti tabelu 89 u Apendiksu.⁶ Za više informacija videti tabelu 90 u Apendiksu.

Grafikon 7. – Večernje novosti⁷

- Ostalo
- Ukupan broj selektovanih tekstova na naslovnici
- Ukupan broj tekstova koji nisu selektovani

Izvor: Istraživanje Medijametar,
jul - septembar 2019.

Izvor: Istraživanje Medijametar, jul – septembar 2019.

Ukupan broj analiziranih tekstova u svih sedam medija koji su ušli u uzorak našeg istraživanja je 2033, i taj broj čini prosečno 49,77% tekstova sa naslovnicama i 3,98% od ukupnog broja tekstova.

Tabela 1. – Alo!

Alo!/rubrika	Ukupan broj tekstova na naslovnici	Ukupan broj selektovanih tekstova na naslovnici	Ukupan broj tekstova koji nisu selektovani
aktuelno	86	85	1
vesti	18	17	1
politika	70	68	2
društvo	68	22	46
hronika	99	16	83
v.i.p.	89	7	82
sport	75	7	68
svet	7	2	5
intervju/intervju nedelje	5	4	1
Beograd	4	2	2
reportaža	1	0	1
dodatak	25	0	25
UKUPNO	547	230	317

Izvor: Istraživanje Medijametar, jul – septembar 2019.

⁷ Za više informacija videti tabelu 91 u Apendiksu.

Tabela 2. – *Blic*

<i>Blic/rubrika</i>	Ukupan broj tekstova na naslovnicu	Ukupan broj selektovanih tekstova na naslovnicu	Ukupan broj tekstova koji nisu selektovani
politika	47	47	0
aktuelno/intervju	7	6	1
tema dana/broja	77	67	10
društvo	97	32	65
hronika	50	11	39
ekonomija	11	7	4
kultura	9	2	7
sport	114	3	111
sudbine	5	0	5
svet/planeta	4	3	1
istražujemo/dosije	8	5	3
reportaza	1	0	1
zabava	29	2	27
Beograd	3	0	3
Scena	5	0	5
Pop & kultura	3	0	3
UKUPNO	470	185	285

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 3. – *Danas*

<i>Danas/rubrika</i>	Ukupan broj tekstova na naslovnicu	Ukupan broj selektovanih tekstova na naslovnicu	Ukupan broj tekstova koji nisu selektovani
Danas biznis	9	9	0
Danas specijalni dodatak	6	2	4
Danas vikend	39	27	12
događaj/tema dana	11	10	1
društvo	114	108	6
ekonomija	52	48	4

globus/region	25	20	5
kultura	40	14	26
intervju	2	2	0
naslovna strana	23	23	0
politika	131	131	0
Beograd	1	1	0
sport	44	9	35
dijalog	26	23	3
pomodoro	2	1	1
terazije	2	0	2
vladavina prava	2	2	0
hronika	1	1	0
UKUPNO	530	431	99

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 4. – *Informer*

<i>Informer/ rubrika</i>	Ukupan broj tekstova na naslovnicu	Ukupan broj selektovanih tekstova na naslovnicu	Ukupan broj tekstova koji nisu selektovani
udarne vesti	138	138	0
vesti	124	28	96
showtime	87	6	81
sport	107	9	98
dodatak	50	0	50
UKUPNO	506	181	325

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 5. – Kurir

Kurir/rubrika	Ukupan broj tekstova na naslovnici	Ukupan broj selektovanih tekstova na naslovnici	Ukupan broj tekstova koji nisu selektovani
vesti	390	239	151
planetar	1	0	1
društvo	4	0	4
stars	72	10	62
kultura	22	5	17
sport	87	8	79
tema dana	13	1	12
dodatak	15	0	15
UKUPNO	604	263	341

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 6. – Politika

Politika/rubrika	Ukupan broj tekstova na naslovnici	Ukupan broj selektovanih tekstova na naslovnici	Ukupan broj tekstova koji nisu selektovani
svet	64	45	19
društvo	78	28	50
ekonomija	58	40	18
politika	24	24	0
događaji dana	23	22	1
kultura	37	2	35
hronika	35	18	17
dnevni dodatak	56	1	55
Srbija	26	9	17
sport	40	3	37
tema nedelje/dana	7	2	5
ličnosti	1	1	0
region	27	23	4
naslovna strana	324	249	75
pogledi	9	8	1
potrošač	29	6	23
Beograd/beogradska hronika	24	1	23
feljton	4	0	4
UKUPNO	866	482	384

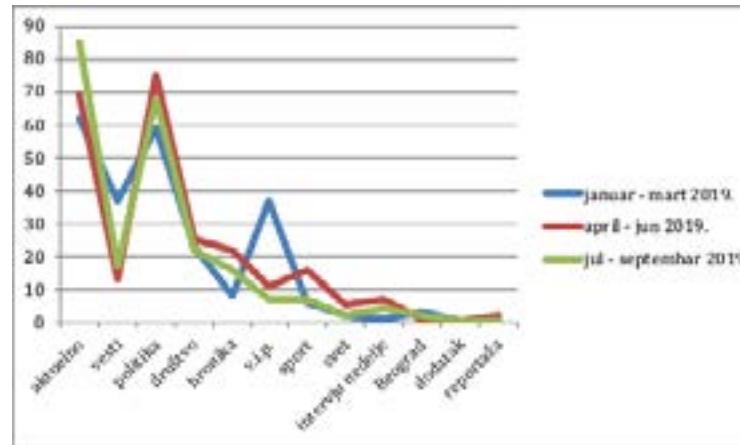
Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 7. – Večernje novosti

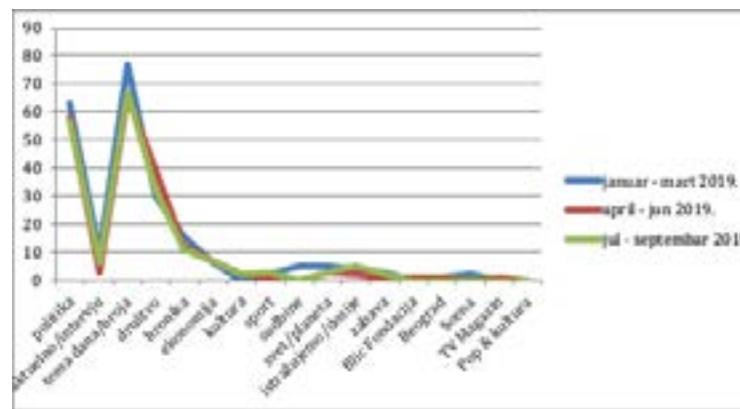
Večernje novosti/rubrika	Ukupan broj tekstova na naslovnici	Ukupan broj selektovanih tekstova na naslovnici	Ukupan broj tekstova koji nisu selektovani
hronika	79	5	74
društvo	89	54	35
politika	96	96	0
ekonomija	32	16	16
aktuelno	58	37	21
reportaža	16	5	11
kultura	12	4	8
intervju	9	7	2
svet	9	6	3
sport	75	6	69
Beograd	7	2	5
tema dana	4	4	0
susedi	2	2	0
reflektor	3	2	1
događaji	14	13	1
druga strana	2	2	0
dodatak	54	0	54
UKUPNO	561	261	300

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Uvidom u prikazane **tabele 1–7** i dalje je uočljivo da struktura analiziranih dnevnih listova prati dve različite logike. *Večernje novosti*, *Politika*, *Danas*, *Blic* i list *Alo!*⁸ prate klasičnu strukturu dnevnih novina. Sa druge strane, dnevni listovi *Informer* i *Kurir*, sa svojom redukovanim strukturom rubrika, značajno odstupaju od ove matrice. U **grafikonima 11 i 12**, u kojima je prikazan raspored selektovanih tekstova prema rubrikama u ova dva medija, vidljivo je značajno naglašeno prisustvo napisa u rubrikama *udarne vesti/vesti*, gde su objedinjene potpuno različite oblasti, poput društva, ekonomije, crne hronike ili vesti iz sveta, uz jasno odvojene informacije jedino iz oblasti sporta i zabave/estradne. Uređivačke strategije koje su utvrđene u analiziranim medijima tokom prethodnih osamnaest izdanja *Medijametra*, u potpunosti su uočljive i u trećem kvartalu 2019. godine, što se jasno može primetiti u **grafikonima 8 – 14**.

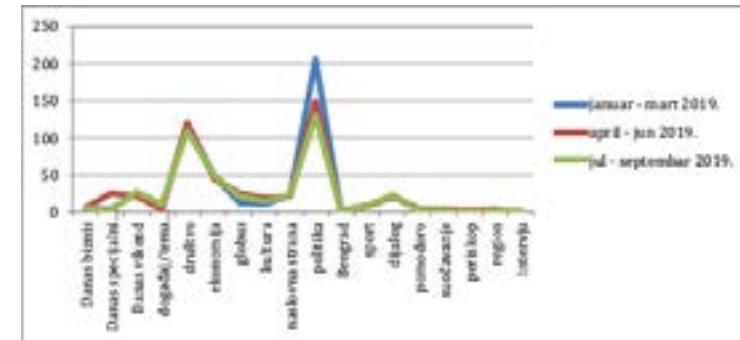
Grafikon 8. – Alo!

Izvor: Istraživanje Medijametar, jul – septembar 2019.

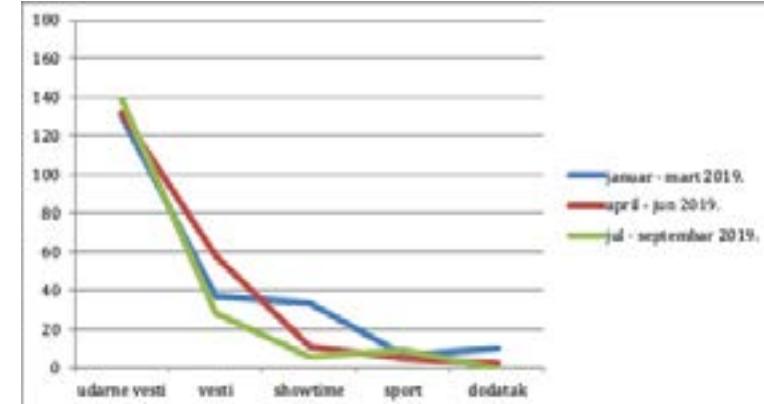
Grafikon 9. – Blic

Izvor: Istraživanje Medijametar, jul – septembar 2019.

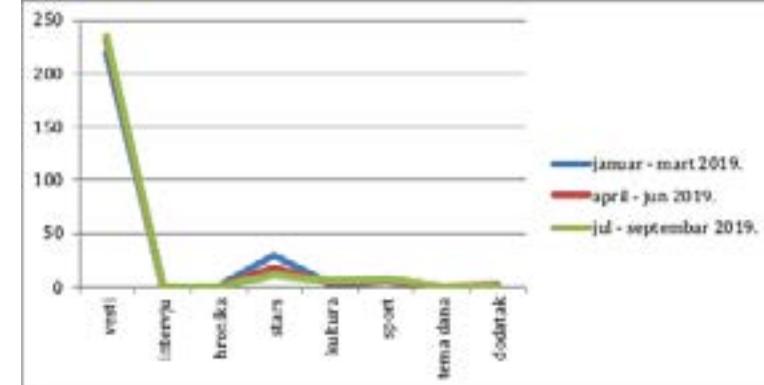
⁸ Dnevni list *Alo!* je u prethodnim tromesečjima u potpunosti razgranao strukturu rubrika, tako da su sada jasno vidljive rubrike *politika*, *društvo*, *crna hronika* ili *svet*.

Grafikon 10. – Danas

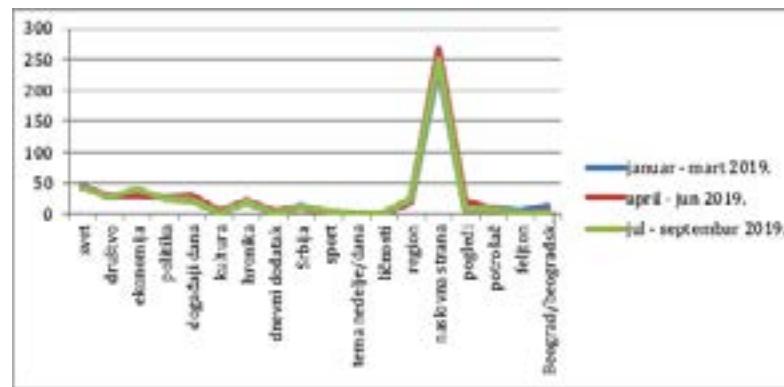
Izvor: Istraživanje Medijametar, jul – septembar 2019.

Grafikon 11. – Informer

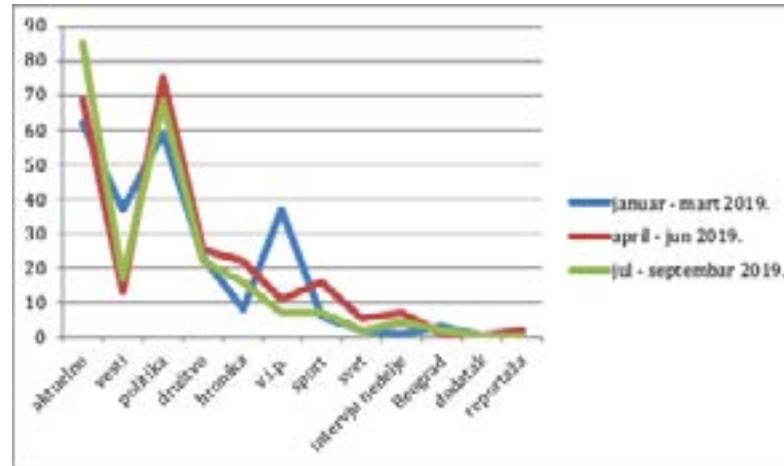
Izvor: Istraživanje Medijametar, jul – septembar 2019.

Grafikon 12. – Kurir

Izvor: Istraživanje Medijametar, jul – septembar 2019.

Grafikon 13. –Politika

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Grafikon 14. –Večernje novosti

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Retrospektivno gledano, ukoliko uporedimo broj selektovanih tekstova tokom 2015. godine (7382), 2016. (8293), 2017. (8652) i 2018. godine (8744), uočavamo jasan trend porasta broja analiziranih napisu (videti tabelu 8). S obzirom na to da je fokus *Medijametra* prvenstveno na društveno-političkim događajima i da to predstavlja jedan od ključnih kriterijuma za odabir tekstova, upravo se u usložnjuvanju društveno-političke realnosti, čiji su mediji značajan deo, može naći uzrok znatnog povećanja broja napisu u uzorku, posebno u odnosu na 2015. godinu. Tako je i broj selektovanih tekstova u prva tri kvartala 2019. godine (ukupno 6558) primetno uvećan u odnosu na iste periode koje smo posmatrali od 2015. do danas (u 2015. godini – 5205 tekstova, u 2016. – 6042, u 2017. – 6485 tekstova i 2018. godini – 6430 tekstova).

Tabela 8. – Broj selektovanih tekstova prema kvartalima za period 2015 – 2019.

Godina/ kvartal	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.
prvi kvartal	1360	1924	2403	2173	2251
drugi kvartal	1673	2106	2091	2009	2274
treći kvartal	2172	2012	1991	2248	2033
četvrti kvartal	2177	2251	2167	2314	
UKUPNO	7382	8293	8652	8744	

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

3

Rezultati
istraživanja

ISIDORA JARIĆ, DANICA LABAN

REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Sadržaj i karakter naslova tekstova iz uzorka

Novinski naslovi, kao i same naslovne strane, čine identitet svakih dnevnih novina, a čitaoci se često, zbog nedostatka vremena ili želje za detaljnijim uvidom u medijske sadržaje, o događajima informišu samo na osnovu naslova tekstova. Upravo je ta činjenica doprinela ustanovljanju nove prakse u štampanim medijima – upotrebi naslova/naslovnih blokova (nadnaslov, naslov, podnaslov) koji se mogu uporediti sa *clickbait* naslovima u onlajn medijima. Naime, kako bi čitaoci izabrali baš njihovu vest i/ili posetili sajt, onlajn mediji postavljaju interesantne/senzacionalističke naslove (*clickbaits*), koji vrlo često nisu ni povezani sa tekstom.¹ Njihova svrha je da prvenstveno privuku pažnju i „prevaru“ čitaoca da kliknu na tekst i na taj način generišu prihod mediju, što svakako predstavlja vid neprofesionalne medijske prakse i u duhu je narastajućeg trenda tabloidizacije. Većina štampanih medija poseduje istoimene portale na kojima su duži vremenski period mogli da testiraju efikasnost ovakvog naslovljavanja i zato smo, kroz ovo istraživanje, ispitivali u kojoj meri i na koji način štampani mediji preuzimaju takav vid koncipiranja naslova. Senzacionalističko naslovljavanje tekstova u štampanim izdanjima je praksa koja izaziva reakciju čitalačke publike, odnosno željenu pažnju, koja posredno dovodi i do veće čitanosti. Istraživanje u okviru projekta *Medijametar* je iz navedenih razloga, bilo usmereno ka tome da se proceni karakter naslova, odnosno da se ustanovi da li su naslovi senzacionalistički i da li sam naslov odgovara sadržaju teksta ili ne. Reći koje su bile prisutne u naslovima grafički su prikazane u obliku „oblaka reči“² u kojem dimenzije reči predstavljaju frekvencije njihovog pojavljivanja.

„Oblak reči“ – sadržaj naslova

Jezički korpus koji čini „oblak reči“ obuhvata naslove 2033 teksta, koji su odabrani za uzorak u trećem kvartalu 2019. Proces izrade „oblaka reči“³ je podrazumevao prečišćavanje tog jezičkog korpusa, odnosno, svođenje reči na mala slova, odstranjivanje znakova interpunkcije i reči koje nisu relevantne za istraživanje.⁴ Nakon toga, napravljena je lista termina⁵ korišćenjem paketa „tm“ iz programskog jezika R.⁶ Odabrani termini su lematizovani, odnosno pretvoreni u reči – na primer, sve padeške promene jedne reči su svedene na nominativ u slučaju imenica, dok su glagoli grupisani prema njihovom vremenskom

1 Primer: naslov teksta koji najavljuje dolazak proleća, na portalu www.alo.rs: <https://www.alo.rs/vesti/drustvo/srbija-prolece-beograd-gradani-promena-vremena-prognoza/218195/ves>

2 Engleski: *word cloud*

3 Primena metoda Text Mining (tm) omogućava izvlačenje potrebnih i značajnih informacija iz teksta (u konkretnom slučaju naslova) koji se obrađuje. Tekst se tretira kao skup reči, kroz pristup „Bag of Words“.

4 Uglavnom nisu uzete u obzir nepromenljive reči poput: kao, što, bez (tzv. *stop-reći*). Međutim, pojedine nepromenljive reči, ostavljene su u korpusu i prikazane u „oblaku reči“ zbog relevantnosti za istraživanje. Na primer, reč *zbog* ukazuje na uzročno-posledički karakter naslova iz tog razloga je ostavljena u grafičkom prikazu.

5 Pojam termin je različit od pojma reč – na primer, reč *Srbija* i *Srbije* je ista, ali predstavlja različit termin.

6 Ingo Feinerer, Kurt Hornik, tm: Text Mining Package, R package version 0.7-6, <https://CRAN.R-project.org/package=tm>, 2018; Ingo Feinerer, Kurt Hornik, David Meyer, “Text Mining Infrastructure in R,” *Journal of Statistical Software* 25/5 (2008): 1-54. doi: 10.18637/jss.v025.i05

obliku. Na taj način, utvrđena je frekvencija reči, odnosno reči koje se pojavljuju više od pet puta grafički su prikazane pomoću paketa „wordcloud“ iz programske jezike R⁷.

Reč koja se, kao i u prethodnom kvartalu, najčešće spominje u sedam medija iz uzorka je *Srbija* – zastupljena u 182 pojavljivanja. Sledi reč *hteti*, koja se pojavljuje 119 puta, dok je reč *Vučić*, zabeležena 107 puta. Među 10 najzastupljenijih reči u naslovima nalaze se još i reči *biti* (89), *Kosovo* i *Srbi* (po 85), *nov* (61), *srpski* (57), *milion* (56) i *zbog* (54 puta upotrebljena u naslovima).

Grafikon 15. – „Oblak reči“, 7 medija iz uzorka⁸



Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Kada se sagledaju novine pojedinačno, u dnevnom listu *Alo!*, najprisutnije su reči *Srbi*, i *Srbija* (po 15 pojavljivanja). Slede: *Đilas* i *hteti* (po 14), a zatim *Vučić* i *milion* (po 13 pojavljivanja u naslovima). *Blic* najčešće u naslovima ističe reči *Srbija* (24), *Vučić* (12), *hteti* i *Kosovo* (po 9 pojavljivanja) i *Haradinaj* (7). Najčešće ponovljena reč u naslovima koji su ušli u uzorak dnevnog lista *Danas* ponovo je *Srbija* (38 naslova). Reč *Vučić* je zastupljena 36, a zatim sledeće reči: *biti* (21), *hteti* (19) i *izbori* i *vlast* (po 17 pojavljivanja). *Informer* ovoga puta u naslovima daje prioritet reči *Srbija* (22), dok su druga i treća reč prema zastupljenosti *Vučić* (19) i *Kosovo* (18). Reči *Đilas* i *hteti* spominju se u još 17, odnosno 13 naslova. *hteti* (26), *Srbija* (22), *milion* (17), *Srbi* (17) i *biti* (15 pojavljivanja) su najzastupljenije reči u naslovima odabranih tekstova iz *Kurira*. *Srbija* (41) je ponovo najprisutnija reč i u naslovima *Politike*, a slede *nov*

7 Ian Fellows, wordcloud: Word Clouds, R package version 2.6, <https://CRAN.R-project.org/package=wordcloud>, 2018.

8 Prikazane su reči koje se ponavljaju u naslovima najmanje pet puta.

(28), *biti* (26), *hteti* (22) i srpski (21). Većernje novosti najviše upotrebljavaju reč *Srbija* (20 tekstova), dok su naredne reči prema prisustvu *hteti* i *Kosovo* (16, odnosno 15 pojavljivanja), a slede *Srbi* (14) i *biti* (10 pojavljivanja). Zastupljenost reči u naslovima, prema medijima videti u grafikonima 16 – 22.

Grafikon 16. – „Oblak reči“ – *Alo!*Grafikon 17. – „Oblak reči“ – *Blic*Grafikon 18. – „Oblak reči“ – *Danas*Grafikon 19. – „Oblak reči“ – *Informer*

Grafikon 20. – „Oblak reči“ – Kurir



Grafikon 21. – „Oblak reči“ – Politika



Grafikon 22. – „Oblak reči“ – Večernje novosti



Izvor: Istraživanje Medijametar, jul – septembar 2019.

Karakter naslova

Kao što je već napomenuto, senzacionalističko izveštavanje i tabloidizacija su sve prisutniji trendovi u štampanim medijima u Srbiji. Ta praksa je vidljiva i u naslovima, koji u skoro 37% tekstova ne zadovoljavaju standarde profesionalnog izveštavanja. To je, između ostalog, oličeno i u korišćenju formulacija koje nisu u skladu sa sadržajem teksta, neprihvativih reči i uvreda i sličnih praksi. Način na koji se koncipiraju naslovi predstavlja pravi odraz uređivačke politike svakog od medija i omogućava uvid u to kakva je namera novinara i urednika – informisanje javnosti o temama od javnog značaja ili privlačenje pažnje čitalačke publike na načine koji evidentno nisu u skladu sa standardima novinarske profesije.

Kako bi bilo utvrđeno kako mediji pristupaju naslovljavanju tekstova, naslovi napisani uzorku su klasifikovani u četiri kategorije. Prvu grupu čine naslovi koji u potpunosti odgovaraju standardima novinarske profesije i koji su u skladu sa tekstrom koji sledi.⁹ Sledeća grupa naslova su oni koji odgovaraju standardima profesije, ali nisu u skladu sa sadržajem teksta, odnosno činjenice navedene u naslovu nisu ni na koji način povezane sa navodima koje se nalaze u tekstu, već su često i u suprotnosti.¹⁰ Treću grupu čine senzacionalistički naslovi koji izlaze iz okvira profesionalnih standarda, ali su u skladu sa sadržinom teksta. To su naslovi koji nastoje da izazovu manje ili više burnu reakciju čitalaca i svakako privlače pažnju.¹¹ Poslednja grupa naslova su senzacionalistički, koji izlaze iz okvira profesionalnih standarda i ne odgovaraju tekstu. Taj vid naslova, koji izaziva najintenzivnije reakcije publike, najviše govori o nepoštovanju osnovnih etičkih principa izveštavanja i ukazuje na loše prakse medija.¹² Ovo istraživanje nije imalo za cilj utvrđivanje istinitosti tvrdnjai navedenih u naslovima i tekstovima (odnosno fenomena *fake news*), već načina na koji su mediji postupali u odnosu na iznete činjenice. Tačnije, ideja je bila da se uporedi usklađenost navedenih tvrdnjai sa argumentacijom prezentovanom u tekstu.

Senzacionalistički naslovi su primećeni u svim medijima, s tim što se rečnik i način na koji se privlači pažnja čitalaca veoma razlikuje u svakom od medija. Najviše senzacionalističkih naslova koji su bili u skladu sa objavljenim sadržajem zabeleženo je u dnevnom listu *Alo!* – 178, odnosno više od tri četvrtine tekstova koji su selektovani za uzorak iz ovog medija imalo je naslov koji nije u saglasju sa profesionalnim standardima. U istom maniru napisano je i oko 64% (116) naslova u *Informru*. Senzacionalistički naslovi koji se ne mogu povezati sa sadržajem teksta najzastupljeniji su u *Informru* – 26 ili 14.36%, dok se u dnevnim novinama *Politika* beleži najviše naslova koji, izolovano posmatrano, zadovoljavaju standarde izveštavanja, ali se u njima ne iznose činjenice koje se potvrđuju u tekstu – 31 ili 6.43% (tabela 9).

Primer: "Gradiće se novi ledolamac," *Politika*, 03.01.2019, str. A1.

Primer: "Putin i Vučić grade hram!" *Alo!*, 17.01.2019, str. 2.

Primer: "Krvavi scenario za rušenje Dodikai" *Alo!*, 05.01.2019, str. 2.

Primer: "Krvavi scenario za rušenje Dodikai" *Alo!*, 05.01.2019, str. 2.

Tabela 9. – Karakter naslova prema medijima

Medij/naslov	ispunjava standarde		ispunjava standarde/u neskladu sa sadržajem		senzacionalistički/u neskladu sa sadržajem		senzacionalistički/u skladu sa sadržajem		total	
	broj	%	broj	%	broj	%	broj	%	broj	%
Alo!	34	14.78	0	0.00	18	7.83	178	77.39	230	100.00
Blic	103	55.68	0	0.00	1	0.54	81	43.78	185	100.00
Danas	345	80.05	1	0.23	0	0.00	85	19.72	431	100.00
Informer	29	16.02	10	5.52	26	14.36	116	64.09	181	100.00
Kurir	124	47.15	4	1.52	11	4.18	124	47.15	263	100.00
Politika	445	92.32	31	6.43	0	0.00	6	1.24	482	100.00
Večernje novosti	203	77.78	3	1.15	12	4.60	43	16.48	261	100.00
total	1283	63.11	49	2.41	68	3.34	633	31.14	2033	100.00

Izvor: Istraživanje Medijametar, jul – septembar 2019.

Zastupljenost novinskih žanrova

U trećem tromesečju 2019. godine, učešće izveštaja u ukupnom broju tekstova koji čine uzorak je 80.62% ili 1639 tekstova, i gotovo je identično u odnosu na prethodni kvartal. Najveći ideo izveštaja ponovo je uočen u *Informeru* – 98.34%, dok je najmanja zastupljenost tekstova pisanih u ovom žanru u *Politicu* – oko 69% (**tabela 11**). Skoro 69% tekstova pisanih u ovom žanru u svim medijima je neutralno konotirano¹³, s tim što se učešće vrednosno intoniranih tekstova razlikuje u odnosu na medij. Najveće učešće vrednosnog konteksta zabeleženo je u *Informeru* (64.61%), a najmanje u *Danasu*, 19.22% (**tabela 12**). Izveštaji su u najvećoj meri nebalansirani¹⁴, odnosno čak oko 83% nije celovito. Najmanje balansiranih izveštaja zabeleženo je u *Informeru* (1.12%), dok je najviše celovitih tekstova u formi izveštaja objavio dnevni list *Blic* (33.33%)¹⁵.

13 U analizi koju predstavljamo, načine prezentovanja određenih tema ili aktera u pojedinačnim tekstovima iz našeg uzorka kodirali smo na tri različita načina, uzimajući u obzir kako tekst, tako i opremu teksta (nadnaslov, naslov i podnaslov). Neutralnim prezentovanjem određenih tema ili aktera označili smo one tekstove u kojima autori tekstova/novinari ne zauzimaju vrednosni stav prema određenom akteru ili temi, već nastoje da na relativno neutralan, odmeren način, poštujući profesionalne standarde, prezentuju odredene činjenice koje su predmet teksta. Kao pozitivne označili smo one interpretacije u kojima novinari načinom prezentovanja određenih tema ili aktera iskazuju jasne simpatije i pozitivan odnos prema njima. Kao negativne označili smo one interpretacije u kojima novinari načinom prezentovanja određenih tema ili aktera iskazuju jasnu antipatiju i negativan odnos prema njima.

14 Balans predstavlja način na koji novinar pristupa temi. Balansiran tekst podrazumeva uravnovežen i objektivan pristup temi i sagovornicima i celovitost informacija.

15 Učešće balansiranih izveštaja u ostalim medijima: *Kurir* - 6.49%, *Večernje novosti* - 7.73%, *Alo!* - 8.59%, *Politika* (21.92%) i *Danas* (30.94%).

Sledeća novinska forma prema učešću je intervju – 8.07% tekstova napisano je u ovoj formi (najveće učešće zabeleženo je u *Blicu* i *Danasu* – po oko 11% napis). Slede komentar i članak, koji čine 4.62%, odnosno 4.18% svih tekstova iz uzorka. Najveći broj i učešće komentara beleži se u *Danasu* (56 ili oko 13%), *Alo!* i *Informer* objavili su po jedan, a dnevni list *Večernje novosti* nije objavio nijedan napis u ovom novinskom žanru. Značajan broj članaka objavila je samo *Politika* (72 ili oko 15%). Tekstovi u ovoj formi nisu zabeleženi u novinama *Alo!* i *Informer*, dok su *Blic* i *Kurir* objavili samo po jedan članak. Treće tromeseče 2019. ponovo donosi veoma malo učešće vesti – 1.23%. Reportaže i ostale forme (poput hibridnih žanrova ili feljtona) prisutne su u 1.28% ili 26 napisu. U odnosu na prethodni kvartal, beleži se identičan raspored žanrova (o rasporedu novinskih formi videti više u **tabelama 10, 11 i 12**).

Tabela 10. – Pojedinačno učešće žanrova u izveštavanju sedam medija iz uzorka

Žanr	ukupan broj	%
izveštaj	1639	80.62
intervju	164	8.07
komentar	94	4.62
članak	85	4.18
vest	25	1.23
drugo	16	0.79
reportaža	10	0.49
total	2033	100.00

Izvor: Istraživanje Medijametar, jul – septembar 2019.

Tabela 11. – Distribucija novinskih formi u tekstovima iz uzorka, prema medijima izražena u brojevima

Žanr	Alo!	Blic	Danas	Informer	Kurir	Politika	Večernje novosti	total
izveštaj	198	159	307	178	231	333	233	1639
intervju	16	21	48	0	22	38	19	164
komentar	1	3	56	1	3	30	0	94
članak	0	1	8	0	1	72	3	85
vest	15	1	1	2	0	5	1	25
drugo	0	0	10	0	4	1	1	16
reportaža	0	0	1	0	2	3	4	10
total	230	185	431	181	263	482	261	2033

Izvor: Istraživanje Medijametar, jul – septembar 2019.

Tabela 12. – Distribucija novinskih formi u tekstovima iz uzorka, prema medijima, izražena u procentima

Žanr	Alo!	Blic	Danas	Informer	Kurir	Politika	Večernje novosti	total
izveštaj	86.09	85.95	71.23	98.34	87.83	69.09	89.27	80.62
intervju	6.96	11.35	11.14	0.00	8.37	7.88	7.28	8.07
komentar	0.43	1.62	12.99	0.55	1.14	6.22	0.00	4.62
članak	0.00	0.54	1.86	0.00	0.38	14.94	1.15	4.18
vest	6.52	0.54	0.23	1.10	0.00	1.04	0.38	1.23
drugo	0.00	0.00	2.32	0.00	1.52	0.21	0.38	0.79
reportaža	0.00	0.00	0.23	0.00	0.76	0.62	1.53	0.49
total	100.00	100.00						

Izvor: Istraživanje Medijametar, jul – septembar 2019.

Tabela 13. – Struktura izveštaja u odnosu na vrednosni kontekst u sedam medija iz uzorka

Izveštaj/ medij	Vrednosni kontekst u odnosu na temu					
	pozitivan		neutralan		negativan	
	broj	%	broj	%	broj	%
Informer	18	10.11	63	35.39	97	54.49
Alo!	7	3.54	110	55.56	81	40.91
Kurir	24	10.39	161	69.70	46	19.91
Blic	2	1.26	112	70.44	45	28.30
Večernje novosti	25	10.73	177	75.97	31	13.30
Politika	26	7.81	255	76.58	52	15.62
Danas	0	0.00	248	80.78	59	19.22
total	102	6.22	1126	68.70	411	25.08

Izvor: Istraživanje Medijametar, jul – septembar 2019.

Povodi

U trećem tromesečju 2019. u redakcijama je osmišljen povod za oko 18% tekstova (365), što je umanjenje od oko 1% u odnosu na drugi kvartal 2019. Povodom delovanja Vlade Republike Srbije/pozicije napisano je 273 ili 13.43% napisa, dok je opozicija medijima dala povod za izveštavanje u 4.57% ili 93 teksta. U ovom tromesečju, skoro identičan broj tekstova nastaje/osmišjava se u redakcijama, u odnosu na napise čiji je povod nastao delovanjem političkih aktera pozicije i opozicije zajedno (17.95% ili 365 tekstova, naspram 18% ili 366 napisa).

Tabela 14. – Distribucija povoda u sedam medija iz uzorka

Povod/svi mediji	broj pojavljivanja	% učešća
ostalo	1302	64.04
osmišljen u redakciji	365	17.95
delovanje Vlade Republike Srbije/pozicije	273	13.43
delovanje opozicije	93	4.57
total	2033	100.00

Izvor: Istraživanje Medijametar, jul – septembar 2019.

Od 365 tekstova osmišljenih u redakcijama 141 ili oko 39% je u negativnom ili pozitivnom vrednosnom kontekstu (**tabela 16**). Povod osmišljen u redakciji je u trećem kvartalu 2019. najzastupljeniji kada je tema teksta *politički život u Srbiji* (135 ili oko 37% napisa), slede tekstovi u vezi sa Kosovom – 35 ili 9.59%, privredom (27 ili 7.4%), regionalnim pitanjima 24 (6.58%) i još 11 tekstova osmišljeno je u redakcijama kada je bilo reči o međunarodnim odnosima (više informacija u **tabeli 15**).

Tabela 15. – Povod osmišljen u redakciji – najčešće teme i vrednosni konteksti u sedam medija iz uzorka

Povod osmišljen u redakciji/tema	Vrednosni kontekst u odnosu na temu							
	total		pozitivan		neutralan		negativan	
	broj	%	broj	%	broj	%	broj	%
politički život u Srbiji	135	36.99	1	0.74	90	66.67	44	32.59
Kosovo/odnosi Beograda i Prištine	35	9.59	0	0.00	19	54.29	16	45.71
privreda	27	7.40	1	3.70	11	40.74	15	55.56
regionalna saradnja/odnosi u regionu	24	6.58	0	0.00	10	41.67	14	58.33
međunarodni odnosi	11	3.01	0	0.00	8	72.73	3	27.27
365								

Izvor: Istraživanje Medijametar, jul – septembar 2019.

Tabela 16. – Povod osmišljen u redakciji – vrednosni kontekst tekstova u svim medijima

Povod osmišljen u redakciji/vrednosni kontekst	broj tekstova	%
pozitivan	10	2.74
neutralan	224	61.37
negativan	131	35.89
total	365	100.00

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

U tabelama 17 – 23 predstavljen je raspored navedenih povoda prema medijima:

Tabela 17. – Distribucija povoda u listu *Alo!*

<i>Alo!</i>	broj pojavljivanja	% učešća
ostalo	143	62.17
osmišljen u redakciji	53	23.04
delovanje Vlade Republike Srbije/ pozicije	30	13.04
delovanje opozicije	4	1.74
total	230	100.00

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 18. – Distribucija povoda u listu *Blic*

<i>Blic</i>	broj pojavljivanja	% učešća
ostalo	132	71.35
osmišljen u redakciji	34	18.38
delovanje Vlade Republike Srbije/ pozicije	16	8.65
delovanje opozicije	3	1.62
total	185	100.00

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 19. – Distribucija povoda u listu *Danas*

<i>Danas</i>	broj pojavljivanja	% učešća
ostalo	212	49.19
osmišljen u redakciji	118	27.38
delovanje Vlade Republike Srbije/ pozicije	65	15.08
delovanje opozicije	36	8.35
total	431	100.00

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 20. – Distribucija povoda u listu *Informer*

<i>Informator</i>	broj pojavljivanja	% učešća
ostalo	107	59.12
osmišljen u redakciji	35	19.34
delovanje Vlade Republike Srbije/ pozicije	21	11.60
delovanje opozicije	18	9.94
total	181	100.00

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 21. – Distribucija povoda u listu *Kurir*

<i>Kurir</i>	broj pojavljivanja	% učešća
ostalo	194	73.76
osmišljen u redakciji	51	19.39
delovanje Vlade Republike Srbije/ pozicije	12	4.56
delovanje opozicije	6	2.28
total	263	100.00

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 22. – Distribucija povoda u listu *Politika*

<i>Politika</i>	broj pojavljivanja	% učešća
ostalo	275	57.05
delovanje Vlade Republike Srbije/ pozicije	112	23.24
osmišljen u redakciji	69	14.32
delovanje opozicije	26	5.39
total	482	100.00

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 23. – Distribucija povoda u listu *Večernje novosti*

<i>Večernje novosti</i>	broj pojavljivanja	% učešća
ostalo	239	91.57
delovanje Vlade Republike Srbije/ pozicije	17	6.51
osmišljen u redakciji	5	1.92
delovanje opozicije	0	0.00
total	261	100.00

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

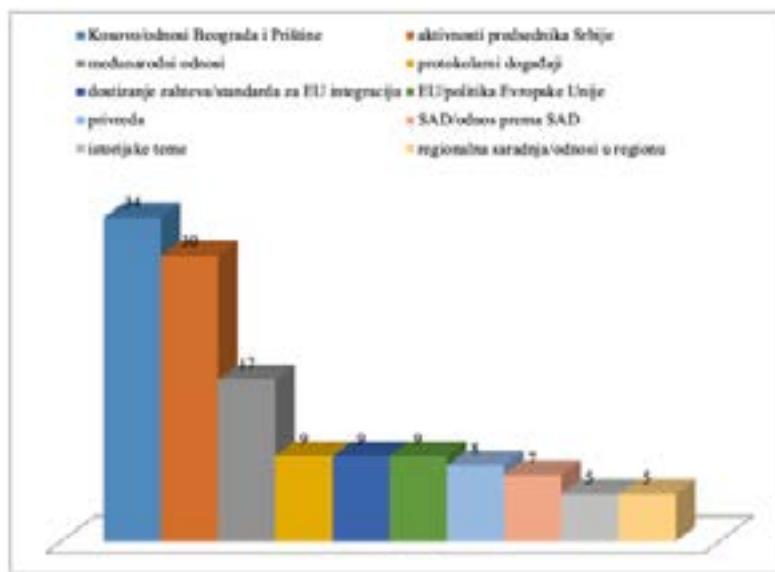
Teme

Kako bi svaki tekst bio što jasnije definisan, odabrani napisи koji čine uzorak klasifikovani su u okviru samo jedne teme, ali su uvek evidentirani i drugi elementi prisutni u tekstu. To nam je omogućilo jasniji uvid u načine izveštavanja i pristup medija određenim temama i u prethodnim izdanjima *Medijametra*. Tekstovi iz oblasti crne hronike, koji imaju društveno-politički karakter, kao i napisи koji se odnose na ubistvo pevačice Jelene Marjanović ponovo su uvršteni u uzorak, kao svojevrsna paradigmа stanja u srpskom novinarstvu, koje odlikuju različiti vidovi nepoštovanja etičkih principa izveštavanja. Takođe, uzorak čine i tekstovi koji su se odnosili na medijski konstruisanu aferu, čija je glavna akterka bila pevačica Jelena Karleuša.

Zastupljenost tema

Političke teme u okviru 19. broja *Medijametra* podeljene su na unutarpolitičke (*politički život u Srbiji, aktivnosti predsednika Srbije, aktivnosti Vlade Srbije i aktivnosti predsednice Vlade Srbije*) i na spoljnopolitičke, koje se prvenstveno odnose na različite diplomatske aktivnosti domaćih političkih aktera. Pojačane aktivnosti u oblasti spoljne politike bilo je potrebno odvojiti od ostalih političkih tema, kako bi se jasno sagledala ta komponenta političkog delovanja. Ovoga puta, tema *spoljna politika Srbije* posmatrana je i kroz elemente koji su bili najzastupljeniji unutar te teme, a koji su ukazivali na ugao iz kojeg se tema posmatra. Svaki selektovani tekst mogao je sadržati samo osnovnu temu ili, uz osnovnu temu i jedan ili više elemenata. U trećem kvartalu 2019. o *spoljnoj politici Srbije* najviše se govorilo iz ugla izazova u vezi sa Kosovom (34 tekstova), u okviru *aktivnosti predsednika Srbije* (30 napis) i *međunarodnih odnosa* (17). Ostali elementi prikazani su u **grafikonu 23**.

Sve političke teme su u periodu jul – septembar 2019. bile prisutne u ukupno 630 ili oko 31% tekstova iz uzorka: *politički život u Srbiji* u 515 ili 25.33% tekstova (prva tema prema zastupljenosti u tekstovima koji su činili uzorak), *spoljna politika Srbije* (67 ili 3.3%), *aktivnosti predsednika Srbije* u 1.52% ili 31 napis, *aktivnosti Vlade Srbije* 0.69% – 14 i *aktivnosti predsednice Vlade Srbije* 0.15% – 3 teksta.

Grafikon 23. – Učešće elemenata prema temi *spoljna politika Srbije* – svi mediji iz uzorka

Izvor: Istraživanje Medijametar, jul – septembar 2019.

Naredna tema prema učešću i u trećem kvartalu 2019. je *Kosovo/odnosi Beograda i Prištine* (248 ili 12.2% tekstova), čiji je prisustvo umanjeno u odnosu na prethodni kvartal (334 ili 14.69% napis). Treća tema prema zastupljenosti bila je *regionalna saradnja/odnosi u regionu* (150 ili 7.38% tekstova), o kojoj je objavljeno dvostruko više tekstova u odnosu na prethodni kvartal (77 ili 3.39%). Privredne teme su bile zastupljene u 102 teksta (5.02%), a zatim, kao što je napomenuto, sledi *spoljna politika Srbije*. Šesta tema od interesa je *SAD/odnosi sa SAD*, o kojoj su mediji objavili 62 ili 3.05% tekstova. Između 2% i 3% napisu posvećeno je *međunarodnim odnosima* (55 tekstova), temama u vezi sa EU (52), pitanjima vere (50) i *infrastrukturom* (48 napisu) (**tabela 24**).

Ako se posmatra vrednosni kontekst 2033 izabrana teksta u trećem kvartalu 2019., vrednosno je obojeno 31.14% napisu – 5.66% pozitivno i 25.48% negativno (**tabela 25**). Najviše negativnih tekstova tradicionalno je napisano je o regionalnim temama (46%). Negativan kontekst zabeležen je i prilikom izveštavanja o temama u vezi sa Kosovom – oko 35% tekstova i *politički životom u Srbiji* – 28.54%. Novinari analiziranih medija objavili su još oko 27% negativno intoniranih napisu o privredi, 24% o pitanjima u vezi sa crkvom i religijom i 20% o međunarodnim odnosima. U trećem kvartalu 2019. zabeleženo je nešto više pozitivno intoniranih tekstova u odnosu na dve teme – *infrastrukturu* (21 ili 43.75%) i *spoljnu politiku Srbije* (18 ili 26.87%) (**tabela 24**).

Mediji u trećem tromesečju 2019. ponovo nisu pokazali veće interesovanje za teme u vezi sa Rusijom – objavljeno je ukupno 36 ili 1.77% tekstova. Napisano je najviše neutralnih – 69.44%, pozitivnih je bilo 30.56%,¹⁶ dok negativni napisi nisu zabeleženi. Sa druge strane, o EU je objavljeno znatno više tekstova – 52 ili 2.56%. Većina, 88.46% u neutralnom vrednosnom kontekstu, uz 6 negativno konotiranih napisu,¹⁷ a bez pozitivnih (**grafikon 24**).

16 Pet pozitivno konotiranih tekstova objavljeno je u dnevnom listu *Politika*, 3 u *Večernjim novostima* i 3 u *Kuriru*.

17 Najviše u dnevnim novinama *Politika* – 4, uz po jedan napis u *Večernjim novostima* i *Informeru*.

Tabela 24. – Distribucija tema i njihov vrednosni kontekst u sedam medija iz uzorka¹⁸

Svi mediji	Vrednosni kontekst u odnosu na temu							
	total		pozitivan		neutralan		negativan	
	broj	%	broj	%	broj	%	broj	%
politički život u Srbiji	515	25.33	3	0.58	365	70.87	147	28.54
Kosovo/odnosi Beograda i Prištine	248	12.20	1	0.40	159	64.11	88	35.48
regionalna saradnja/odnosi u regionu	150	7.38	0	0.00	81	54.00	69	46.00
privreda	102	5.02	8	7.84	66	64.71	28	27.45
spoljna politika Srbije	67	3.30	18	26.87	48	71.64	1	1.49
SAD/odnosi prema SAD	62	3.05	3	4.84	49	79.03	10	16.13
međunarodni odnosi	55	2.71	1	1.82	43	78.18	11	20.00
EU/politika Evropske Unije	52	2.56	0	0.00	46	88.46	6	11.54
pitanja vere, crkva, religija	50	2.46	3	6.00	35	70.00	12	24.00
infrastruktura	48	2.36	21	43.75	22	45.83	5	10.42

Izvor: Istraživanje Medijametar, jul – septembar 2019.

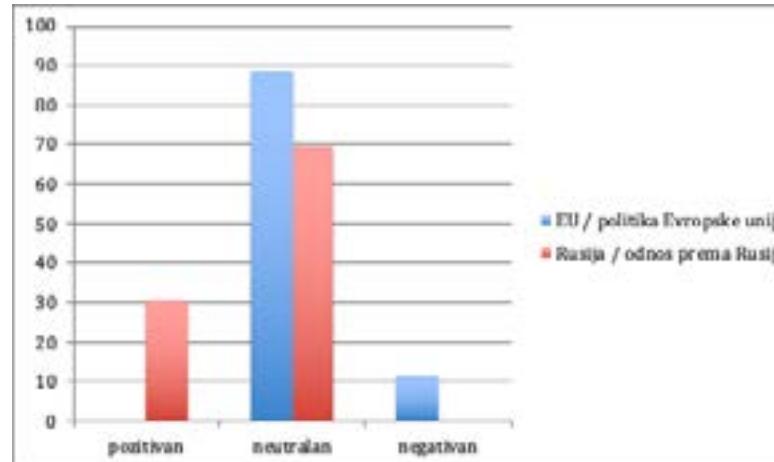
Tabela 25. – Vrednosni kontekst u odnosu na sve teme i svih sedam medija iz uzorka

Total	broj	%
pozitivan	115	5.66
neutralan	1400	68.86
negativan	518	25.48
total	2033	100.00

Izvor: Istraživanje Medijametar, jul – septembar 2019.

18 U svim tabelama koje se odnose na treći kvartal 2019., predstavljeno je po deset najzastupljenijih tema.

Grafikon 24. – Vrednosni kontekst u svim medijima iz uzorka prema temama *Rusija/odnos prema Rusiji i EU/politika Evropske unije*



Izvor: Istraživanje Medijametar, jul – septembar 2019.

Distribucija tema prema medijima

Alo!

Najzastupljenija tema u dnevnom listu *Alo!* je *politički život u Srbiji*, kojoj uredništvo ovog medija posvećuje 77 tekstova (33.48%), od kojih je oko 28.57% negativno. Druga tema prema zastupljenosti u dnevnim novinama *Alo!* je *Kosovo/odnosi Beograda i Prištine* (35 ili 15.22%), o kojoj je čak 22 ili oko 63% tekstova napisano u negativnom kontekstu. Regionalna tematika je ponovo predstavljena u skoro 79% negativnih tekstova (15 od 19 objavljenih napis), dok je oko trećine tekstova koji govore o privredi i pitanjima vere takođe negativno. Kada je u pitanju prvih 10 najzastupljenijih tema, novinari lista *Alo!* zauzeli su pozitivan stav samo odnosu na teme u vezi sa vojskom (3 pozitivna teksta). O najzastupljenijim temama i vrednosnom kontekstu u odnosu na sve teme u dnevnom listu *Alo!* videti više u tabelama 26 i tabeli 27).

Tabela 26. – Distribucija tema i njihov vrednosni kontekst u dnevnom listu *Alo!*

<i>Alo!</i>	Vrednosni kontekst u odnosu na temu							
	total		pozitivan		neutralan		negativan	
	broj	%	broj	%	broj	%	broj	%
politički život u Srbiji	77	33.48	0	0.00	55	71.43	22	28.57
Kosovo/odnosi Beograda i Prištine	35	15.22	0	0.00	13	37.14	22	62.86
regionalna saradnja/odnosi u regionu	19	8.26	0	0.00	4	21.05	15	78.95
privreda	14	6.09	0	0.00	9	64.29	5	35.71
pitanja vere, crkva, religija	12	5.22	0	0.00	8	66.67	4	33.33
politički život u Crnoj Gori	10	4.35	0	0.00	6	60.00	4	40.00
ubistvo pevačice Jelene Marjanović	8	3.48	0	0.00	7	87.50	1	12.50
vojska	6	2.61	3	50.00	3	50.00	0	0.00
kriminal	6	2.61	0	0.00	5	83.33	1	16.67
afera Karleuša	6	2.61	0	0.00	0	0.00	6	100.00

Izvor: Istraživanje Medijametar, jul – septembar 2019.

Tabela 27. – Vrednosni kontekst u odnosu na sve teme u listu *Alo!*

<i>Alo!</i>	broj	%
pozitivan	7	3.04
neutralan	137	59.57
negativan	86	37.39
total	230	100

Izvor: Istraživanje Medijametar, jul – septembar 2019.

Blic

Najzastupljenija tema u dnevnom listu *Blic* je *politički život u Srbiji*, sa učešćem od 30.27% (56 tekstova). Kada je ova tema u pitanju, najveće je učešće neutralnih napisa – oko 86%, dok su preostali tekstovi negativni (oko 14%). Druga tema prema zastupljenosti je *Kosovo/odnosi Beograda i Prištine*, o kojoj je napisano 22.7% ili 42 teksta, a oko 38% napisa koji su se odnosili na ovu temu bilo je negativno konotirano. *Blic* je u trećem kvartalu 2019. veću pažnju poklanjao temama iz oblasti privrede, koje su bile zastupljene u 10 tekstova, dok je od 10 napisa o regionalnim temama čak 9 bilo negativno. Novinari ovog lista posvetili su pažnju i *spoljnoj politici Srbije* (7 ili 3.78%) (raspored i vrednosni kontekst ostalih najzastupljenijih tema u *Blicu* videti u tabelama 28 i 29).

Tabela 28. – Distribucija tema i njihov vrednosni kontekst u listu *Blic*

<i>Blic</i>	Vrednosni kontekst u odnosu na temu							
	total		pozitivan		neutralan		negativan	
	broj	%	broj	%	broj	%	broj	%
politički život u Srbiji	56	30.27	0	0.00	48	85.71	8	14.29
Kosovo/odnosi Beograda i Prištine	42	22.70	0	0.00	26	61.90	16	38.10
privreda	10	5.41	0	0.00	10	100.00	0	0.00
regionalna saradnja/odnosi u regionu	10	5.41	0	0.00	1	10.00	9	90.00
spoljna politika Srbije	7	3.78	1	14.29	6	85.71	0	0.00
ekonomija	6	3.24	0	0.00	6	100.00	0	0.00
kriminal	6	3.24	0	0.00	6	100.00	0	0.00
infrastruktura	5	2.70	1	20.00	4	80.00	0	0.00
sport	4	2.16	0	0.00	4	100.00	0	0.00
ubistvo pevačice Jelene Marjanović	4	2.16	0	0.00	2	50.00	2	50.00
pravosuđe, aktivnosti pravosudnih organa	4	2.16	0	0.00	1	25.00	3	75.00
međunarodni odnosi	4	2.16	0	0.00	3	75.00	1	25.00
politički život u Crnoj Gori	4	2.16	0	0.00	1	25.00	3	75.00

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 29. – Vrednosni kontekst u odnosu na sve teme u listu *Blic*

<i>Blic</i>	broj	%
pozitivan	2	1.08
neutralan	135	72.97
negativan	48	25.95
total	185	100

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Danas

U dnevnom listu *Danas* najzastupljenije su unutarpolitičke teme (172 teksta – oko 40%), kojima je ovaj list posvetio gotovo istu pažnju kao i u proteklom kvartalu, a ovu tematiku *Danas* situira u negativan kontekst u skoro 24.42% tekstova. Sledеća tema o kojoj su izveštavali novinari ovog lista je *privreda* (40 ili 9.28% tekstova – 45% u negativnom kontekstu). Treća tema prema učešću bila je *Kosovo/odnosi Beograda i Prištine* – 26 (oko 6%) tekstova, koju je u najvećoj meri ovaj list prezentovao u neutralnom kontekstu (oko 88.46%). *Mediji/sloboda medija* su četvrta tema prema zastupljenosti – 23 (5.34%), o kojoj je skoro trećina tekstova napisana u negativnom vrednosnom kontekstu. Sledе obrazovanje, tema prisutna u 20 tekstova (4.64% uglavnom neutralnih napisa). Ovaj dnevni list se na naslovnicama bavio i kulturom i regionalnim temama (17, odnosno 13 napisa), koje je u najvećoj meri posmatrao u neutralnom kontekstu (tabeli 30 i 31).

Tabela 30. – Vrednosni kontekst prema temama u dnevnom listu *Danas*

<i>Danas</i>	Vrednosni kontekst u odnosu na temu							
	total		pozitivan		neutralan		negativan	
	broj	%	broj	%	broj	%	broj	%
politički život u Srbiji	172	39.91	0	0.00	130	75.58	42	24.42
privreda	40	9.28	0	0.00	22	55.00	18	45.00
Kosovo/odnosi Beograda i Prištine	26	6.03	0	0.00	23	88.46	3	11.54
mediji/sloboda medija	23	5.34	0	0.00	16	69.57	7	30.43
obrazovanje	20	4.64	0	0.00	19	95.00	1	5.00
kultura	17	3.94	0	0.00	16	94.12	1	5.88
regionalna saradnja/odnosi u regionu	13	3.02	0	0.00	12	92.31	1	7.69
sport	12	2.78	0	0.00	9	75.00	3	25.00
pitanja vere, crkva, religija	10	2.32	0	0.00	5	50.00	5	50.00
međunarodni odnosi	10	2.32	0	0.00	10	100.00	0	0.00

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 31. – Vrednosni kontekst u odnosu na sve teme u listu *Danas*

<i>Danas</i>	broj	%
pozitivan	0	0.00
neutralan	330	76.57
negativan	101	23.43
total	431	100.00

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Informer

U dnevnim novinama *Informer* najviše tekstova objavljeno je o *političkom životu u Srbiji* – 48 ili 26.52%. Ova tema tretirana je u čak 87.5% napisa u negativnom kontekstu. Druga tema prema zastupljenosti u ovom mediju bila je *Kosovo/odnosi Beograda i Prištine* (32 ili 17.68%), o kojoj *Informer* piše negativno u oko 47% objavljenih tekstova. O regionalnim odnosima ovaj list objavljuje 75% negativno konotiranih tekstova (12 od 16 objavljenih), dok je u pozitivnom kontekstu napisano 75% tekstova o infrastrukturnim projektima i 36.36% napisa o *spoljnoj politici Srbije* (više informacija u **tabeli 32**).

U odnosu na sve medije iz uzorka, u dnevnim novinama *Informer* zabeleženo je najveće učešće vrednosno konotiranih tekstova – oko 65% (videti **tabelu 33**). Takođe, ovaj medij je zastupljen u uzorku sa najmanjim brojem odabralih tekstova – 181.

Tabela 32. – Distribucija tema i njihov vrednosni kontekst u listu *Informer*

<i>Informer</i>	Vrednosni kontekst u odnosu na temu							
	total		pozitivan		neutralan		negativan	
	broj	%	broj	%	broj	%	broj	%
politički život u Srbiji	48	26.52	1	2.08	5	10.42	42	87.50
Kosovo/odnosi Beograda i Prištine	32	17.68	0	0.00	17	53.13	15	46.88
regionalna saradnja/odnosi u regionu	16	8.84	0	0.00	4	25.00	12	75.00
spoljna politika Srbije	11	6.08	4	36.36	7	63.64	0	0.00
SAD/odnos prema SAD	8	4.42	0	0.00	3	37.50	5	62.50
infrastruktura	8	4.42	6	75.00	2	25.00	0	0.00
sport	7	3.87	0	0.00	6	85.71	1	14.29
Hag /ratni zločini	6	3.31	0	0.00	3	50.00	3	50.00
ubistvo pevačice Jelene Marijanović	5	2.76	0	0.00	4	80.00	1	20.00
politički život u Crnoj Gori	5	2.76	0	0.00	1	20.00	4	80.00

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 33. – Vrednosni kontekst u odnosu na sve teme u listu *Informer*

<i>Informer</i>	broj	%
pozitivan	18	9.94
neutralan	63	34.81
negativan	100	55.25
total	181	100.00

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Kurir

Politički život u Srbiji je tema o kojoj je u *Kuriru* u trećem tromesečju napisan najveći broj tekstova – 84 ili oko 32%, većinom u neutralnom kontekstu (oko 83%). Druga tema prema zastupljenosti bila je *regionalna saradnja/odnosi u regionu*, zastupljena u 19 ili 7.22% napisa (31.58% negativnih), a sledi *Kosovo/odnosi Beograda i Prištine* (17 ili 6.46%), o kojoj je oko 24% napisa negativno konotirano. Ovaj dnevni list u 14 tekstova piše o *spoljnoj politici Srbije*, koju situira u pozitivan vrednosni kontekst u 5 ili 35.71% napisa. Iako je od ubistva pevačice Jelene Marijanović prošlo više od dve i po godine, *Kurir* o ovom nesrećnom događaju i dalje piše na naslovnim stranama – čak 7 tekstova posvećeno je toj temi (više u **tabelama 34 i 35**).

Tabela 34. – Distribucija tema i njihov vrednosni kontekst u listu *Kurir*

<i>Kurir</i>	Vrednosni kontekst u odnosu na temu							
	total		pozitivan		neutralan		negativan	
	broj	%	broj	%	broj	%	broj	%
politički život u Srbiji	84	31.94	1	1.19	70	83.33	13	15.48
regionalna saradnja/odnosi u regionu	19	7.22	0	0.00	13	68.42	6	31.58
Kosovo/odnosi Beograda i Prištine	17	6.46	0	0.00	13	76.47	4	23.53
spoljna politika Srbije	14	5.32	5	35.71	9	64.29	0	0.00
SAD/odnos prema SAD	12	4.56	2	16.67	10	83.33	0	0.00
lokalna samouprava	10	3.80	0	0.00	4	40.00	6	60.00
privreda	9	3.42	1	11.11	5	55.56	3	33.33
ubistvo pevačice Jelene Marijanović	7	2.66	0	0.00	7	100.00	0	0.00
korupcija	7	2.66	0	0.00	4	57.14	3	42.86
sport	6	2.28	0	0.00	6	100.00	0	0.00
Rusija/odnos prema Rusiji	6	2.28	3	50.00	3	50.00	0	0.00

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 35. – Vrednosni kontekst u odnosu na sve teme u listu *Kurir*

Kurir	broj	%
pozitivan	25	9.51
neutralan	190	72.24
negativan	48	18.25
total	263	100.00

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Politika

Dnevni list *Politika* se u trećem kvartalu 2019. najviše bavio temama u vezi sa regionom i Kosovom – po 48 ili 9.96% tekstova, s tim što je o regionalnoj tematiki 37.5%, dok je o temama u vezi sa Kosovom oko 52% napisana negativno konotirano. Približan broj tekstova beleži se i o političkom životu u Srbiji – 47 ili 9.75% tekstova posvećeno je ovoj temi, a oko 43% bilo je negativno konotirano. O temama u vezi sa EU napisano je 35 tekstova (oko 7%), s tim što je način prezentovanja ove teme u oko 11% napisana bio negativan. Peta tema od interesa u ovim novinama bili su međunarodni odnosi – 24 ili oko 5% (25% negativno intoniranih napisana). Tema o kojoj je napisano najviše pozitivnih tekstova je *infrastruktura* – ukupno 16 napisana, od kojih je 7 ili oko 44% situirano u pozitivan kontekst (više u **tabelama 36 i 37**). *Politika* je u trećem kvartalu 2019. objavila najveći broj tekstova koji su odabrani za uzorak – 482.

Tabela 36. – Distribucija tema i njihov vrednosni kontekst u listu *Politika*

Politika	Vrednosni kontekst u odnosu na temu							
	total		pozitivan		neutralan		negativan	
	broj	%	broj	%	broj	%	broj	%
regionalna saradnja/ odnosi u regionu	48	9.96	0	0.00	30	62.50	18	37.50
Kosovo/odnosi Beogra- da i Prištine	48	9.96	0	0.00	23	47.92	25	52.08
politički život u Srbiji	47	9.75	1	2.13	26	55.32	20	42.55
EU/politika Evropske Unije	35	7.26	0	0.00	31	88.57	4	11.43
međunarodni odnosi	24	4.98	0	0.00	18	75.00	6	25.00
privreda	21	4.36	3	14.29	16	76.19	2	9.52
SAD/odnos prema SAD	17	3.53	0	0.00	15	88.24	2	11.76
aktivnosti predsednika Srbije	17	3.53	0	0.00	17	100.00	0	0.00
infrastruktura	16	3.32	7	43.75	9	56.25	0	0.00
pitanja vere, crkva, religija	16	3.32	3	18.75	13	81.25	0	0.00

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 37. – Vrednosni kontekst u odnosu na sve teme u listu *Politika*

Politika	broj	%
pozitivan	36	7.47
neutralan	345	71.58
negativan	101	20.95
total	482	100.00

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Večernje novosti

Večernje novosti su na naslovnicama najviše izveštavale o temama u vezi sa Kosovom (48 ili oko 18% napisana), uglavnom u neutralnom tonu. Naredna tema prema zastupljenosti u ovom listu je *politički život u Srbiji* (31 ili oko 12% napisana). Političke prilike u Srbiji su svim tekstovima predstavljene u neutralnom svetu. Naredna tema od interesa ovog lista bili su regionalni odnosi, zastupljeni u 25 ili oko 10% tekstova, od kojih je 32% negativno. *Spoljna politika Srbije* praćena je u 14 ili 5.36% napisana, od kojih je pozitivno 28.57%. Tema koja je u najvećoj meri praćena u pozitivnom tonu je *infrastruktura* (62.5% pozitivnih napisana) (više u **tabelama 38 i 39**).

U dnevnom listu *Večernje novosti* beleži se najveće učešće neutralno konotiranih tekstova u odnosu na sve ostale medije iz uzorka – 76.63%.

Tabela 38. – Vrednosni kontekst prema temama u dnevnom listu *Večernje novosti*

Večernje novosti	Vrednosni kontekst u odnosu na temu							
	total		pozitivan		neutralan		negativan	
	broj	%	broj	%	broj	%	broj	%
Kosovo/odnosi Beograda i Prištine	48	18.39	1	2.08	44	91.67	3	6.25
politički život u Srbiji	31	11.88	0	0.00	31	100.00	0	0.00
regionalna saradnja/ odnosi u regionu	25	9.58	0	0.00	17	68.00	8	32.00
spoljna politika Srbije	14	5.36	4	28.57	9	64.29	1	7.14
SAD/odnos prema SAD	12	4.60	1	8.33	9	75.00	2	16.67
Rusija/odnos prema Rusiji	10	3.83	5	50.00	5	50.00	0	0.00
Hag/ratni zločini	8	3.07	0	0.00	4	50.00	4	50.00
infrastruktura	8	3.07	5	62.50	3	37.50	0	0.00
međunarodni odnosi	8	3.07	0	0.00	7	87.50	1	12.50
pravosuđe, aktivnosti pravosudnih organa	7	2.68	0	0.00	7	100.00	0	0.00
politički život u Crnoj Gori	7	2.68	0	0.00	5	71.43	2	28.57

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 39. – Vrednosni kontekst u odnosu na sve teme u listu *Večernje novosti*

<i>Večernje novosti</i>	broj	%
pozitivan	27	10.34
neutralan	200	76.63
negativan	34	13.03
total	261	100.00

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Balans

U trećem tromesečju 2019, ponovo se može primetiti da većina zastupljenih tema nije tretirana na celovit način, o čemu govori podatak da je balans prisutan u samo 14.26% svih napisa. Najmanje balansiranih tekstova zabeleženo je u listu *Informer* 1.1% (samo 2 od 181 teksta), a najviše u *Blicu* – 29.73% (**tabela 40**).

Iako vrednosni kontekst nije izražen u oko 69% svih tekstova, u sagledavanju realne slike medija iz uzorka svakako treba uzeti u obzir i činjenicu da velika većina tekstova sa naslovnicama koje smo analizirali nije celovita i da takav jednostran pristup oslikava opšte stanje u srpskim medijima. Balansirni tekstovi, najkad, nužno pokazuju određeni stepen uzdržanosti, što očigledno ne predstavlja naročito raširenu pojavu u srpskom novinarstvu. Opredeljivanje, koje je ponekad veoma strasno, privlači publiku, ali smanjuje ozbiljnost. Reč je o brzini reakcije, a ne o detaljnem i racionalnom informisanju koje zahteva istraživanje, veći broj sagovornika i pouzdanih i proverljivih podataka, uz dostupne izvore informacija. Na taj način se u kratkom vremenu stiče tiraž i popularnost, ali ne i ugled.

Tabela 40. – Balans u odnosu na sve teme i svih sedam medija iz uzorka

Svi mediji	da		ne	
medij	%	broj	%	broj
<i>Informer</i>	1.10	2	98.90	179
<i>Kurir</i>	5.70	15	94.30	248
<i>Večernje novosti</i>	7.66	20	92.34	241
<i>Alo!</i>	8.26	19	91.74	211
<i>Politika</i>	16.60	80	83.40	402
<i>Danas</i>	22.97	99	77.03	332
<i>Blic</i>	29.73	55	70.27	130
total	14.26	290	85.74	1743

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Akteri

Mediji u Srbiji se, bar sudeći prema analizi empirijskog materijala prikupljenog sa naslovnicama, pretežno bave političkim događajima unutar Srbije. Individualni i kolektivni politički akteri, koji zauzimaju različite pozicije unutar političkog života Srbije, čine 45.64% od ukupnog broja aktera o kojima govore selektovani tekstovi sa naslovnicama (videti **tabelu 41** i **tabele 42, 47, 48, 49, 50 i 51**, koje govore o distribuciji, učestalosti pojavljivanja pojedinih individualnih i **tabele 52, 53, 54 i 55**, koje govore o distribuciji učestalosti pojavljivanja kolektivnih domaćih političkih aktera). Ukoliko ovom broju pridružimo i tekstove koji govore o inostranim političkim akterima, procenat učešća političkih aktera u ukupnom broju aktera na naslovnicama raste do 76.05%. Druga grupa po učestalosti pojavljivanja su različiti društveni akteri koji čine 16.04% našeg uzorka. Privredni i ekonomski akteri su protagonisti tekstova sa naslovnicama tek u 5.22% slučajeva (videti **tabelu 41**).

Tabela 41. – Ukupna distribucija aktera koji se pojavljuju u tekstovima koji su ušli u uzorak istraživanja (izražena u apsolutnim brojevima)

Akteri	8627	Unutrašnji	5177	Individualni	3855
Politički akteri				Kolektivni	1322
		Inostrani	3450	Individualni	2858
				Kolektivni	592
Privredni/ekonomski akteri	593	Unutrašnji	576	Individualni	192
				Kolektivni	384
		Inostrani	17	Individualni	0
				Kolektivni	17
Drugi društveni akteri	1820	Unutrašnji	1779	Individualni	1292
				Kolektivni	487
		Inostrani	41	Individualni	29
				Kolektivni	12
Neimenovanii izvor					303
Total					11343

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

U **tabelama 42, 47, 48, 49, 50 i 51** data je distribucija učestalosti pojavljivanja pojedinih individualnih političkih aktera koji delaju unutar političke scene društva Srbije. Individualni politički akteri – članovi i članice Vlade Srbije (40.41%), akteri političkih stranaka pozicije (9.31%) i akteri iz redova stranaka opozicije (31.64%) značajno su prisutniji na naslovnicama (81.36%) u odnosu na 9.23% predstavnika državnih organa i institucija, 1.63% predstavnika vojske i policije i 7.75% onih koji ne pripadaju ni aktuelnoj Vladi Srbije, niti strankama pozicije i/ili opozicije.

Tabela 42. – Distribucija učestalosti i vrednosni kontekst pojavljivanja individualnih političkih aktera iz Vlade Republike Srbije i predsednika Republike Srbije

Vlada i predsednik Republike Srbije	broj	%	pozitivan	%	neutralan	%	negativan	%
Aleksandar Vučić	708	45.44	14	1.98	661	93.36	33	4.66
Ana Brnabić	160	10.27	0	0.00	156	97.50	4	2.50
Ivica Dačić	159	10.21	0	0.00	157	98.74	2	1.26
Nebojša Stefanović	112	7.19	0	0.00	107	95.54	5	4.46
Aleksandar Vulin	80	5.13	0	0.00	80	100.00	0	0.00
Siniša Mali	78	5.01	1	1.28	76	97.44	1	1.28
Zorana Mihajlović	72	4.62	0	0.00	71	98.61	1	1.39
Rasim Ljajić	22	1.41	0	0.00	22	100.00	0	0.00
Jadranka Joksimović	21	1.35	0	0.00	21	100.00	0	0.00
Mladen Šarčević	21	1.35	0	0.00	20	95.24	1	4.76
Zoran Đorđević	17	1.09	0	0.00	17	100.00	0	0.00
Zlatibor Lončar	16	1.03	0	0.00	16	100.00	0	0.00
Nela Kuburović	13	0.83	0	0.00	12	92.31	1	7.69
Nenad Popović	13	0.83	0	0.00	11	84.62	2	15.38
Branko Ružić	10	0.64	0	0.00	9	90.00	1	10.00
Goran Trivan	9	0.58	0	0.00	8	88.89	1	11.11
Branislav Nedimović	9	0.58	1	11.11	8	88.89	0	0.00
Vanja Udrović	9	0.58	0	0.00	9	100.00	0	0.00
Vladan Vukosavljević	9	0.58	0	0.00	9	100.00	0	0.00
Slavica Đukić Dejanović	8	0.51	0	0.00	8	100.00	0	0.00
Aleksandar Antić	7	0.45	0	0.00	6	85.71	1	14.29
Milan Krkobabić	3	0.19	0	0.00	3	100.00	0	0.00
Goran Knežević	2	0.13	0	0.00	2	100.00	0	0.00
total	1558	100.00	16	1.03	1489	95.57	53	3.40

Izvor: Istraživanje Medijametar, jul – septembar 2019.

Kao i u prethodnom tromesečju, najzastupljeniji akter na naslovnim stranicama dnevnih novina u Srbiji bio je predsednik Srbije Aleksandar Vučić, o kojem mediji iz našeg uzorka izveštavaju pretežno neutralno (u 93.36% slučajeva). O njemu je napisano još i 1.98% (14) pozitivnih¹⁹ i 4.66% (33) teksta sa negativnom²⁰ konotacijom. Predsednik Srbije se kao protagonist tekstova na naslovnicama pojavljuje 708 puta, što je značajno više od prvog sledećeg rangiranog aktera, premijerke Srbije Ane Brnabić, koja je prisutna u 160 tekstova i ministra inostranih poslova Ivice Dačića, koji je zastupljen u 159 napisu. Najveću frekvenciju pojavljanja Aleksandra Vučića, izraženu u apsolutnim brojevima, beležimo u dnevnim listovima *Danas* (203), *Politika* (129) i *Večernje novosti* (107). Izraženo u relativnim brojevima procentualnog učešća tekstova u kojima se on pojavljuje kao akter, a u odnosu na ukupan broj selektovanih tekstova iz istih pojedinačnih novina, vidimo da je on kao akter najzastupljeniji u *Danasu* (47.1%), *Večernjim novostima* (41%) i *Informeru* (oko 35%). Najmanje učešće tekstova u kojima je akter predsednik Srbije beležimo u dnevnom listu *Alo!* (29.13%) i *Politika* (26.76%) (videti tabelu 44). Kada je reč o vrednosnom kontekstu, najveće učešće, kao i broj negativnih tekstova ponovo su prisutni u *Danasu* (16.26% ili 33 napisu). Jedino u ovom dnevnom listu su i objavljeni negativno konotirani tekstovi o Aleksandru Vučiću. Pozitivno konotirani tekstovi objavljeni su u listovima *Alo!* (6 ili 8.96%), *Informeru* i *Kuriru* (po 3 ili 4.76%, odnosno 3.85%) i *Politici* i *Večernjim novostima* (po 1) (više informacija u tabeli 43).

Tabela 43. –Aleksandar Vučić: Vrednosti kontekst u odnosu na medij

Aleksandar Vučić	pozitivan		neutralan		negativan		total	
	medij	broj	%	broj	%	broj	%	broj
<i>Alo!</i>	6	8.96	61	91.04	0	0.00	67	100.00
<i>Blic</i>	0	0.00	61	100.00	0	0.00	61	100.00
<i>Danas</i>	0	0.00	170	83.74	33	16.26	203	100.00
<i>Informer</i>	3	4.76	60	95.24	0	0.00	63	100.00
<i>Kurir</i>	3	3.85	75	96.15	0	0.00	78	100.00
<i>Politika</i>	1	0.78	128	99.22	0	0.00	129	100.00
<i>Večernje novosti</i>	1	0.93	106	99.07	0	0.00	107	100.00
total	14	1.98	661	93.36	33	4.66	708	100.00

Izvor: Istraživanje Medijametar, jul – septembar 2019.

19 Nešto manje nego u prethodnim kvartalima kada ih je bilo: 17 (u drugom kvartalu 2019. godine), 22 (u prvom).

20 Više nego u prethodnim kvartalima u kojima ih je bilo 27 (prethodni kvartal), 21 (prvi kvartal 2019).

Tabela 44. – Broj pojavljivanja Aleksandra Vučića u odnosu na ukupan broj tekstova u pojedinim dnevnim novinama

Aleksandar Vučić prema medijima	broj pojavljivanja	ukupan broj tekstova	% učešća u odnosu na ukupan broj tekstova
Danas	203	431	47.10
Večernje novosti	107	261	41.00
Informer	63	181	34.81
Blic	61	185	32.97
Kurir	78	263	29.66
Alo!	67	230	29.13
Politika	129	482	26.76
total	708	2033	34.83

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Premijerka Ana Brnabić je protagonistinja u 160 (10.27%) analiziranih tekstova i druga je prema učestalosti pojavljivanja među individualnim političkim akterima sa političke scene Srbije (videti **tabelu 41**). U trećem kvartalu 2019. godine napisana su četiri negativno konotirana teksta o Ani Brnabić, i svi su objavljeni u dnevnom listu *Danas*. Pozitivno konotirani tekstovi o aktuelnoj premijerki nisu objavljeni u ovom kvartalu (videti **tabelu 45**).

Najveći broj tekstova u kojima je akterka premijerka Srbije, objavili su dnevni listovi, *Danas* (41), *Večernje novosti* (35) i *Politika* (34). Najveće učešće tekstova u odnosu na ukupan broj tekstova u mediju zabeleženo je u *Večernjim novostima* (13.41%) i *Danasu* (9.51%) (**tabela 46**).

Tabela 45. – Ana Brnabić: Vrednosti kontekst u odnosu na medij

Ana Brnabić	pozitivan		neutralan		negativan		total	
medij	broj	%	broj	%	broj	%	broj	%
Alo!	0	0.00	10	100.00	0	0.00	10	100.00
Blic	0	0.00	13	100.00	0	0.00	13	100.00
Danas	0	0.00	37	90.24	4	9.76	41	100.00
Informer	0	0.00	9	100.00	0	0.00	9	100.00
Kurir	0	0.00	18	100.00	0	0.00	18	100.00
Politika	0	0.00	34	100.00	0	0.00	34	100.00
Večernje novosti	0	0.00	35	100.00	0	0.00	35	100.00
total	0	0.00	156	97.50	4	2.50	160	100.00

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 46. – Broj pojavljivanja Ane Brnabić u odnosu na ukupan broj tekstova u pojedinim dnevnim novinama

Ana Brnabić prema medijima	broj pojavljivanja	ukupan broj tekstova	% učešća u odnosu na ukupan broj tekstova
Večernje novosti	35	261	13.41
Danas	41	431	9.51
Politika	34	482	7.05
Blic	13	185	7.03
Kurir	18	263	6.84
Informer	9	181	4.97
Alo!	10	230	4.35
total	160	2033	7.87

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Ostali akteri iz grupacije koju čini Vlada i predsednik Republike Srbije su u 95.57% tekstova predstavljeni u neutralnom vrednosnom kontekstu. Najveći broj negativno konotiranih tekstova, osim o predsedniku Aleksandru Vučiću, napisano je o Nebojši Stefanoviću (5 ili 4.46% od ukupnog broja negativno konotiranih tekstova). Zanimljivo je da je, osim o predsedniku Aleksandru Vučiću, samo još o ministru poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede Branislavu Nedimoviću i ministru finansija Siniši Malom napisan po jedan pozitivan tekst (**tabela 41**).

U trećem kvartalu 2019. godine beležimo ponovni pad broja pojavljivanja opozicionih aktera – 1220, u odnosu na prethodni kvartal kada ih je bilo 1287, i onaj pre njega kada ih je bilo 1511. Ipak, u odnosu na poslednja dva kvartala 2018. godine – 1030 u četvrtom i 932 u trećem – i dalje je primetno povećano prisustvo predstavnika opozicije. I u ovom kvartalu najprisutniji opozicioni lider bio je Dragan Đilas sa 218 pojavljivanja, zastupljen nešto više nego u prethodnom tromesečju (200). Slede Boško Obradović (105) i Vuk Jeremić (93). Najviše negativnih tekstova, izraženo u apsolutnim brojevima, napisano je o Dragunu Đilasu (83),²¹ zatim o Vuku Jeremiću (32)²² i o Bošku Obradoviću (29)²³ (videti **tabelu 47**).

21 Više u odnosu na prethodni kvartal kada ih je bilo 75 i manje u odnosu na prvi kvartal 2019, kada ih je bilo 111.

22 Manje u odnosu na prethodna tromesečja 2019: drugo (48), prvo (55).

23 Manje u odnosu na prethodna tromesečja 2019: drugo (63), prvo (50), a značajno više u odnosu na dva poslednja kvartala u 2018. – četvrti (25) i posebno treći (svega 15).

Tabela 47. – Distribucija učestalosti i vrednosni kontekst pojavljivanja individualnih političkih aktera iz oponicije

Opozicija – individualno	broj	%	pozitivan	%	neutralan	%	negativan	%
Dragan Đilas	218	17.87	0	0.00	135	61.93	83	38.07
Boško Obradović	105	8.61	0	0.00	76	72.38	29	27.62
Vuk Jeremić	93	7.62	0	0.00	61	65.59	32	34.41
Boris Tadić	64	5.25	0	0.00	54	84.38	10	15.63
Zoran Lutovac	51	4.18	0	0.00	43	84.31	8	15.69
Sergej Trifunović	51	4.18	1	1.96	39	76.47	11	21.57
Vojislav Šešelj	46	3.77	0	0.00	39	84.78	7	15.22
Ćedomir Jovanović	32	2.62	0	0.00	30	93.75	2	6.25
Nebojša Zelevnović	24	1.97	0	0.00	24	100.00	0	0.00
Marko Bastać	23	1.89	0	0.00	11	47.83	12	52.17
Zoran Živković	20	1.64	0	0.00	19	95.00	1	5.00
Marinika Tepić	19	1.56	0	0.00	18	94.74	1	5.26
Bojan Pajitić	18	1.48	0	0.00	14	77.78	4	22.22
Aleksandar Šapić	17	1.39	0	0.00	17	100.00	0	0.00
Miroslav Aleksić	16	1.31	0	0.00	16	100.00	0	0.00
Borko Stefanović	16	1.31	0	0.00	15	93.75	1	6.25
Sanda Rašković Ivić	16	1.31	0	0.00	16	100.00	0	0.00
Miloš Jovanović	15	1.23	0	0.00	15	100.00	0	0.00
Dušan Teodorović	14	1.15	0	0.00	11	78.57	3	21.43
Nikola Jovanović	11	0.90	0	0.00	10	90.91	1	9.09
Velimir Ilić	11	0.90	0	0.00	7	63.64	4	36.36
Đorđe Vukadinović	10	0.82	0	0.00	10	100.00	0	0.00
Radoslav Milojičić Kena	10	0.82	0	0.00	10	100.00	0	0.00
Balša Božović	9	0.74	0	0.00	8	88.89	1	11.11
Miša Vacić	9	0.74	0	0.00	7	77.78	2	22.22
Vladimir Gajić	9	0.74	0	0.00	8	88.89	1	11.11
Gordana Čomić	9	0.74	0	0.00	9	100.00	0	0.00
Janko Veselinović	8	0.66	0	0.00	8	100.00	0	0.00

Nenad Čanak	7	0.57	0	0.00	7	100.00	0	0.00
Radomir Lazović	6	0.49	0	0.00	6	100.00	0	0.00
Stefan Stamenkovski	6	0.49	0	0.00	6	100.00	0	0.00
Dragan Šutanovac	6	0.49	0	0.00	6	100.00	0	0.00
Tatjana Macura	6	0.49	0	0.00	6	100.00	0	0.00
Aleksandra Jerkov	6	0.49	0	0.00	6	100.00	0	0.00
Vjerica Radeta	6	0.49	0	0.00	5	83.33	1	16.67
Dušan Petrović	6	0.49	0	0.00	4	66.67	2	33.33
Saša Mirković	5	0.41	0	0.00	2	40.00	3	60.00
Rade Veljanovski	5	0.41	0	0.00	5	100.00	0	0.00
Goran Jesić	5	0.41	0	0.00	5	100.00	0	0.00
Branislav Lečić	5	0.41	0	0.00	5	100.00	0	0.00
Milan Stamatović	5	0.41	0	0.00	4	80.00	1	20.00
Saša Paunović	5	0.41	0	0.00	5	100.00	0	0.00
Sulejman Ugljanin	5	0.41	0	0.00	3	60.00	2	40.00
Vladan Glišić	5	0.41	0	0.00	5	100.00	0	0.00
Dragoljub Mićunović	4	0.33	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Predrag Marković	4	0.33	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Konstantin Samofalov	4	0.33	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Dobrica Veselinović	4	0.33	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Saša Radulović	3	0.25	0	0.00	2	66.67	1	33.33
Žika Gojković	3	0.25	0	0.00	3	100.00	0	0.00
Uroš Marković	3	0.25	0	0.00	3	100.00	0	0.00
Vesna Rakić Vodinelić	3	0.25	0	0.00	3	100.00	0	0.00
ostali	159	13.03	0	0.00	149	93.71	10	6.29
total	1220	100.00	1	0.08	986	80.82	233	19.10

Izvor: Istraživanje Medijametar, jul – septembar 2019.

U tabelama 48 i 49 prikazan je vrednosni kontekst unutar kojeg se pojedini individualni politički akteri – predstavnici političkih stranaka pozicije i državnih organa, institucija i agencija, pojavljuju u selektovanim tekstovima sa naslovnicama, dok tabelle 50 i 51 prikazuju učestalost i vrednosni kontekst pojavljanja predstavnika vojnih i policijskih organa i drugih društveno-političkih aktera.

Tabela 48. – Distribucija učestalosti i vrednosni kontekst pojavljivanja individualnih političkih aktera pozicije

Pozicija – individualno	broj	%	pozitivan	%	neutralan	%	negativan	%
Vladimir Đukanović	43	11.98	0	0.00	43	100.00	0	0.00
Milovan Drecun	18	5.01	0	0.00	18	100.00	0	0.00
Dragan Marković Palma	18	5.01	0	0.00	18	100.00	0	0.00
Milenko Jovanov	17	4.74	0	0.00	17	100.00	0	0.00
Vladimir Orlić	15	4.18	0	0.00	15	100.00	0	0.00
Milutin Mrkonjić	15	4.18	0	0.00	15	100.00	0	0.00
Miroslav Lazanski	14	3.90	1	7.14	13	92.86	0	0.00
Aleksandar Martinović	12	3.34	0	0.00	12	100.00	0	0.00
Miodrag Linta	11	3.06	0	0.00	11	100.00	0	0.00
Milutin Jeličić Jutka	10	2.79	0	0.00	4	40.00	6	60.00
Darko Glišić	10	2.79	0	0.00	10	100.00	0	0.00
Vladanka Malović	9	2.51	0	0.00	9	100.00	0	0.00
Đorđe Milićević	8	2.23	0	0.00	8	100.00	0	0.00
Marijan Ristićević	8	2.23	0	0.00	7	87.50	1	12.50
Vuk Drašković	7	1.95	0	0.00	6	85.71	1	14.29
Dragan Šormaz	7	1.95	0	0.00	6	85.71	1	14.29
Marija Obradović	5	1.39	0	0.00	5	100.00	0	0.00
Novica Tončev	5	1.39	0	0.00	4	80.00	1	20.00
Žarko Obradović	5	1.39	0	0.00	5	100.00	0	0.00
Nebojša Bakarec	4	1.11	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Miroslav Čučković	3	0.84	0	0.00	3	100.00	0	0.00
Radomir Nikolić	3	0.84	0	0.00	2	66.67	1	33.33
Vladimir Marinković	3	0.84	0	0.00	2	66.67	1	33.33
Muamer Zukorlić	3	0.84	0	0.00	3	100.00	0	0.00
Dragoljub Simonović	3	0.84	0	0.00	3	100.00	0	0.00
Dragomir Karić	3	0.84	0	0.00	3	100.00	0	0.00
Bogoljub Karić	3	0.84	0	0.00	3	100.00	0	0.00
ostali	97	27.02	0	0.00	87	89.69	10	10.31
total	359	100.00	1	0.28	336	93.59	22	6.13

Izvor: Istraživanje Medijametar, jul – septembar 2019.

Tabela 49. – Distribucija učestalosti i vrednosni kontekst pojavljivanja individualnih političkih aktera predstavnika državnih organa, institucija i agencija

Državni organi, institucije i agencije – individualno	broj	%	pozitivan	%	neutralan	%	negativan	%
Goran Vesić	64	17.98	0	0.00	59	92.19	5	7.81
Marko Đurić	40	11.24	0	0.00	39	97.50	1	2.50
Maja Gojković	39	10.96	0	0.00	39	100.00	0	0.00
Tomislav Nikolić	37	10.39	0	0.00	32	86.49	5	13.51
Nikola Selaković	14	3.93	0	0.00	14	100.00	0	0.00
Miloš Vučević	13	3.65	0	0.00	13	100.00	0	0.00
Milovan Drecun	13	3.65	0	0.00	13	100.00	0	0.00
Suzana Vasiljević	9	2.53	0	0.00	9	100.00	0	0.00
Zoran Radojičić	8	2.25	0	0.00	8	100.00	0	0.00
Igor Mirović	6	1.69	0	0.00	6	100.00	0	0.00
Biljana Popović Ivković	5	1.40	0	0.00	5	100.00	0	0.00
Veljko Odalović	4	1.12	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Nikola Nikodijević	3	0.84	0	0.00	3	100.00	0	0.00
ostali	101	28.37	0	0.00	91	90.10	10	9.90
total	356	100.00	0	0.00	335	94.10	21	5.90

Izvor: Istraživanje Medijametar, jul – septembar 2019.

Tabela 50. – Distribucija učestalosti i vrednosni kontekst pojavljivanja individualnih političkih aktera predstavnika vojske i policije

Vojska i policija – individualno	broj	%	pozitivan	%	neutralan	%	negativan	%
Milan Mojsilović	8	12.70	0	0.00	8	100.00	0	0.00
Rodoljub Milović	6	9.52	0	0.00	3	50.00	3	50.00
Vladimir Rebić	3	4.76	0	0.00	3	100.00	0	0.00
ostali	46	73.02	2	4.35	43	93.48	1	2.17
total	63	100.00	2	3.17	57	90.48	4	6.35

Izvor: Istraživanje Medijametar, jul – septembar 2019.

Tabela 51. – Distribucija učestalosti i vrednosni kontekst pojavljivanja **ostalih** individualnih političkih i društvenih aktera

Ostali društveno – politički akteri	broj	%	pozitivan	%	neutralan	%	negativan	%
Slobodan Milošević	72	30.90	0	0.00	70	97.22	2	2.78
Zoran Đindjić	33	14.16	0	0.00	33	100.00	0	0.00
Vojislav Koštunica	18	7.73	0	0.00	18	100.00	0	0.00
Josip Broz Tito	16	6.87	0	0.00	15	93.75	1	6.25
Matija Bećković	11	4.72	0	0.00	11	100.00	0	0.00
Marija Lukić	10	4.29	0	0.00	10	100.00	0	0.00
Mirjana Marković	7	3.00	0	0.00	7	100.00	0	0.00
Emir Kusturica	5	2.15	0	0.00	5	100.00	0	0.00
Vesna Pešić	5	2.15	0	0.00	4	80.00	1	20.00
Marko Milošević	5	2.15	0	0.00	5	100.00	0	0.00
Jelena Milić	5	2.15	0	0.00	5	100.00	0	0.00
Dragoljub Mihailović	5	2.15	0	0.00	5	100.00	0	0.00
Igor Jurić	5	2.15	0	0.00	5	100.00	0	0.00
Megatrend Univerzitet	5	2.15	0	0.00	4	80.00	1	20.00
Filip David	5	2.15	0	0.00	5	100.00	0	0.00
Slavko Ćuruvija	4	1.72	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Mlađan Dinkić	4	1.72	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Inicijativa mladih za ljudska prava	3	1.29	0	0.00	3	100.00	0	0.00
Branko Stefanović	3	1.29	0	0.00	2	66.67	1	33.33
Marina Abramović	3	1.29	0	0.00	3	100.00	0	0.00
Ivan Tasovac	3	1.29	0	0.00	3	100.00	0	0.00
Saša Janković	3	1.29	0	0.00	1	33.33	2	66.67
Rodoljub Šabić	3	1.29	0	0.00	3	100.00	0	0.00
total	233	100.00	0	0.00	225	96.57	8	3.43

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

U okviru kategorije *ostali predstavljeni su akteri koji imaju određen društveni uticaj ili su iz drugih razloga zastupljeni u javnom prostoru, ali njihova društvena uloga nije institucionalizovana ili je van kategorija koje se posebno posmatraju u ovom istraživanju*. Takođe, u ovu kategoriju svrstane su i ličnosti koje su tokom života imale veliki uticaj ili značajne političke uloge, poput Zorana Đindjića ili Slobodana Miloševića, o čijim se političkim ulogama i dalje diskutuje u javnosti. Tako je u u trećem kvartalu 2019, u čak 72 teksta objavljena na naslovnim stranama medija iz uzorka, Slobodan Milošević je bio akter od značaja.

Primetno je manje onih tekstova koji se bave značajnim kolektivnim političkim akterima, koji su među unutarpolitičkim akterima zastupljeni sa 25.53%. U tabelama 52–55 izlistani su svi akteri iz našeg uzorka klasifikovani u ovu kategoriju, zajedno sa frekvencijama i vrednosnim konotacijama njihovog pojavljivanja.

Tabela 52. – Distribucija učestalosti i vrednosni kontekst pojavljivanja domaćih kolektivnih političkih aktera: državni organi i institucije

Državni organi, institucije i agencije – kolektivno	broj	%	pozi-tivan	%	neu-tralan	%	nega-tivan	%
Vlada Srbije	78	26.35	0	0.00	72	92.31	6	7.69
MUP – Ministarstvo unutrašnjih poslova	27	9.12	0	0.00	27	100.00	0	0.00
Ministarstvo odbrane	17	5.74	0	0.00	17	100.00	0	0.00
Ministarstvo pravde	14	4.73	0	0.00	14	100.00	0	0.00
Ministarstvo građevinarstva, saobraćaja i infrastrukture	13	4.39	0	0.00	11	84.62	2	15.38
Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja	13	4.39	0	0.00	13	100.00	0	0.00
Narodna skupština republike Srbije	12	4.05	0	0.00	12	100.00	0	0.00
Narodna banka Srbije	11	3.72	0	0.00	11	100.00	0	0.00
Ministarstvo finansija	11	3.72	0	0.00	11	100.00	0	0.00
Ministarstvo zdravlja	10	3.38	0	0.00	10	100.00	0	0.00
MSP – Ministarstvo spoljnih poslova	8	2.70	0	0.00	8	100.00	0	0.00
Ministarstvo rada, zapošljavanja i socijalne politike	8	2.70	0	0.00	8	100.00	0	0.00
Ministarstvo kulture i informisanja	6	2.03	0	0.00	5	83.33	1	16.67
Ministarstvo poljoprivrede i zaštite životne sredine	5	1.69	0	0.00	5	100.00	0	0.00
Poreska uprava Srbije	5	1.69	0	0.00	5	100.00	0	0.00
Ministarstvo omladine i sporta	4	1.35	0	0.00	2	50.00	2	50.00
Republički fond PIO	4	1.35	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Ministarstvo državne uprave i lokalne samouprave	4	1.35	0	0.00	4	100.00	0	0.00

Grad Beograd	4	1.35	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Kabinet predsednika RS	3	1.01	0	0.00	2	66.67	1	33.33
Ministarstvo rudarstva i energetike	3	1.01	0	0.00	3	100.00	0	0.00
Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija	3	1.01	0	0.00	3	100.00	0	0.00
Ministarstvo privrede	2	0.68	0	0.00	2	100.00	0	0.00
ostali	31	10.47	0	0.00	29	93.55	2	6.45
total	296	100.00	0	0.00	282	95.27	14	4.73

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 53. – Distribucija učestalosti i vrednosni kontekst pojavljivanja domaćih kolektivnih političkih aktera: **vojska i policija**

Vojska i policija – kolektivno	broj	%	pozitivan	%	neutralan	%	negativan	%
Vojska Srbije	41	53.25	1	2.44	40	97.56	0	0.00
BIA	23	29.87	0	0.00	23	100.00	0	0.00
ostali	9	11.69	1	11.11	8	88.89	0	0.00
VBA	4	5.19	0	0.00	4	100.00	0	0.00
total	77	100.00	2	2.60	75	97.40	0	0.00

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 54. – Distribucija učestalosti i vrednosni kontekst pojavljivanja domaćih kolektivnih političkih aktera: **pozicija**

Pozicija – stranke	broj	%	pozitivan	%	neutralan	%	negativan	%
SNS	220	74.32	0	0.00	199	90.45	21	9.55
SPS	46	15.54	0	0.00	42	91.30	4	8.70
PUPS	8	2.70	0	0.00	8	100.00	0	0.00
SPO	5	1.69	0	0.00	5	100.00	0	0.00
Pokret socijalista	5	1.69	0	0.00	5	100.00	0	0.00
Jedinstvena Srbija	4	1.35	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Pokret snaga Srbije	3	1.01	0	0.00	3	100.00	0	0.00
ostali	5	1.69	0	0.00	5	100.00	0	0.00
total	296	100.00	0	0.00	271	91.55	25	8.45

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 55. – Distribucija učestalosti i vrednosni kontekst pojavljivanja domaćih kolektivnih političkih aktera: **opozicija**

Opozicija – stranke	broj	%	pozitivan	%	neutralan	%	negativan	%
Savez za Srbiju	143	22.17	0	0.00	128	89.51	15	10.49
DS	96	14.88	0	0.00	94	97.92	2	2.08
PSG	52	8.06	0	0.00	52	100.00	0	0.00
Dveri	49	7.60	0	0.00	46	93.88	3	6.12
Narodna stranka	44	6.82	0	0.00	44	100.00	0	0.00
Stranka slobode i pravde	38	5.89	0	0.00	38	100.00	0	0.00
DSS	37	5.74	0	0.00	37	100.00	0	0.00
SRS	31	4.81	0	0.00	30	96.77	1	3.23
LDP	24	3.72	0	0.00	24	100.00	0	0.00
SDS	22	3.41	0	0.00	22	100.00	0	0.00
Nova stranka	21	3.26	0	0.00	21	100.00	0	0.00
Inicijativa Ne davimo Beograd	16	2.48	0	0.00	16	100.00	0	0.00
LSV	16	2.48	0	0.00	16	100.00	0	0.00
SPAS	12	1.86	0	0.00	12	100.00	0	0.00
Dosta je bilo	9	1.40			8	88.89	1	11.11
Zajedno za Srbiju	8	1.24	0	0.00	8	100.00	0	0.00
Nova Srbija	3	0.47	0	0.00	2	66.67	1	33.33
SDA Sandžaka	3	0.47	0	0.00	3	100.00	0	0.00
ostali	21	3.26	0	0.00	21	100.00	0	0.00
total	645	100.00	0	0.00	622	96.43	23	3.57

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Značajno manji procenat tekstova sa naslovnicu govori o inostranim (individualnim i kolektivnim) političkim akterima (30.41% od ukupnog broja aktera). Protagonisti ovih tekstova češće su individualni akteri (u 82.84% slučajeva) nego oni kolektivni (17.15%) (videti tabelu 41 i tabele 57–67).

Tabela 56. – Distribucija učestalosti i vrednosni kontekst pojavljivanja individualnih i kolektivnih aktera: **Kosovo**

Kosovo	broj	%	pozitivan	%	neutralan	%	negativan	%
Ramuš Haradinaj	150	18.47	0	0.00	94	62.67	56	37.33
Hašim Tači	88	10.84	0	0.00	73	82.95	15	17.05
OVK	68	8.37	0	0.00	42	61.76	26	38.24
Oliver Ivanović	49	6.03	0	0.00	49	100.00	0	0.00
Srpska lista	40	4.93	0	0.00	40	100.00	0	0.00
Rada Trajković	23	2.83	0	0.00	21	91.30	2	8.70
Milan Radojičić	19	2.34	0	0.00	18	94.74	1	5.26
Kadri Veselji	18	2.22	0	0.00	16	88.89	2	11.11
Daut Haradinaj	18	2.22	0	0.00	10	55.56	8	44.44
Bedžet Pacoli	18	2.22	0	0.00	14	77.78	4	22.22
KFOR	17	2.09	0	0.00	16	94.12	1	5.88
Unmik	15	1.85	0	0.00	14	93.33	1	6.67
Albin Kurti	14	1.72	0	0.00	13	92.86	1	7.14
Specijalni sud za ratne zločine OVK	12	1.48	0	0.00	12	100.00	0	0.00
Isa Mustafa	12	1.48	0	0.00	12	100.00	0	0.00
Euleks	10	1.23	0	0.00	10	100.00	0	0.00
Milena Ivanović	9	1.11	0	0.00	9	100.00	0	0.00
Fljorim Ejupi	9	1.11	0	0.00	2	22.22	7	77.78
Građanska inicijativa SDP	6	0.74	0	0.00	6	100.00	0	0.00
Enver Hodžaj	6	0.74	0	0.00	5	83.33	1	16.67
Vlada Kosova	5	0.62	0	0.00	4	80.00	1	20.00
Fatmir Limaj	4	0.49	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Kosovska policija	4	0.49	0	0.00	3	75.00	1	25.00
Goran Rakić	3	0.37	0	0.00	3	100.00	0	0.00
ostali	195	24.01	0	0.00	174	89.23	21	10.77
total	812	100.00	0	0.00	664	81.77	148	18.23

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 57. – Distribucija učestalosti i vrednosni kontekst pojavljivanja individualnih i kolektivnih inostranih aktera iz regiona: **Hrvatska**

Hrvatska	broj	%	pozitivan	%	neutralan	%	negativan	%
Kolinda Grabar Kitarović	41	19.62	0	0.00	26	63.41	15	36.59
Andrej Plenković	23	11.00	0	0.00	17	73.91	6	26.09
Marko Perković Tompson	12	5.74	0	0.00	9	75.00	3	25.00
Milorad Pupovac	12	5.74	0	0.00	12	100.00	0	0.00
Ante Gotovina	10	4.78	0	0.00	9	90.00	1	10.00
Franjo Tuđman	10	4.78	0	0.00	10	100.00	0	0.00
Zoran Milanović	8	3.83	0	0.00	7	87.50	1	12.50
HDZ	6	2.87	0	0.00	6	100.00	0	0.00
Savo Štrbac	6	2.87	0	0.00	6	100.00	0	0.00
Ante Pavelić	5	2.39	0	0.00	1	20.00	4	80.00
ostali	76	36.36	0	0.00	53	69.74	23	30.26
total	209	100.00	0	0.00	156	74.64	53	25.36

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 58. – Distribucija učestalosti i vrednosni kontekst pojavljivanja individualnih i kolektivnih inostranih aktera iz regiona: **Crna Gora**

Crna Gora	broj	%	pozitivan	%	neutralan	%	negativan	%
Milo Đukanović	55	31.07	0	0.00	35	63.64	20	36.36
Andrija Mandić	11	6.21	0	0.00	11	100.00	0	0.00
Demokratski front	10	5.65	0	0.00	10	100.00	0	0.00
Momir Bulatović	9	5.08	0	0.00	9	100.00	0	0.00
DPS	8	4.52	0	0.00	8	100.00	0	0.00
Duško Knežević	6	3.39	0	0.00	5	83.33	1	16.67
Milivoje Katnić	3	1.69	0	0.00	3	100.00	0	0.00
Duško Marković	3	1.69	0	0.00	2	66.67	1	33.33
Svetozar Marović	3	1.69	0	0.00	3	100.00	0	0.00
ostali	69	38.98	0	0.00	57	82.61	12	17.39
total	177	100	0	0.00	143	80.79	34	19.21

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 59. – Distribucija učestalosti i vrednosni kontekst pojavljivanja individualnih i kolektivnih inostranih aktera iz regiona: **Federacija BiH**

BiH	broj	%	pozitivan	%	neutralan	%	negativan	%
Milorad Dodik	60	39.22	0	0.00	58	96.67	2	3.33
Bakir Izetbegović	11	7.19	0	0.00	9	81.82	2	18.18
SDA	7	4.58	0	0.00	7	100.00	0	0.00
Alija Izetbegović	7	4.58	0	0.00	7	100.00	0	0.00
Željko Komšić	6	3.92	0	0.00	6	100.00	0	0.00
Željka Cvijanović	6	3.92	0	0.00	6	100.00	0	0.00
Valentin Incko	5	3.27	0	0.00	5	100.00	0	0.00
Naser Orić	5	3.27	0	0.00	5	100.00	0	0.00
ostali	46	30.07	0	0.00	44	95.65	2	4.35
total	153	100.00	0	0.00	147	96.08	6	3.92

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 60. – Distribucija učestalosti i vrednosni kontekst pojavljivanja individualnih i kolektivnih inostranih aktera iz regiona: **Makedonija**

Makedonija	broj	%	pozitivan	%	neutralan	%	negativan	%
Zoran Zaev	49	37.12	0	0.00	30	61.22	19	38.78
Nikola Gruevski	8	6.06	0	0.00	8	100.00	0	0.00
VMRO–DPMNE	5	3.79	0	0.00	5	100.00	0	0.00
ostali	70	53.03	0	0.00	49	70.00	21	30.00
total	132	100.00	0	0.00	92	69.70	40	30.30

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 61. – Distribucija učestalosti vrednosni kontekst pojavljivanja drugih individualnih inostranih političkih aktera

Inostrani politički akteri	broj	%	pozitivan	%	neutralan	%	negativan	%
Emanuel Makron	93	14.95	2	2.15	91	97.85	0	0.00
Angela Merkel	71	11.41	0	0.00	71	100.00	0	0.00
Boris Džonson	20	3.22	0	0.00	16	80.00	4	20.00
Tereza Mej	17	2.73	0	0.00	17	100.00	0	0.00
Bojko Borisov	14	2.25	0	0.00	14	100.00	0	0.00
Redžep Tajip Erdogan	14	2.25	0	0.00	13	92.86	1	7.14
Miloš Zeman	14	2.25	0	0.00	14	100.00	0	0.00
Edi Rama	13	2.09	0	0.00	12	92.31	1	7.69
Viktor Orban	13	2.09	0	0.00	13	100.00	0	0.00
Čen Bo	9	1.45	0	0.00	9	100.00	0	0.00
Aleksis Cipras	8	1.29	0	0.00	8	100.00	0	0.00
Si Činping	8	1.29	0	0.00	8	100.00	0	0.00
Volodimir Zelenski	6	0.96	0	0.00	6	100.00	0	0.00
Kim Džong Un	5	0.80	0	0.00	5	100.00	0	0.00
Miroslav Lajčak	5	0.80	0	0.00	5	100.00	0	0.00
Sebastijan Kurc	5	0.80	0	0.00	5	100.00	0	0.00
Bašar al Asad	5	0.80	0	0.00	4	80.00	1	20.00
Denis Kif	4	0.64	0	0.00	3	75.00	1	25.00
Džeremi Korbin	4	0.64	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Najdžel Faradž	4	0.64	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Ilir Meta	4	0.64	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Frank Valter Štajnmajer	4	0.64	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Petro Porošenko	4	0.64	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Toni Bler	4	0.64	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Aleksandar Lukašenko	3	0.48	0	0.00	3	100.00	0	0.00
Anegret Kramp Karenbauer	3	0.48	0	0.00	3	100.00	0	0.00
Jingluk Šinavatri	3	0.48	0	0.00	3	100.00	0	0.00
Hajko Mas	3	0.48	0	0.00	3	100.00	0	0.00
ostali	262	42.12	0	0.00	253	96.56	9	3.44
total	622	100.00	2	0.32	603	96.95	17	2.73

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 62. – Distribucija učestalosti i vrednosni kontekst pojavljivanja individualnih i kolektivnih inos- tranih aktera izvan regiona: **Rusija**

Rusija	broj	%	pozitivan	%	neutralan	%	negativan	%
Vladimir Putin	82	36.28	7	8.54	74	90.24	1	1.22
Aleksandar Bocan-Harćenko	37	16.37	0	0.00	37	100.00	0	0.00
Sergej Lavrov	24	10.62	1	4.17	23	95.83	0	0.00
Sergej Šoju	7	3.10	0	0.00	7	100.00	0	0.00
Marija Zaharova	7	3.10	0	0.00	7	100.00	0	0.00
Dmitrij Medvedev	6	2.65	0	0.00	6	100.00	0	0.00
Ministarstvo odbrane Rusije	5	2.21	0	0.00	5	100.00	0	0.00
Vojska Rusije	5	2.21	3	60.00	2	40.00	0	0.00
Dmitrij Peskov	4	1.77	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Ministarstvo spoljnih poslova Rusije	3	1.33	0	0.00	3	100.00	0	0.00
ostali	46	20.35	0	0.00	46	100.00	0	0.00
total	226	100.00	11	4.87	214	94.69	1	0.44

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 63. – Distribucija učestalosti i vrednosni kontekst pojavljivanja individualnih i kolektivnih inos- tranih aktera izvan regiona: **SAD²⁴**

SAD	broj	%	pozitivan	%	neutralan	%	negativan	%
Donald Tramp	144	25.31	3	2.08	139	96.53	2	1.39
Metju Palmer	57	10.02	1	1.75	55	96.49	1	1.75
Majk Pompeo	38	6.68	0	0.00	38	100.00	0	0.00
Džon Bolton	32	5.62	1	3.13	30	93.75	1	3.13
Kajl Skat	30	5.27	0	0.00	29	96.67	1	3.33
Stejt dipartment	20	3.51	0	0.00	20	100.00	0	0.00
CIA	15	2.64	0	0.00	12	80.00	3	20.00
Filip Riker	14	2.46	0	0.00	14	100.00	0	0.00
Barak Obama	9	1.58	0	0.00	9	100.00	0	0.00
Pentagon	9	1.58	0	0.00	9	100.00	0	0.00

24 Akteri iz SAD su najzastupljeniji inostrani politički akteri, ukoliko sagledamo zemlje koje posebno posmatramo. Donald Tramp je najzastupljeniji inostrani politički lider u trećem kvartalu 2019. U prethodnom tromesečju bio je tek četvrti prema prisutnosti, kada su mediji više pažnje poklonili Emanuelu Makronu (127), Angeli Merkel (122) i Vladimi-ru Putinu (112).

Bil Klinton	9	1.58	0	0.00	8	88.89	1	11.11
Kongres SAD	8	1.41	0	0.00	8	100.00	0	0.00
Entoni F. Godfri	7	1.23	0	0.00	7	100.00	0	0.00
Hilari Klinton	5	0.88	0	0.00	5	100.00	0	0.00
Majk Pens	5	0.88	0	0.00	5	100.00	0	0.00
Nensi Pelosi	4	0.70	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Ambasada SAD u Prištini	4	0.70	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Ambasada SAD	4	0.70	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Medlin Olbrajt	4	0.70	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Demokratska stranka SAD	4	0.70	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Džozef Bajden	3	0.53	0	0.00	3	100.00	0	0.00
Američka administracija	3	0.53	0	0.00	3	100.00	0	0.00
Ivanka Tramp	3	0.53	0	0.00	3	100.00	0	0.00
ostali	138	24.25	3	2.17	132	95.65	3	2.17
total	569	100.00	8	1.41	549	96.49	12	2.11

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 64. – Distribucija učestalosti i vrednosni kontekst pojavljivanja individualnih i kolektivnih inos- tranih političkih aktera: **predstavnici EU institucija i EU institucije**

EU	broj	%	pozitivan	%	neutralan	%	negativan	%
EU	83	25.23	0	0.00	78	93.98	5	6.02
Federika Mogerini	30	9.12	0	0.00	28	93.33	2	6.67
Evropska komisija	28	8.51	0	0.00	28	100.00	0	0.00
Dejvid Mekalister	27	8.21	0	0.00	26	96.30	1	3.70
Evropski parlament	21	6.38	0	0.00	21	100.00	0	0.00
Johanes Han	15	4.56	0	0.00	14	93.33	1	6.67
Ursula fon der Lejen	13	3.95	0	0.00	12	92.31	1	7.69
Žan Klod Junker	13	3.95	0	0.00	13	100.00	0	0.00
Donald Tusk	12	3.65	0	0.00	12	100.00	0	0.00
Maja Kocijančić	11	3.34	0	0.00	10	90.91	1	9.09
Žozep Borel	9	2.74	0	0.00	9	100.00	0	0.00
Frans Timermans	8	2.43	0	0.00	8	100.00	0	0.00
Evropski savet	6	1.82	0	0.00	6	100.00	0	0.00
Evropska centralna banka	5	1.52	0	0.00	5	100.00	0	0.00

Sem Fabrici	5	1.52	0	0.00	5	100.00	0	0.00
Đuzep Borelj Fonteljes	4	1.22	0	0.00	4	100.00	0	0.00
ostali	39	11.85	0	0.00	39	100.00	0	0.00
total	329	100.00	0	0.00	318	96.66	11	3.34

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 65. – Distribucija učestalosti i vrednosni kontekst pojavljivanja individualnih i kolektivnih inos-tranih političkih aktera: predstavnici međunarodnih organizacija i institucija

Međunarodne organi-zacije i institucije	broj	%	pozitivan	%	neutralan	%	negativan	%
OEBS	19	20.88	0	0.00	19	100.00	0	0.00
MMF	17	18.68	0	0.00	16	94.12	1	5.88
Ujedinjene nacije	11	12.09	0	0.00	11	100.00	0	0.00
Antonio Gutereš	11	12.09	0	0.00	11	100.00	0	0.00
Kristin Lagard	4	4.40	0	0.00	4	100.00	0	0.00
UNESCO	3	3.30	0	0.00	3	100.00	0	0.00
Svetska banka	3	3.30	0	0.00	3	100.00	0	0.00
Sebastijan Sosa	3	3.30	0	0.00	3	100.00	0	0.00
Savet Evrope	3	3.30	0	0.00	3	100.00	0	0.00
SB UN	3	3.30	0	0.00	3	100.00	0	0.00
ostali	14	15.38	0	0.00	14	100.00	0	0.00
total	91	100.00	0	0.00	90	98.90	1	1.10

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 66. – Distribucija učestalosti i vrednosni kontekst pojavljivanja individualnih i kolektivnih inos-tranih aktera: NATO

NATO	broj	%	pozitivan	%	neutralan	%	negativan	%
NATO	100	90.91	0	0.00	81	81.00	19	19.00
Jens Stoltenberg	3	2.73	0	0.00	3	100.00	0	0.00
ostali	7	6.36	0	0.00	5	71.43	2	28.57
total	110	100.00	0	0.00	89	80.91	21	19.09

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 67. – Distribucija učestalosti i vrednosni kontekst pojavljivanja individualnih i kolektivnih aktera: akteri u vezi sa Haškim tribunalom

Haški tribunal	broj	%	pozi-tivan	%	neu-tralan	%	nega-tivan	%
Haški tribunal	28	27.18	0	0.00	26	92.86	2	7.14
Ratko Mladić	15	14.56	0	0.00	14	93.33	1	6.67
Radovan Karadžić	12	11.65	0	0.00	11	91.67	1	8.33
Vladimir Lazarević	8	7.77	0	0.00	8	100.00	0	0.00
Veselin Šlivančanin	7	6.80	0	0.00	7	100.00	0	0.00
Neboša Pavković	6	5.83	0	0.00	6	100.00	0	0.00
Serž Bramerc	6	5.83	0	0.00	6	100.00	0	0.00
Karmel Adžius	3	2.91	0	0.00	3	100.00	0	0.00
ostali	18	17.48	0	0.00	18	100.00	0	0.00
total	103	100.00	0	0.00	99	96.12	4	3.88

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Već i iz ovog letimičnog pregleda frekvencija pojavljivanja pojedinih aktera na naslovnim stranama odabranih štampanih dnevnih novina iz našeg uzorka, jasno se uečava da mediji sa nejednakim interesovanjem tretiraju pitanja iz domena unutrašnje i spoljne politike. U trećem kvartalu 2019. godine, inostrani politički akteri čine 39.90% svih političkih aktera, u odnosu na 60.09% učestalosti pojavljivanja domaćih političkih aktera.

Privredni akteri u trećem kvartalu 2019. čine 5.07% ukupnog uzorka aktera, što, u odnosu na prethodno tromeseče, predstavlja povećanje od oko 0.64% ili, izraženo u apsolutnim brojevima, 68 pojavljivanja (videti tabelu 41 i tabelle 68–69).

Tabela 68. – Distribucija učestalosti i vrednosni kontekst pojavljivanja individualnih domaćih privrednih/ekonomskih aktera

Privredni akteri – individualno	broj	%	pozi-tivan	%	neu-tralan	%	nega-tivan	%
Dragan Šolak	13	6.77	0	0.00	7	53.85	6	46.15
Nebojša Atanacković	11	5.73	0	0.00	11	100.00	0	0.00
Marko Čadež	7	3.65	0	0.00	7	100.00	0	0.00
Zoran Babić	7	3.65	0	0.00	4	57.14	3	42.86
Miroslav Bogičević	6	3.13	0	0.00	0	0.00	6	100.00
Zoran Drobnjak	6	3.13	0	0.00	6	100.00	0	0.00
Vojislav Vuletić	3	1.56	0	0.00	3	100.00	0	0.00
Marko Mišković	3	1.56	0	0.00	3	100.00	0	0.00

Nikola Petrović	3	1.56	0	0.00	3	100.00	0	0.00
Miroslav Mišković	3	1.56	0	0.00	3	100.00	0	0.00
ostali	130	67.71	0	0.00	125	96.15	5	3.85
total	192	100.00	0	0.00	172	89.58	20	10.42

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 69. – Distribucija učestalosti i vrednosni kontekst pojavljivanja **kolektivnih domaćih privrednih/ekonomskih aktera**

Privredni akteri – kolektivno	broj	%	pozitivan	%	neutralan	%	negativan	%
Vensi erports	15	3.91	0	0.00	15	100.00	0	0.00
Putevi Srbije	14	3.65	0	0.00	14	100.00	0	0.00
Fijat	12	3.13	0	0.00	12	100.00	0	0.00
Železara Smederevo	11	2.86	0	0.00	11	100.00	0	0.00
Elektroprivreda Srbije	11	2.86	0	0.00	8	72.73	3	27.27
Komercijalna banka	11	2.86	0	0.00	11	100.00	0	0.00
Koridori Srbije	10	2.60	0	0.00	9	90.00	1	10.00
Privredna komora Srbije	8	2.08	0	0.00	8	100.00	0	0.00
Er Srbija	7	1.82	0	0.00	4	57.14	3	42.86
RTB Bor	6	1.56	0	0.00	6	100.00	0	0.00
SBB	5	1.30	0	0.00	3	60.00	2	40.00
Saobraćajni institut CIP	5	1.30	0	0.00	5	100.00	0	0.00
NIS	5	1.30	0	0.00	3	60.00	2	40.00
Aerodrom Nikola Tesla	5	1.30	0	0.00	5	100.00	0	0.00
Aktor	4	1.04	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Telenor	4	1.04	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Telekom Srbija	4	1.04	0	0.00	3	75.00	1	25.00
Gazprom	4	1.04	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Rajfajzen banka	4	1.04	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Azotara Pančevo	3	0.78	0	0.00	3	100.00	0	0.00
Srbijagas	3	0.78	0	0.00	3	100.00	0	0.00
AIK banka	3	0.78	0	0.00	3	100.00	0	0.00
Folksvagen	3	0.78	0	0.00	3	100.00	0	0.00
Beograd na vodi	3	0.78	0	0.00	2	66.67	1	33.33
Krušik Valjevo	3	0.78	0	0.00	3	100.00	0	0.00
Aerodrom Morava	3	0.78	0	0.00	1	33.33	2	66.67

Ziđin	3	0.78	0	0.00	3	100.00	0	0.00
ostali	215	55.99	0	0.00	201	93.49	14	6.51
total	384	100.00	0	0.00	355	92.45	29	7.55

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Pored već pominjanih političkih i privrednih aktera, protagonisti naslovica su i razni drugi društveni akteri, koji na različite načine utiču na socijalne i političke prilike unutar društva Srbije. Na osnovu prikupljene empirijske građe mi smo ih podelili na:

(a) predstavnike samostalnih i nezavisnih vladinih tela i institucija (videti **tabelu 70**), (b) analitičare političkih, društvenih, ekonomskih, bezbednosnih i drugih prilika (**tabele 71 i 72**), (c) predstavnike Srpske pravoslavne crkve i drugih verskih organizacija (**tabele 73 i 74**), (d) aktere iz medija (**tabela 75**), (e) predstavnike pravosudnih organa (**tabela 76**), (f) advokate i protagoniste različitih sudske postupaka (**tabele 77 i 78**), (h) protagoniste aktuelnih medijskih estradnih afera (**tabela 79**), (i) sportiste/sportske radnike (**tabela 80**) i (j) protagoniste građanskih inicijativa (**tabela 81**).

Tabela 70. – Distribucija učestalosti i vrednosni kontekst pojavljivanja individualnih i kolektivnih domaćih društvenih aktera: **predstavnici nezavisnih tela**

Nezavisna tela i institucije od nacionalnog značaja	broj	%	pozitivan	%	neutralan	%	negativan	%
REM	26	20.00	0	0.00	25	96.15	1	3.85
Ivana Popović	21	16.15	0	0.00	21	100.00	0	0.00
Univerzitet u Beogradu	16	12.31	0	0.00	16	100.00	0	0.00
Agencija za borbu protiv korupcije	14	10.77	0	0.00	14	100.00	0	0.00
Fiskalni savet	9	6.92	0	0.00	9	100.00	0	0.00
SANU	7	5.38	0	0.00	7	100.00	0	0.00
Brankica Janković	5	3.85	0	0.00	5	100.00	0	0.00
Milan Marinović	3	2.31	0	0.00	3	100.00	0	0.00
Olivera Zekić	3	2.31	0	0.00	3	100.00	0	0.00
ostali	26	20.00	0	0.00	20	76.92	6	23.08
total	130	100.00	0	0.00	123	94.62	7	5.38

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Posebnu ulogu u tekstovima na naslovnim stranama medija iz uzorka imaju analitičari (stručnjaci) (videti **tabele 71 i 72**), a mediji ih tretiraju u neutralnom kontekstu u čak 100% tekstova. Tokom čitavog trećeg kvartala 2019. godine, analizirane dnevne novine su u značajnoj meri promovisale stavove ovih stručnjaka, tako da je njihovo mišljenje bilo zastupljeno 633²⁵ puta. Najveće učešće i broj zastupljenih analitičara zabeležen je u dnevnom listu *Informer* (157 pojavljivanja). Za ostale podatke videti **tabelu 71**.

Tabela 71. – Distribucija učestalosti pojavljivanja analitičara na naslovcama u različitim medijima iz uzorka istraživanja

Medij/analitičari	broj	%
<i>Informer</i>	157	24.80
<i>Danas</i>	129	20.38
<i>Kurir</i>	107	16.90
<i>Politika</i>	98	15.48
<i>Blic</i>	62	9.79
<i>Večernje novosti</i>	41	6.48
<i>Alo!</i>	39	6.16
total	633	100.00

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 72. –Distribucija učestalosti i vrednosni kontekst pojavljivanja individualnih domaćih društvenih aktera: **analitičari**

Analitičari	broj	%	pozitivan	%	neutralan	%	negativan	%
Dejan Vuk Stanković	24	3.79	0	0.00	24	100.00	0	0.00
Zoran Milivojević	23	3.63	0	0.00	23	100.00	0	0.00
Milan Antonijević	22	3.48	0	0.00	22	100.00	0	0.00
Jelena Vuković	19	3.00	0	0.00	19	100.00	0	0.00
Bojan Klačar	18	2.84	0	0.00	18	100.00	0	0.00
Branko Radun	15	2.37	0	0.00	15	100.00	0	0.00
Dragomir Anđelković	15	2.37	0	0.00	15	100.00	0	0.00
Božidar Spasić	12	1.90	0	0.00	12	100.00	0	0.00
Boban Stojanović	11	1.74	0	0.00	11	100.00	0	0.00
Toma Fila	11	1.74	0	0.00	11	100.00	0	0.00
Mario Spasić	11	1.74	0	0.00	11	100.00	0	0.00

25 U ovom tromesečju zastupljenost analitičara na naslovcama ponovo raste u odnosu na prethodne kvartale kada je zabeleženo 590 (drugi kvartal 2019) i 563 (prvi kvartal 2019) pojavljivanja analitičara. U ovom tromesečju, zabeleženo je najveće prisustvo analitičara, od kada postoji projekat Medijametar. Ono je u ovom kvartalu veće i od najvećeg zabeleženog u četvrtom kvartalu 2018. – 601 pojavljivanje.

Marko Nicović	11	1.74	0	0.00	11	100.00	0	0.00
Ljubodrag Savić	10	1.58	0	0.00	10	100.00	0	0.00
Stevica Deđanski	10	1.58	0	0.00	10	100.00	0	0.00
Milan Kovačević	10	1.58	0	0.00	10	100.00	0	0.00
Vladislav Jovanović	10	1.58	0	0.00	10	100.00	0	0.00
Vladimir Pejić	10	1.58	0	0.00	10	100.00	0	0.00
Orhan Dragaš	10	1.58	0	0.00	10	100.00	0	0.00
Ljuban Karan	9	1.42	0	0.00	9	100.00	0	0.00
Živadin Jovanović	9	1.42	0	0.00	9	100.00	0	0.00
Milisav Paić	9	1.42	0	0.00	9	100.00	0	0.00
Vlade Radulović	8	1.26	0	0.00	8	100.00	0	0.00
Milojko Arsić	7	1.11	0	0.00	7	100.00	0	0.00
Nemanja Nenadić	6	0.95	0	0.00	6	100.00	0	0.00
Nebojša Krstić	6	0.95	0	0.00	6	100.00	0	0.00
Dušan Janjić	6	0.95	0	0.00	6	100.00	0	0.00
Aleksandar Radić	6	0.95	0	0.00	6	100.00	0	0.00
Aleksandar Popov	6	0.95	0	0.00	6	100.00	0	0.00
Dževad Galijašević	6	0.95	0	0.00	6	100.00	0	0.00
Zoran Dragišić	6	0.95	0	0.00	6	100.00	0	0.00
Božidar Delić	5	0.79	0	0.00	5	100.00	0	0.00
Ljubomir Madžar	5	0.79	0	0.00	5	100.00	0	0.00
Marko Matić	5	0.79	0	0.00	5	100.00	0	0.00
Ivan Ninić	4	0.63	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Dragovan Milićević	4	0.63	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Milan Prostran	4	0.63	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Svetozar Vujačić	4	0.63	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Dragan Dobrašinović	4	0.63	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Zoran Stojiljković	4	0.63	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Ivan Nikolić	4	0.63	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Srećko Đukić	4	0.63	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Goran Rodić	4	0.63	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Milan Petrić	4	0.63	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Darko Trifunović	3	0.47	0	0.00	3	100.00	0	0.00
Dragan Đukanović	3	0.47	0	0.00	3	100.00	0	0.00
Boško Jakšić	3	0.47	0	0.00	3	100.00	0	0.00

Mahmud Bušatlija	3	0.47	0	0.00	3	100.00	0	0.00
Ratko Božović	3	0.47	0	0.00	3	100.00	0	0.00
Marko Uljarević	3	0.47	0	0.00	3	100.00	0	0.00
Stefan Surlić	3	0.47	0	0.00	3	100.00	0	0.00
Damir Okanović	3	0.47	0	0.00	3	100.00	0	0.00
Božidar Prelević	3	0.47	0	0.00	3	100.00	0	0.00
ostali	215	33.97	0	0.00	215	100.00	0	0.00
total	633	100.00	0	0.00	633	100.00	0	0.00

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

U odnosu na prethodno tromesečje, beležimo značajan pad u odnosu na prethodni kvartal broja predstavnika Srpske pravoslavne crkve i drugih verskih organizacija,²⁶ koji su se na naslovnim stranama pojavili 303 puta (**tabele 73 i 74**).

Tabela 73. – Distribucija učestalosti pojavljivanja predstavnika SPC i drugih verskih zajednica na naslovnicama u različitim medijima iz uzorka istraživanja

Medij/religija	broj	%
Politika	97	32.01
Danas	53	17.49
Večernje novosti	52	17.16
Alo!	46	15.18
Blic	21	6.93
Kurir	20	6.60
Informer	14	4.62
total	303	100.00

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 74. – Distribucija učestalosti i vrednosni kontekst pojavljivanja individualnih i kolektivnih domaćih društvenih aktera: **predstavnici SPC i drugih verskih organizacija**

Religija	broj	%	pozi-tivan	%	neu-tralan	%	nega-tivan	%
SPC	61	20.13	0	0.00	61	100.00	0	0.00
Patrijarh Irinej	46	15.18	0	0.00	45	97.83	1	2.17
Amfilohije, mitropolit crnogorsko-primorski	25	8.25	0	0.00	23	92.00	2	8.00
Maksim, vlaika zapad-noamerički	11	3.63	0	0.00	9	81.82	2	18.18
Papa Franja	11	3.63	0	0.00	11	100.00	0	0.00
Miraš Dedeić	9	2.97	0	0.00	5	55.56	4	44.44
Alojzije Stepinac	9	2.97	0	0.00	6	66.67	3	33.33
Mitropolija crnogorsko-primorska	8	2.64	0	0.00	8	100.00	0	0.00
Grigorije, episkop Dizeldorf i Nemačke	8	2.64	0	0.00	5	62.50	3	37.50
Crnogorska pravoslavna crkva	7	2.31	0	0.00	5	71.43	2	28.57
Irinej, vladika bački	6	1.98	0	0.00	3	50.00	3	50.00
Patrijarh Pavle	5	1.65	0	0.00	5	100.00	0	0.00
Atanasije, episkop mileševski	5	1.65	0	0.00	5	100.00	0	0.00
Irinej, episkop istočno-američki	5	1.65	0	0.00	3	60.00	2	40.00
Rimokatolička crkva	5	1.65	0	0.00	5	100.00	0	0.00
Teodosije, vladika	4	1.32	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Porfirije, mitropolit zagrebačko ljubljanski	4	1.32	0	0.00	1	25.00	3	75.00
ostali	74	24.42	1	1.35	67	90.54	6	8.11
total	303	100.00	1	0.33	271	89.44	31	10.23

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

26 U prethodnom kvartalu 2019, zabeleženo je 518 pojavljivanje aktera iz ove grupacije.

Tabela 75. – Distribucija učestalosti i vrednosni kontekst pojavljivanja individualnih i kolektivnih domaćih društvenih aktera iz **medija²⁷**

Mediji	broj	%	pozi-tivan	%	neu-tralan	%	nega-tivan	%
RTS	34	12.78	0	0.00	34	100.00	0	0.00
NUNS	11	4.14	0	0.00	9	81.82	2	18.18
TV N1	10	3.76	0	0.00	5	50.00	5	50.00
Dragan J. Vučićević	9	3.38	0	0.00	8	88.89	1	11.11
Informer	8	3.01	0	0.00	4	50.00	4	50.00
Dragan Bujošević	8	3.01	0	0.00	8	100.00	0	0.00
UNS	8	3.01	0	0.00	8	100.00	0	0.00
Milorad Vučelić	7	2.63	0	0.00	7	100.00	0	0.00
TV Pink	7	2.63	0	0.00	6	85.71	1	14.29
Maja Pavlović	6	2.26	0	0.00	6	100.00	0	0.00
Jugoslav Ćosić	6	2.26	0	0.00	3	50.00	3	50.00
Alo	5	1.88	0	0.00	3	60.00	2	40.00
KRIK	5	1.88	0	0.00	4	80.00	1	20.00
Dušan Petričić	5	1.88	0	0.00	5	100.00	0	0.00
Vukašin Obradović	5	1.88	0	0.00	5	100.00	0	0.00
Večernje novosti	4	1.50	0	0.00	4	100.00	0	0.00
NDNV	4	1.50	0	0.00	3	75.00	1	25.00
Željko Bodrožić	4	1.50	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Stevan Dojčinović	4	1.50	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Politika	4	1.50	1	25.00	2	50.00	1	25.00
Slobodan Georgiev	3	1.13	0	0.00	3	100.00	0	0.00
Slaviša Lekić	3	1.13	0	0.00	3	100.00	0	0.00
Milan Ćulibrk	3	1.13	0	0.00	3	100.00	0	0.00
Danas	3	1.13	0	0.00	2	66.67	1	33.33
Željko Mitrović	3	1.13	0	0.00	3	100.00	0	0.00
Milomir Marić	3	1.13	0	0.00	3	100.00	0	0.00
TV Prva	3	1.13	0	0.00	3	100.00	0	0.00
Milan Jovanović	3	1.13	0	0.00	3	100.00	0	0.00
ostali	88	33.08	0	0.00	74	84.09	14	15.91
total	266	100.00	1	0.38	229	86.09	36	13.53

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

27 Predstavljeni su akteri koji su bili predmet pisanja drugih medija, odnosno medijske kuće o čijem su radu izveštavali drugi mediji.

Tokom prikupljanja empirijske građe, na naslovnicama je ponovo primećeno značajno prisustvo aktera u vezi sa aktivnostima pravosudnih i istražnih organa. Akteri iz ove grupacije su prikazani u **tabela-ma 76–78** kao predstavnici pravosudnih organa (98), advokati (86) i drugi protagonisti aktuelnih ili završenih sudskih/istražnih postupaka (59).

Tabela 76. –Distribucija učestalosti i vrednosni kontekst pojavljivanja individualnih i kolektivnih domaćih društvenih aktera: **predstavnici pravosudnih organa**

Pravosuđe	broj	%	pozi-tivan	%	neu-tralan	%	nega-tivan	%
Apelacioni sud u Beogradu	13	13.27	0	0.00	9	69.23	4	30.77
Vladimir Vukčević	6	6.12	0	0.00	6	100.00	0	0.00
Tužilaštvo za organizovani kriminal	5	5.10	0	0.00	5	100.00	0	0.00
Državno veče tužilaca	4	4.08	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Tužilaštvo za ratne zločine	4	4.08	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Više javno tužilaštvo u Beogradu	4	4.08	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Viši sud u Beogradu	4	4.08	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Prvi osnovni sud u Beogradu	3	3.06	0	0.00	3	100.00	0	0.00
Vida Petrović Škero	3	3.06	0	0.00	3	100.00	0	0.00
ostali	52	53.06	0	0.00	48	92.31	4	7.69
total	98	100.00	0	0.00	90	91.84	8	8.16

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 77. – Distribucija učestalosti i vrednosni kontekst pojavljivanja individualnih domaćih društvenih aktera: **advokati²⁸**

Advokati	broj	%	pozitivan	%	neutralan	%	negativan	%
Borivoje Borović	7	8.14	0	0.00	7	100.00	0	0.00
Branislav Tapušković	6	6.98	0	0.00	6	100.00	0	0.00
Goran Petronijević	5	5.81	0	0.00	5	100.00	0	0.00
Veljko Delibašić	4	4.65	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Zora Dobričanin Nikodinović	3	3.49	0	0.00	3	100.00	0	0.00
ostali	61	70.93	0	0.00	61	100.00	0	0.00
total	86	100.00	0	0.00	86	100.00	0	0.00

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 78. – Distribucija učestalosti i vrednosni kontekst pojavljivanja individualnih domaćih društvenih aktera: **akteri sudskih postupaka i istraga**

Protagonisti istražnih i sudskih postupaka	broj	%	pozitivan	%	neutralan	%	negativan	%
Ljubiša Buha Čume	8	13.56	0	0.00	7	87.50	1	12.50
Milorad Ulemek Legija	6	10.17	0	0.00	6	100.00	0	0.00
Dušan Spasojević Šiptar	4	6.78	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Zvezdan Jovanović	4	6.78	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Dejan Milenković Bagzi	4	6.78	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Jovica Stanišić	3	5.08	0	0.00	3	100.00	0	0.00
Radomir Marković	3	5.08	0	0.00	3	100.00	0	0.00
Željko Ražnatović Arkan	3	5.08	0	0.00	3	100.00	0	0.00
ostali	24	40.68	0	0.00	23	95.83	1	4.17
total	59	100.00	0	0.00	57	96.61	2	3.39

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

²⁸ Pojedini advokati su u tekstovima medija iz uzorka imali ulogu analitičara, te su stoga prikazani u toj grupi aktera.

U tabeli 79 prikazani su svi protagonisti povezani sa estradom. To su pre svega akteri u vezi sa medijski konstruisanom aferom, čija je glavna akterka bila pevačica Jelena Karleuša i protagonisti o kojima su mediji pisali u okviru teme *ubistvo pevačice Jelene Marjanović*.

Tabela 79. – Distribucija učestalosti i vrednosni kontekst pojavljivanja individualnih domaćih društvenih aktera: **estrada**

Ostali akteri	broj	%	pozitivan	%	neutralan	%	negativan	%
Jelena Marjanović	30	28.30	0	0.00	30	100.00	0	0.00
Zoran Marjanović	27	25.47	0	0.00	23	85.19	4	14.81
Jelena Karleuša	17	16.04	0	0.00	3	17.65	14	82.35
Ognjen Vranješ	12	11.32	0	0.00	12	100.00	0	0.00
Svetlana Ceca Ražnatović	7	6.60	2	28.57	5	71.43	0	0.00
Duško Tošić	6	5.66	0	0.00	6	100.00	0	0.00
Nenad Jezdić	4	3.77	0	0.00	4	100.00	0	0.00
Vlado Georgijev	3	2.83	0	0.00	3	100.00	0	0.00
total	106	100.00	2	1.89	86	81.13	18	16.98

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 80. – Distribucija učestalosti i vrednosni kontekst pojavljivanja individualnih domaćih društvenih aktera: **sport**

Sport	broj	pozitivan		neutralan		negativan	
FK Crvena zvezda	27	25.96	0	0.00	26	96.30	1
Novak Đoković	19	18.27	0	0.00	19	100.00	0
Zvezdan Terzić	10	9.62	0	0.00	10	100.00	0
Slaviša Kokeza	8	7.69	0	0.00	8	100.00	0
FK Partizan	7	6.73	0	0.00	7	100.00	0
ostali	33	31.73	1	3.03	28	84.85	4
total	104	100.00	1	0.96	98	94.23	5

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 81. – Distribucija učestalosti i vrednosni kontekst pojavljivanja individualnih domaćih društvenih aktera: **protagonisti građanske inicijative “Jedan od pet miliona”**

Protesti “Jedan od pet miliona”	broj	%	pozitivan	%	neutralan	%	negativan	%
Jovo Bakić	11	31.43	0	0.00	9	81.82	2	18.18
Srđan Marković	9	25.71	0	0.00	8	88.89	1	11.11
Nikola Kojo	4	11.43	0	0.00	4	100.00	0	0.00
ostali	11	31.43	0	0.00	10	90.91	1	9.09
total	35	100.00	0	0.00	31	88.57	4	11.43

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

NEIMENOVANI IZVORI

U izabranim tekstovima sa naslovnih strana medija iz uzorka, neimenovani izvori su, kao i u svim prethodnim kvartalima, drugi akter prema učešću. Ovoga puta prisutno je 303 pojavljivanja anonimnih izvora, odnosno 14.9% napisa, što predstavlja umanjenje od oko 1% u odnosu na proteklo tromeseće.

Široka upotreba neimenovanih izvora precizno je ustanovljena zahvaljujući načinu kvantifikacije anonimnih izvora, koji primenjujemo od drugog izdanja *Medijametra*, tako što na taj način nisu klasifikovani samo izvori koje je sam medij definisao kao neimenovane, već i svi oni koji obezbeđuju informacije koje nije moguće proveriti, bez obzira na način na koji su uvedeni u tekst. Naravno, ova zastupljenost informacija dobijenih od anonimnih izvora pre govori o maniru prilikom izveštavanja sedam medija iz uzorka, nego o stvarnoj potrebi zaštite identiteta osoba koje obezbeđuju određena saznanja.

Kako Mat Karlson u svojoj knjizi “Pod uslovima anonimnosti” kaže: “Novinarstvo je utkano u okruženje i na njega se oslanja, što znači da nikada ne može biti nezavisni posmatrač, kako se tvrdi... Na ovu vrstu nedoumica može se bolje odgovoriti ukoliko se kulturi neimenovanih izvora pristupi kao *kulturi*. Ovakav stav pomera istraživanje o nezavisnim izvorima dalje od frekventnosti i načina primene ka pitanjima značenja koja delimo i obrazaca kolektivne interpretacije između novinara, izvora i publike. Obezbeđivanje anonimnosti nije samo pitanje tehnika. Zapravo, to je zahtev za određenim načinom zamišljanja odnosa između ove tri strane.”²⁹

Velika većina informacija dobijenih od neimenovanih izvora navedena je u tekstovima pisanim u novinskoj formi izveštaja. Od 1639 tekstova napisanih u ovoj formi, 293 ili 17.88% sadrži anonimne izvore (**tabela 82**).

Tabela 82. – Učešće neimenovanih izvora u svim novinskim formama, u sedam medija iz uzorka

Žanr	ukupan broj tekstova	neimenovani izvori	%
izveštaj	1639	293	17.88
članak	85	7	8.24
vest	25	2	8.00
drugo	16	1	6.25
intervju	164	0	0.00
komentar	94	0	0.00
reportaža	10	0	0.00
total	2033	303	14.90

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Najveći broj, kao i učešće napisa koji sadrže informacije dobijene od neimenovanih izvora, u odnosu na ukupan broj objavljenih tekstova, beleži se u *Blicu* (oko 34% ili 63 teksta, dok je najmanje primera ovakve prakse zabeleženo u dnevnom listu *Večernje novosti* (oko 5% – 14 tekstova) (**tabela 83**).

Tabela 83. – Učešće “neimenovanih izvora” prema analiziranim medijima

Medij	ukupan broj tekstova	neimenovani izvori	%
<i>Blic</i>	185	63	34.05
<i>Informer</i>	181	49	27.07
<i>Alo!</i>	230	50	21.74
<i>Kurir</i>	263	52	19.77
<i>Politika</i>	482	46	9.54
<i>Danas</i>	431	29	6.73
<i>Večernje novosti</i>	261	14	5.36
total	2033	303	14.90

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Najveći broj tekstova koji sadrže informacije anonimnih izvora (93) zabeležen je kada je tema teksta bila u vezi sa *političkim životom u Srbiji*, međutim najveće učešće neimenovanih izvora u odnosu na ukupan broj tekstova objavljenih o nekoj temi ponovo je uočeno kada su u pitanju napisi koji govore o medijski konstruisanoj aferi Karleuša – Vranješ – oko 67% (više informacija u **tabeli 84**).

Broj tekstova koji sadrže informacije dobijene od neimenovanih izvora, prema pet najzastupljenijih tema, u svakom od sedam analiziranih medija, mogu se videti u Apendiksnu u **tabelama 92 – 98**.

29 M. Carlson, *On the condition of anonymity*, Urbana, Chicago, Springfield, University of Illinois Press, 2011, 7

Tabela 84. – Broj tekstova koji sadrže informacije dobijene od “neimenovanih izvora” prema temama, u sedam medija iz uzorka³⁰

Tema/svi mediji	neimenovani izvori	%	ukupan broj tekstova
politički život u Srbiji	93	18.06	515
Kosovo/odnosi Beograda i Prištine	59	23.79	248
pitanja vere, crkva, religija	19	38.00	50
regionalna saradnja/odnosi u regionu	15	10.00	150
privreda	14	13.73	102
spoljna politika Srbije	10	14.93	67
politički život u Crnoj Gori	10	24.39	41
ubistvo pevačice Jelene Marijanović	9	32.14	28
kriminal	9	45.00	20
afera Karleuša	8	66.67	12

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Zaključak

Teme kojima su se bavili štampani mediji u analiziranim tekstovima objavljenim na naslovnim stranama tokom trećeg kvartala 2019. godine, nalaze se najviše u dijapazonu pitanja unutrašnje i spoljne politike Srbije. Kosovo je konstantno u fokusu, ali se bavljenje ovom temom donekle prebacuje u polje spoljnopolitičkih aktivnosti aktera sa političke scene Srbije. Pokazatelj u vezi sa balansiranošću tekstova niži je nego ikada, a senzacionalistički pristup u opremanju tekstova i interpretiranju teme visoko je zastupljen. Mediji se sve više jasno opredeljuju u svojim političkim i etičkim izborima, a norme i vrednosti na tom putu nestaju. Stepen novinarske umešnosti, zajedno sa poštovanjem etičkih normi gubi bitku sa jeftinim senzacionalizmom i neprofesionalnošću, dovodeći novinarsku struku, koja je zbog tehnoloških i društvenih promena već u krizi, u situaciju iz koje će se teško oporaviti.

Apendiks

Tabela 85. – Uzorak *Alo!*

<i>Alo!</i>	
Ukupan broj selektovanih tekstova na naslovnicu	230
Ukupan broj tekstova na naslovnicu koji nisu selektovani	317
Ostalo	5747
Total	6294

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 86. – Uzorak *Blic*

<i>Blic</i>	
Ukupan broj selektovanih tekstova na naslovnicu	185
Ukupan broj tekstova na naslovnicu koji nisu selektovani	285
Ostalo	5938
Total	6408

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul - septembar 2019.

Tabela 87. – Uzorak *Danas*

<i>Danas</i>	
Ukupan broj selektovanih tekstova na naslovnicu	431
Ukupan broj tekstova na naslovnicu koji nisu selektovani	99
Ostalo	6112
Total	6642

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

30 Prikazano je deset tema sa najvećim brojem neimenovanih izvora

Tabela 88. – Uzorak *Informer*

<i>Informer</i>	
Ukupan broj selektovanih tekstova na naslovnicu	181
Ukupan broj tekstova na naslovnicu koji nisu selektovani	325
Ostalo	5920
Total	6426

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 89. – Uzorak *Kurir*

<i>Kurir</i>	
Ukupan broj selektovanih tekstova na naslovnicu	263
Ukupan broj tekstova na naslovnicu koji nisu selektovani	341
Ostalo	6806
Total	7410

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 90. – Uzorak *Politika*

<i>Politika</i>	
Ukupan broj selektovanih tekstova na naslovnicu	482
Ukupan broj tekstova na naslovnicu koji nisu selektovani	384
Ostalo	7848
Total	8714

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 91. – Uzorak *Večernje novosti*

<i>Večernje novosti</i>	
Ukupan broj selektovanih tekstova na naslovnicu	261
Ukupan broj tekstova na naslovnicu koji nisu selektovani	300
Ostalo	8610
Total	9171

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 92. – Broj tekstova koji sadrže informacije dobijene od neimenovanih izvora prema temama: *Alo!*

Tema/ <i>Alo!</i>	neimenovani izvori	%	ukupan broj tekstova
politički život u Srbiji	17	22.08	77
Kosovo/odnosi Beograda i Prištine	7	20.00	35
politički život u Crnoj Gori	5	50.00	10
pitanja vere, crkva, religija	5	41.67	12
privreda	3	21.43	14
afera Karleuša	3	50.00	6

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 93. – Broj tekstova koji sadrže informacije dobijene od neimenovanih izvora prema temama: *Blic*

Tema/ <i>Blic</i>	neimenovani izvori	%	ukupan broj tekstova
Kosovo/odnosi Beograda i Prištine	29	69.05	42
politički život u Srbiji	19	33.93	56
privreda	3	30.00	10
kriminal	3	50.00	6
spoljna politika Srbije	2	28.57	7
ekonomija	2	33.33	6
aktivnosti Vlade RS	2	100.00	2

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 94. – Broj tekstova koji sadrže informacije dobijene od neimenovanih izvora prema temama: *Danas*

Tema/ <i>Danas</i>	neimenovani izvori	%	ukupan broj tekstova
politički život u Srbiji	7	4.07	172
Kosovo/odnosi Beograda i Prištine	5	19.23	26
pitanja vere, crkva, religija	5	50.00	10
privreda	3	7.50	40
sport	2	16.67	12
pravosuđe, aktivnosti pravosudnih organa	2	33.33	6
obrazovanje	2	10.00	20

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 95. – Broj tekstova koji sadrže informacije dobijene od neimenovanih izvora prema temama:
Informator

Tema/ <i>Informator</i>	neimenovani izvori	%	ukupan broj tekstova
politički život u Srbiji	15	31.25	48
Kosovo/odnosi Beograda i Prištine	11	34.38	32
regionalna saradnja/odnosi u regionu	6	37.50	16
afera Karleuša	4	100.00	4
spoljna politika Srbije	4	36.36	11

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 96. – Broj tekstova koji sadrže informacije dobijene od neimenovanih izvora prema temama u listu: *Kurir*

Tema/ <i>Kurir</i>	neimenovani izvori	%	ukupan broj tekstova
politički život u Srbiji	25	29.76	84
ubistvo pevačice Jelene Marijanović	4	57.14	7
korupcija	4	57.14	7
pitanja vere, crkva, religija	3	100.00	3
kriminal	3	75.00	4
lokalna samouprava	3	30.00	10

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 97. – Broj tekstova koji sadrže informacije dobijene od neimenovanih izvora prema temama:
Politika

Tema/ <i>Politika</i>	neimenovani izvori	%	ukupan broj tekstova
politički život u Srbiji	8	17.02	47
pitanja vere, crkva, religija	5	31.25	16
regionalna saradnja/odnosi u regionu	4	8.33	18
energetika	4	28.57	14
pravosuđe, aktivnosti pravosudnih organa	3	25.00	12
Kosovo/odnosi Beograda i Prištine	3	6.25	18

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

Tabela 98. – Broj tekstova koji sadrže informacije dobijene od neimenovanih izvora prema temama:
Večernje novosti

Tema/ <i>Večernje novosti</i>	neimenovani izvori	%	ukupan broj tekstova
regionalna saradnja/odnosi u regionu	3	12.00	25
politički život u Srbiji	2	6.45	31
Kosovo/odnosi Beograda i Prištine	2	4.17	48
ubistvo pevačice Jelene Marijanović	1	50.00	2
Rusija/odnos prema Rusiji	1	10.00	10
SAD/odnos prema SAD	1	8.33	12

Izvor: Istraživanje *Medijametar*, jul – septembar 2019.

4

Diskurzivna
analiza

DEJAN VUK STANKOVIĆ

DISKURZIVNA ANALIZA

Žestoke polemike i fatalna sporenja u političko medijskom polju i kontinuitet dubokih političkih sukoba u ogledalu dnevne štampe

Snažan retorički obračun, visok naboј političke i svake druge isključivosti, konstantan deficit odmerenosti, lakoća etiketiranja drugačijeg mišljenja, polemika na granici ili ispod granice pristojnosti, nemoć da se uspostavi ma kakva racionalna saglasnost o društvenom ili političkom pitanju, kontinuitet žestokih osporavanja i vrednosnih sukobljavanja, ili ukratko: društvo u dubokim rovovima, glavne su, a moglo bi se reći i sveprisutne karakteristike pisanja nedeljnih i dnevnih novina u Srbiji u periodu od jula do septembra 2019. godine.

Nalik prethodnim analizama, i ovu možemo započeti sa nizom standardnih ocena o štampanim medijima, posebno uredničkim kolumnama i nedeljnim novinama. U sferi štampanog novinarstva, pre svega među nedeljnicima, „zabranjenih“ i „nedodirljivih“ tema i stanovišta nije bilo. Pisalo se o svim značajnijim temama, na mnoštvo različitih, neretko oštro sukobljenih načina i dijametalno suprotnih polaznih tačaka. Ishod ovakve forme i sadržine novinarskog pisanja je živo prisustvo mnoštva različitih gledišta o identičnoj temi, bez obzira na to da li ona neposredno referiše na aktere, događaje ili na političke, ekonomske i šire društvene događaje.

Faktičko prisustvo političkog, vrednosnog i spisateljskog pluralizma svedočanstvo je postojanja slobode mišljenja i govora, odnosno slobode izražavanja, u ovom specifičnom, profesionalno i šire društveno-politički relevantnom obliku novinarstva. Naime, moguće je objaviti, nacrtati šta god je autoru po volji i tako poslati raznorodne vrste poruka. Uz to, zastupljene su razne političke orientacije, raspona od radikalne desnice do levice. Rečju, u relevantnim, analiziranim nedeljnicima, nije prisutna ni cenzura ni autocenzura. Ova okolnost je važna pre svega iz dva razloga koji, striktno gledano, nisu iz sfere politike. Prvo, u Srbiji je moguće legitimisati u javnom polju bilo kakvo tvrdjenje ili interpretativni model koji se odnosi na događaje, aktere i društveno-istorijske procese. Interpretativni kodovi, s druge strane, imaju tendenciju i moć stalnog širenja na internetu, a neretko su, posledično, povod i značajan podsticaj za mnogobrojne televizijske priloge ili intervjuje.

Ishod pluralizma novinarskih žanrova su slike aktera, koje su, kao po nekom nepisanom pravilu, dominantno negativne. Obrada teme duboko je određena stanovištem autora, odnosno političkom i šire gledano, vrednosnom orientacijom, autora ili redakcije čiji je isti član. U većini nedeljnica dominira svojevrsna negativna opsesija ličnošću predsednika Republike Srbije Aleksandra Vučića, dok, sa druge strane, analizu delovanja opozicije prožima osporavanje njenog moralnog kredibiliteta i političkog legitimite. Formiranje negativne slike analiziranih aktera i dijametalna suprotstavljenost interpretacija događaja i političkih, ekonomskih i širih društveno-istorijskih procesa, javljaju se kao ishod novinarske obrade određene specifične društvene i političke teme, ili kao zaključak mnogobrojnih intervjuja sa relevantnim ili manje relevantnim sagovornicima u brojnim srpskim nedeljnicima.

Tematski gledano, fokus je na osrvtom na aktuelne političke teme sa naglaskom na niz afere, poput afere „Krušik“, sumnjivog projekta rekonstrukcije Trga republike i afera „plagijat doktorske teze ministra Siniše Malog“ i „prisluškivanje iz vremena vlasti Demokratske stranke“. Afera „Krušik“ je bila dominantna među mnogim pomenutim aferama. Cilj je bila diskreditacija ministra policije Nebojše Stefanovića, posredstvom diskreditacije uloge njegovog oca Branka u poslovima oko izvoza oružja.

Opsežan fokus na Stefanoviće nije bilo jedino i isključivo novinarsko delovanje sračunato s ciljem da se razjasni poslovanje države u sferi trgovine visoko profitabilnom i za državu značajnom robom, već je pomenuti fokus snažno potenciran u kontekstu pokazivanja i dokazivanja da je vlast ogrežla u privilegije i dubinsku, gotovo sistemsku korupciju.

Ako je slučaj „Savamala“ u medijskim i političkim opozicionim krugovima korišćen kao očigledan primer „bezakonja“, onda je afera „Krušik“ drugo ime za koruptivne poslove čelnika vlasti, tačnije trgovinu uticajem ministra policije i prateći nepotizam kao izvor privilegija porodice Nebojše Stefanovića i sa njima povezanim licima.

Dodatak u ovom istraživačkom periodu je i stav o Srbiji kao zemlji bez perspektive, državi bez nade, mestu od koga svako iole stručan i moralan mora nužno da pobegne ne bi li pronašao slobodu i blagostanje u nekom drugom razvijenijem i pravednjem delu sveta.

Kao specifičnost u natpisima nedeljničke štampe pojavljuje se i tendencija ka pozitivnoj evaluaciji rada Vlade Mirka Cvetkovića, Vlade iz perioda nepriksnovene vlasti Borisa Tadića i Demokratske stranke i njenih instant koalicionih partnera koalicije, odnosno Socijalističke partije Srbije i Ujedinjenih regiona Srbije, na čijem se čelu nalazio sada već pomalo zaboravljeni ekonomista Mlađan Dinkić.

Paralelno sa konkretnim pokušajem kriminalizacije vlasti nastavlja se i narativ o suštinskoj nedemokratičnosti vlasti uz prateću apologiju teze o nužnosti bojkota predstojećih parlamentarnih i lokalnih izbora. Kritički diskurs je konglomerat osporavanja koja ne dolaze samo iz političke i pravne sfere, već se nadopunjuje i elementima pseudopsiholoških, ekonomskih i kulturoloških analiza. U epicentru osporavanja antivladine nedeljničke štampe je predsednik Srbije Aleksandar Vučić kao ključna politička ličnost u zemlji.

S druge strane, mediji naklonjeni aktuelnoj vlasti opravdavaju njene poteze i nemilosrdno kritikuju opozicione stranke. Gotovo izvesno je da se više osporavaju aktivnosti opozicije nego što se afirmaše vlast. Imidž opozicije u provladinim medijima izrazito je negativan. Tako negativan da je teško zamisliti goru medijsku sliku nekog političkog aktera. Razume se, važi i suprotno. Gotovo da je nezamisliva negativnija slika vlasti od one kakva se može sresti na stranicama srpskih nedeljnika.

Kompozicija negativne slike vlasti je jednostavna i očigledno po rezultatima istraživanja javnog mnjenja vrlo učinkovita. Ipak, postoji niz elemenata koji tvore negativnu predstavu o opoziciji u medijima koji su skloni otvorenoj podršci vlasti.

Nedostatak narodne podrške, slabi odnosno nikakvi politički potencijali, breme lošeg i neuBEDLJIVOG upravljanja društvom, lično bogaćenje lidera opozicije u vreme vršenja vlasti, odbacivanje izbora i afirmacija ulice kao ključnog faktora za vođenje politike uz stalne prateće optužbe o sumnjivom patriotizmu opozicionih čelnika ključne su odrednice slike opozicionih lidera i stranaka.

Antiopozicioni diskurs karakteriše snažan negativni naboј koji se ogleda u personifikovanoj formi diskursa koja je nadopunjena idiomima koji se po pravilu nalaze s one strane nepisanih pravila konvencionalne pristojnosti u javnom govoru. Tematski gledano, anti-opozicioni diskurs se obilato „hranio“ pričom o endemskoj moralnoj nesavršenosti opozicionih čelnika, njihovoj nasilničkoj i netolerantnoj prirodi, sklonosti ka izdaji državnih i nacionalnih interesa i nedostatkom kompetencija koje su se manifestovale tokom perioda kada je opozicija bila na vlasti.

Među novinarskim žanrovima, primetno je značajno prisustvo intervjuja. Sagovornici se biraju po političko-vrednosnom ključu, koji u gotovo apsolutnom obimu korespondira sa političkom orientacijom članova redakcije. Primetna je i tendencija ponavljanja izbora sagovornika, u cilju intenziviranja uticaja sadržaja poruke, u vrednosnom i političkom smislu. Ponavljanjem medijske poruke, teži se nametanju određene interpretacije u javnom prostoru. Ovo je druga važna karakteristika nedeljničke štampe.

Ona ima značajan politički učinak – ishod je stvaranje ambijenta izraženih i zaoštrenih podela. Učestalost ponavljanja jedne iste poruke, saopštene od strane različitih sagovornika, koji se potom ponavljaju, stvara određeni obrazac mišljenja i reakcije kod čitalaca, formirajući relativno čvrsta, gotovo neupitna, uverenja kod njih.

„Fiksiranje“ slike o akteru ili događaju jedno je od najčešćih oružja u političko-propagandnom ratu. „Fiksiranje“ slike (imidža) predstavlja postupak u kome i zahvaljujući kome, jedan akter ostaje „zamrznut“ u vremenu, tačnije sličan kakav je bio u bližoj ili daljoj prošlosti, uprkos njegovim mogućim i stvarnim transformacijama i bitno promenjenim političkim, ekonomskim, i širim socijalno-istorijskim okolnostima.

Ova rigidna pseudointelektualna matrica funkcioniše po principu zauvek dodeljenih uloga. Akteri su postavljeni u javni prostor po modelu „dobrih“ i „loših“ momaka. Moralno i politički prihvatljeni i „pozitivni“ atributi pripisani su određenoj grupi političkih ličnosti i organizacija, dok su negativni neopozivo i neupitno dodeljeni suprotnoj strani, trajno „nepodobnih“. U središtu sukoba u javno-političkom polju je manihejska podela u medijsko-političkoj eliti. U duhu ovakve moralno-političke optike, proizlazi da su svi nedeljnici zapravo pristrasni. U svojoj pristrasnosti, oni su vrlo jasni i oštri, a razume se, samim tim i veoma iracionalni.

Sukobljenost interpretacija događaja, procesa i aktera je takva da izvorna racionalnost javnog polja primerena demokratski konstituisanoj javnosti, ne može da funkcioniše ni kao korisna iluzija, niti bilo kakvo regulativno načelo u postupku razvrstavanja tekstualno-vizuelne sadržine istih.

Tako živimo u ambijentu u kome svako može protiv svakog, motivisan naglašeno „svojim“ razlozima, koji su nesamerljivi i neuhvatljivi prilikom ozbiljne analize, i kojima ne mogu parirati stavovi i argumenti druge strane, ma kako racionalni i utemeljeni bili. Duh polemike u srpskim nedeljnim novinama, posebno u kolumnama i intervuima, je istinski radikalni, odiše političkom defaminacijom oponenata i moralnom isključivošću prvog reda.

U isti mah, ponavljanje konstantno jedne te iste poruke, pokazuje značajan nivo hermetičnosti određene uređivačke politike. Iz ove vizure, lako se dolazi do „fiksiranja“ određene slike o akteru, procesu ili konkretnom događaju. Stalno ponavljanje istovetne poruke i neskrivena težnja ka učvršćivanju određene slike pokazuje važnost pisanih medija kao sredstva političke komunikacije, tačnije kao aduta u permanentnom komunikacijskom ratu, koji traje među akterima političkog života u Srbiji. Hermetičnost određene novinarske redakcije, pokazuje takođe i da medije karakteriše tendenciozna, neskrivena namera da se izostavi rasprava o određenoj temi, sa ciljem da se pošalje konačna, „osuđujuća“ ili „moralno presuđujuća“ poruka o akterima, događajima i procesima u javnom životu.

U nedeljnicima naročito, važnu ulogu ima i poruka sa naslovne strane, koja je neretko vizuelno i verbalno strukturirana poput predizbornog plakata (najčešće: fotografija sagovornika uz snažnu, sažetu, neretko i ekstremnu poruku iz njegovog intervjua, ili pak fotografija sagovornika uz poruku koja treba usmeriti čitaoca u pravcu poželjne interpretacije nekog događaja). U samom nedeljniku, kao što je to slučaj na primer sa *N/N*-om, značajnu ulogu ima karikatura. Ovo dinamično „jedinstvo reči i slike“ koristi se da dodatno izrazi, snažnu političko-propagandnu poruku. Još jedna važna karakteristika natpisa u nedeljnicima i uredničkim kolumnama je smisaono i retoričko preklapanje stavova novinara i angažovane javnosti i neposrednih političkih aktera. Ova tendencija, snažno prisutna u nedeljnicima, pokazuje da su nedeljne novine veoma često samo „sofisticirani“ resurs u dnevnapolitičkoj borbi stranaka, naročito kad je reč o sferi konstruisanja i održavanja medijskih slika o njima samima.

Postoje nekoliko mogućih načina klasifikacije nedeljnika, među kojima, za potrebe ove analize, govorimo o dva. Prema kriterijumu podele koji je uobičajen i najčešće prisutan u demokratskom društvu, oni bi trebalo da budu podeljeni na one bliske stanovištu vlasti ili pak na nedeljnike koji su umereno ili radikalno kritični prema istoj.

U Srbiji navedeni kriterijum podele ne može dosledno da se razvije, zato što su nedeljnici delimično ili potpuno kritični prema vlasti. Među delimično kritične prema vlasti, treba ubrojati nedeljnik *Pečat*, koji direktno i neskriveno kritikuje evropsku spoljnopoličku orijentaciju sadašnje Vučićeve vladavine.

Nedeljnik *Pečat* uz to pokazuje snažnu kritičku instancu prema moralnom kredibilitetu, aksioološkom opredeljenju i političkim stavovima postpetotbarskih pobednika. S druge strane, nedeljnici poput *NIN-a*, *Vremena*, *Novog magazina* i *Nedeljnika* u celini su kritični prema vlasti. Primetna je razlika u intonaciji kritike. I dok u *Vremenu* i donekle *NIN-u* (posebno u domenu unutrašnje politike i ekonomije) postoji potpuna, detaljna i agresivna kritika vlasti, dote se u nedeljcima poput *Novog magazina* i *Nedeljnika* ističe umereniji ton u izražavanju kritičkih stavova. Ovi nedeljnici u mnogo manjoj meri koriste retoriku optuživanja i etiketiranja ličnosti, nego što je to slučaj sa, u određenim slojevima, vrlo uticajnim srpskim nedeljcima *Vremenom* i *NIN-om*.

Takođe, nedeljnike možemo razvrstati i prema njihovoj spoljnopoličkoj orijentaciji. *Vreme*, *NIN*, *Novi magazin* i *Nedeljnik* karakteriše, u pretežnoj meri, evropska orijentacija. S druge strane, nedeljnik *Pečat*, veoma očigledno zastupa antizapadni i posledično, proruski stav, koji treba da podupre nacionalistički diskurs, relevantno sličan dominantnom diskursu iz ratnih devedesetih godina dvadesetog veka. Posebno mesto u klasifikaciji i profilisanju nedeljnika ima nedeljnik *Ekspres*.

Reč je o nedeljnim novinama koja neretko racionalizuje, pojašnjava i u krajnoj instanci novinarski utežjuje stavove vlasti. U *Ekspresu*, za razliku od opozicione štampe, ne postoji ni jako svedočanstvo o ostrašćenosti, ni političke isključivosti koja je znak raspoznavanja opozicione štampe. Na planu spoljne politike, nedeljnik *Ekspres* nije strogo antievropski, ali nije nekritički sklon evropskom putu Srbije. *Ekspres* daje fokus i na neke važne društvene teme, spoljnopoličke događaje i događaje i političko-istorijske procese iz bliže prošlosti.

Slika vlast – slika Aleksandra Vučića: autoritarni vladar bez liberalno-demokratskog utežjuje stavova vlasti. Političar bez demokratskog i liberalnog habitusa, problematične ličnosti i krajnje amoralan, nasilan, nametnut spolja, „prodavac nacionalnih ekonomskih resursa“; Vučićeva vlast je fašistička, kriminalna, klijentelistička, lažno patriotska.

Slika Aleksandra Vučića u velikoj većini nedeljnika izrazito je negativna. Prvi čovek Srpske napredne stranke prikazan je nizom negativnih epiteta koji se iz nedelje u nedelju ponavljaju ili variraju, pri čemu ili potvrđuju ili nadopunjavaju izvorno negativno vrednosno značenje. Prepostavka osporavanja Aleksandra Vučića je liberalno-demokratski diskurs ili ređe nacionalistički diskurs koji je dominirao javnom i političko scenom u svom punom kapacitetu tokom poslednje decenije prošlog veka.

Motivacija za kritičko pisanje o Aleksandru Vučiću je dvojaka – lična i politička. Politički posmatrano, svi novinari opozicionih medija su ljuti Vučićevi politički protivnici, a njihovo političko opredeljenje zasnovano je na ličnoj negativnoj opsесiji likom i delom prvog i neprikošnovenog prvog čoveka srpske politike.

U kreiranju negativne Aleksandra Vučića prisutna je sledeća shema: 1) negativna, gotovo sumorna karakterizacija aktuelnog istorijskog trenutka, 2) izrazito negativna ocena načina na koji je organizovana i na koji se vrši vlast u državi, 3) konkretnizacija kritike kroz ukazivanje na niz negativnih društvenih pojava, najčešće afera koje prati aktuelnu vlast.

Duboko sumorno, upečatljivo depresivno i u velikoj meri nihilističko određenje sadašnjeg stanja u zemlji, dao je reditelj i angažovan i intelektualac Goran Marković. U intervjuu za nedeljnik *Vreme*, on kaže: „Znate, sve sam mogao da prepostavim, video sam uostalom mnogo toga u životu, ali da će živeti u zemlji koju apsolutno kontroliše banda kriminalaca, iz koje beži svaki ko želi da živi normalno a u njoj preživljavaju jedino moralne nakaze, da će biti okružen pornografskom svakodnevicom i potpunim odsustvom potrebe da se živi civilizованo – to stvarno nisam. Ponekad se pitam šta se to desilo sa mojom domovinom, u koju sam verovao, koju sam voleo? Ko ju je odavde iselio i premestio u nepoznatom pravcu? Kako je moguće da su prostakluk, niske strasti i pohlepa postali jedino što se vidi u pejzažu koji se pred nama pruža? Ko je ukinuo poštene, čast i empatiju stanovništvu odvratne tvorevine koja se sada lažno predstavlja kao Srbija? ... Banditi na vlasti završavaju svoj veliki projekat – iseljenje iz zemlje svakoga ko misli. Radi se o brojci od stotinjak hiljada duša godišnje, toliko njihova operativa može da postigne.“¹

Markovićevo preterivanje u nihilizmu dopunjeno je bizarnim analogijama između sadašnje Srbije i koncentracionih logora i komunističkog zatvora za neistomišljenike. „Prepostavljam da u štabu te operacije dobro proučavaju iskustva holokausta, sovjetskih gulaga i Golog otoka... Za ovako malu zemlju i njenu nejaku kulturu, stotinjak hiljada proteranih godišnje može se smatrati uspehom. Cilj da u zemlji ostanu samo lobotomirani robovi već se nazire. Tada će mračnjaci moći ne samo da zlostavljuju i ponižavaju preostalo stanovništvo, već i da konačno osete ono što im je cilj – da su poštovani i voljeni. Jer, ma koliko se zavaravali loše režiranim masovkama, na kojima im gladni za koricu hleba pružaju podršku, oni sigurno dobro znaju koliko ih slobodni ljudi preziru i mrze.“²

¹ Goran Marković, „Puca se na sve što mrda“, *Vreme*, br. 1487, str. 8

² Isto, str. 9

Sintagma o podeljenoj stvarnosti jedna je od omiljenih poruka kojom se interpretira celoukupan društveni, posebno politički i medijski život. Učestalost ponavljanje te opšte i praznjkave fraze o Srbiji 2019. godine, jedno je opštih mesta radikalno opozicionog diskursa. Advokat Ognjen Rašuo u otvorenom pismu predsedniku Srbije snažno naglašava dualni karakter stvarnosti.

U srži njegovog prikaza je crno bela slika stvarnosti, s akcentom da se dve suprostavljene stvarnosti međusobno isključuju: "Živimo podeljeni između dve paralelne stvarnosti. Jedna je stvarnost nikad bržeg razvoja države, najvećeg rasta BDP-a u regionu, veličanstvenih uspeha, novih auto-puteva, aerodroma i fabrika, renoviranih ulica i trgova. U drugoj stvarnosti institucije demokratske države ne postoje ili su usurpirane i zloupotrebljene od strane vlasti, sve više i više zaostajemo za modernim svetom kome, bar formalno, težimo, asfalt na auto-putevima puca nekoliko nedelja nakon otvaranja, sa aerodroma ne poleću avioni, renovirane ulice i trgovi se raspadaju čim se sklone kamere podobnih medija, radnici u novim fabrikama rade u lošim uslovima za bedne plate, večito zaposleni po osnovu ugovora o privremenom radu, dok im otpad iz tih istih fabrika truje decu."³

Za razliku od Rašua koji svoju manihejsku sliku Srbije vezuje za medije, kolumnista nedeljnika *Nedeljnik*, Zoran Panović, potencira dualni karakter javnosti u Srbiji. Njegova teza je da današnja Vučićeva Srbija predstavlja otelotvorene vizije Vojislava Šešelja, lidera Srpske radikalne stranke, političkog lidera koji je bio bliski suradnik aktuelnog predsednika, a koji je u javnosti poznat po žestokim polemikama i upotreti rečnika koji suštinski narušava elementarne granice konvencionalne pristojnosti. Podsećanje na Šešelja, tačnije identifikacija Vučića i Šešelja temeljno dovodi u pitanje moderni i evropski potencijal i učinak Vučićeve vlasti u svodi je na kopiju modela vladavine, pre svega ophođenja prema društvu i medijima kakva je dominirao tokom ratnih devedesetih: "Netrpeljivost u srpskom društvu je takva da bi nama, idealno-tipski, bilo optimalno kad bismo mogli kao nekad na Kosovu da uvedemo neku vrstu „paralelnog sistema“ – da svaki deo Srbije – vučićevski i antivučićevski – pored svojih medija, ima i svoje univerzitete, a možda i svoje kliničke centre, pozorišta, kafane, i druge javne ustanove. Sve češće se čuje od antivučićevaca da su frustracija i gađenje toliki da oni više ne mogu s naprednjacima da budu ni u istoj prostoriji. Režim je reaffirmisao tiraniju privida. Nakon prozivanja od strane Vučića, 'pseudoelita' u odnosu na 'istinsku' mora da postane avangarda. Srbija je blizu situacije 'podeljenog korzoa' iz nekadašnje Prištine. Samo bez Albanaca."⁴

Jedna od omiljenih teza Vučićevih kritičara je antiintelektualizam i suštinska nedostojnost predsednika Srbije da obavlja svoje državničke obaveze, tačnije nemoć prvog čoveka države da pridržava slova i duha Ustava i zakona. Razlozi za ovakvo postupanje Aleksandra Vučića neretko se traže u sferi politike, ali se analitički „horizonti“ smeštaju i u sferu psihologije i morala. Očigledan primer ove tendencije u kreiranju kritičkog narativa nalazi se tekstu novinarke Tamare Skrozze nastalom povodom polemike predsednika Vučića i dvojice kritič-

³ Ognjen Rašuo, „Oluja u ružičastoj sapunici“, *Vreme*, br. 1492, str. 14

⁴ Zoran Panović, „Rešeljizacija naprednjaka i javnog prostora“, *Nedeljnik*, br. 393/394, str. 24

ki nastrojenih profesora Filozofskog fakulteta – Ognjena Radonjića i Jove Bakića. Povodom njihove polemike, Skrozza se nedvosmisleno stavila na stranu profesora nasuprot predsedniku, odričući čak pravo prvom čoveku države i da pomisli da odgovori svojim glasnim i radikalnim kritičarima.

Skrozzinu prepostavljena asimetrija u korišćenju slobode izražavanja, ima i skrivenu političko-psihološku potku. Vučić je usurpator vlasti, kršitelj Ustava, zato što vodi javne polemike visokog naboja, tvrdiće ova angažovana novinarka: „...profesori Bakić i Radonjić mogu da imaju ovakve ili onakve političke stavove, predsednik u privatnosti svog doma može prema njima da oseća šta hoće, ali on po Ustavu ne sme da izađe pred naciju i kaže da njih ili bilo koga drugog prezire. To je nedopustivo, neustavno, i – kad bi u Srbiji funkcionsale bilo kakve institucije – izazvalo bi ozbiljnu raspravu o postupcima nosioca najviše državne vlasti.“⁵

Da bi se javnosti u Srbiji prikazalo kako je glavni akter srpske politike psihološki i moralno nedostojan te funkcije, uvodi se poređenje sa nekadašnjim predsednikom Slobodanom Miloševićem, koji je u očima „građanske“ Srbije otelotvorene moralnog i političkog zla: „Miloševiću ne bi na pamet palo da se pojmence bavi ovim ili onim profesorom, glumcem, novinarom, analitičarem, aktivistom. Kakav god bio i šta god da je uradio, njegov je pogled bio usmeren ka drugim stvarima, a zabavljen ratovima – bar je glumio indiferentnost prema pojedincima. Vučić sve to ne može i ne ume, ne samo zahvaljujući okolnostima. Njegov ego prosto puca pred svakom rečju kritike, posebno ako dolazi od obrazovanih i pametnijih nego što je on. Njegova potreba da bude najbolji u svemu, pa indirektno i u oblastima iz kojih dolaze njegovi najglasniji kritičari, nesavladiva je. Njegova žudnja da omalovaži, uvredi, verbalno uništi, verovatno je jača i od njega samog.“⁶

Iz Skrozinih navoda jasno je da problem sa Aleksandrom Vučićem nije politički, već duboko psihološki. Novinarka *Vremena* postavila se u povlašćeni položaj političke komentatorke i „psihoanalitičarke“ koja nedvosmisleno i kategorički osporava predsednika Srbije.

Jaka lična i negativna opsesija predsednikom Srbije reprodukcije na različitim nivoima kritičkog diskursa. Važan element kritike je snažno moralno osporavanje koje se bilo implicitno, bilo eksplicitno pojavljuje kao jedan od delotvornih motiva.

Tako već citirani Ognjen Rašuo, advokat i izbeglica iz Hrvatske, apostrofira nemoralno, preciznije nemoralnu dimenziju Vučićevog političkog habitusa. U svom tekstu, koji ima formu otvorenog pisma, on insistira na potpunoj negaciji moralnih vrednosti i sentimenata u Vučićevom političkom delovanju: "Moj razlog što ne volim Vučića nije osvetoljubive prirode, nema nikakve veze sa izgubljenim zavičajem ili ideologijom. On veruje da su vlast i moć sav smisao politike, ja verujem da je smisao politike poboljšavanje države i njenih institucija. On smatra da je u političkoj borbi dozvoljeno kršiti zakone i moral, da ne postoji moralna ili

⁵ Tamara Skrozza, „Njegov ego iznad Ustava i pristojnosti“, *Vreme*, br. 1487, str. 5

⁶ Isto

etička granica, dok ja smatram da postoji i da se ona ne prelazi zbog opštег dobra, a što je čovek na višoj funkciji to je njegova odgovornost za opšte dobro veća. I zato ne verujem u ružičastu sapunicu.⁷

Sa moralno-psiholoških prepostavki o nedoličnosti Aleksandra Vučića da vrši predsedničku funkciju i prihvati načela pravne države i dobre običaje demokratije, u konstruisanju negativne slike vlasti i Vučića, prešlo se na političko-pravni teren. U sklopu pravno-političke analize strukture i načina funkcionisanja Vučićeve vlasti, ponovo se koristi stav o autoritarnom poretku baziranom na samovolji vladara lišenog bilo kakvih ograničenja imanentnih pisanim i nepisanim pravilima demokratsko-liberalnog porekla. Tako sociolog Jovo Bakić smatra da je predsednik Srbije Aleksandar Vučić koncentrisao svu vlast u zemlji u svoje ruke i da čini sve što mu je po volji. Antiustavni i krajne voluntaristički sistem vladanja prisutan kod predsednika Srbije u Bakićevom izlaganju najjasnije se vidi u sledećem citatu: "Živimo u jednoj državi u kojoj predsednik apsolutno nije svestan svojih ustavnih ovlašćenja, odnosno ograničenja. Jer Ustav je ustava vlasti... On je sve – i predsednik Vlade i predsednik Skupštine i predsednik Vrhovnog suda. Dakle, svuda gde su ljudi – čast izuzecima – koji nemaju svoje ja, nego ih predstavlja on. On je taj koji, kad treba, prozove tužilaštvo što ne radi svoj posao, sudije kada tvrdi da su ih 'namestili žuti lopovi'. To je nešto što predsednik države ne bi smeо da radi. Da smo mi pravna država, Ustavni sud bi ga pozvao na odgovornost, jer je to dužnost Ustavnog suda kada neki organ izvršne ili zakonodavne vlasti krši svoja ovlašćenja. Taj sud određuje kada je neki organ vlasti prekršio Ustav. Međutim, kod nas su stvari poremećene."⁸

Suspenzija sudova od strane vlasti korespondira sa obesmišljavanjem rada Parlamenta. Ovu okolnost primećuje Nedim Sejdinović. On s prezicom konstatuje da haos u Parlamentu proistiće iz moralno-psiholoških profila ljudi koji su poslanici vladajućeg SNS-a: "Obesmišljavanje parlamenta jedan je od najvažnijih mehanizama kojima izvršna vlast uspeva da usurpira celokupnu moć u društvu i uspostavi potpunu dominaciju nad njim. Parlament koji se pretvorio u rijaliti-šou i kojim vladaju karikaturalni likovi – nešto je što bi svaka izvršna vlast samo sanjati mogla. Tu se i krije tajna zašto su naprednjaci u skupštinu stavili ljudе poput Maje, Đuke i Martinovića, u poređenju sa kojima čak i Ana Brnabić izgleda kao ozbiljna politička figura. Čak ne mora da znači da su poslanici vladajuće većine dobili zadatak da rasture parlament; dovoljno je samo da su im rekli – budite to što jeste."⁹

Pored autokratskog stila vladanja Vučića karakteriše i otvoreni makijavelizam koji se ogleda u potpunoj posvećenosti održanju i akumulaciji što veće količine vlasti i drugih pojavnih oblika moći: "Vučić nema nikakvu politiku, ne poštuje nikakve vrednosti, bilo koga ili bilo šta – njegov jedini cilj je lična i neograničena vlast, a za ostvarenje tog cilja ne postoje zabranjena sredstva. On dnevno menja stavove, svesno laže, manipuliše, unižava institucije i privatne živote hiljada ljudi. Njegova jedina politika su svakodnevna istraživanja javnog mnjenja i fokus

⁷ Ognjen Rašuo „Oluja u ružičastoj sapunici,” *Vreme*, br. 1492, str. 14

⁸ Jovo Bakić, „Možda sam ja za njih opasan čovek,” intervju sa Radoslavom Ćebićem, *Vreme*, br. 1489, str. 15

⁹ Nedim Sejdinović, „Čemu ovo služi, a uz to i ne radi?” *Vreme*, br. 1489, str. 21

11. ЈУЛ 2019. / БРОЈ 3576 / 299 RSD

ОПОЗИЦИЈА
У СРБИЈИ
ГДЕ ЈЕ ЗАПЕЛО

ВАСИЛ ХАЦИМАНОВ
ОВА ЗЕМЉА ЈЕ
ТЕМПИРАНА БОМБА

ДВЕ ГОДИНЕ ВЛАДЕ
ДА ЈЕ САМО
ЂУТАЛА...



ОБРАЧУН С ПРЕЗРЕНИМА
**ЕЛИТА НА
НИШАНУ**



03576 >
9 770027 668002

Austria 4,00 EUR
France 3,50 EUR
Belgium 4,00 EUR
Crna Gora 2,99 EUR

Denmark 39,00 DKK
G. Britain 2,20 GBP
BiH 5 KM
Greece 3,00 EUR

Netherlands 4,00 EUR
Hrvatska 30,00 KN
Makedonija 249,00 DEN
Germany 4,00 EUR
Norway 45,00 NOK
Slovenija 4,00 EUR
Switzerland 6,00 CHF
Sweden 60,00 SEK

www.nin.co.rs
facebook.com/ninonline
twitter.com/NedeljnikNIN

NIN, 11. 07. 2019.

grupe kao sredstvo za manipulaciju javnošću - kada mu istraživanja pokažu da treba davati lažna obećanja on to radi; kada mu sugerišu da treba dati izjavu protiv Amerike ili Evropske unije on za to angažuje saradnike i tabloide; kada mu se učini produktivnim stvaranje slike o prijateljstvu sa Rusijom on angažuje sve resurse da se veliča Putin; kada se suoči sa rastom rejtinga opozicije on ih naziva fašistima i izdajnicima; kada istraživanja pokažu da se profiliše pojedinac koji bi ga pobedio na fer izborima on organizuje višemesecni medijski linc tog pojedinca; kada fokus grupe pokažu narastanje nezadovoljstva građana zbog korupcije, on organizuje fingirana hapšenja.¹⁰

Na Zelenovićevu radikalno nihilističku viziju sadašnje vlasti nadovezuje se stav politički angažovanog reditelja Stevana Filipović koji tvrdi da je sadašnja vlast sprega političke elite i kriminala na čijem čelu se nalazi Aleksandar Vučić.

„Svako autoritarno društvo ima slabu opoziciju. Lokalne varijacije autoritarizma je dosta precizno okarakterisao sociolog Balit Magyar kao 'postkomunističku mafijašku državu'. On je definiše kao 'državu u kojoj šef i njegov klan prisvajaju sve državne resurse za ostvarivanje lične koristi i profita'. Putnova Rusija ili Orbanova Mađarska su dobri primeri. Tako da jedan od glavnih odgovora na prvo pitanje leži u samoj prirodi Vučićevog režima. Taj režim je zapravo privatno-poslovno-mafijaški poduhvat jedne piramide koju čine svi članovi SNS-a (a nije ih malo, preko 700.000, desetina populacije), njihove uže i šire porodice, pa sve do samog vrha, i čoveka koji sedi na njemu. Da bi taj model ekonomski opstao, da biste nahranili celu piramidu, vi morate da grabite sve što se zgrabiti može u javnom sektoru, i u tom procesu, naravno – poželjno je da eliminišete svedoke. Same ideje parlamentarizma, kontrole vlasti i postojanja jake opozicije su u direktnom sukobu sa prirodnom tog SNS poslovnom poduhvatom.“¹¹

I dok Filipović vlast direktno kriminalizuje, smatrajući je gotovo moralnim zlom i političkom pošasti, politikolog Filip Balunović stigmatizuje predsednika Srbije identifikacijom sa fašističkim političkim misaonim i delatnim obrascem. Svoj stav on racionalno, ali i retorički obrazlaže pozivanjem na koncepciju fašizma koju je razvio Umberto Eko. Italijanski pisac je ovde dodatak, svojevrsno jako mesto u eksplikaciji stanovišta, neka vrsta retoričkog „ukrasa“, autoritet koji odobrava politikansko-propagandističko nadahnuće. Moralistički naboje ovog ambicioznog politikologa, dodatno se utemeljuje okolnošću da se predsedniku Srbije obraća u formi otvorenog pisma što je karakteristika dela „peticionaške“ liberalne opozicije iz vremena komunizma i režima Slobodana Miloševića: „Gospodine Predsedniče, fašizam je ideologija u čijoj srži se nalazi i 'prezir prema slabijem', ali se on uglavnom odnosi na šovinizam, odnosno prezir prema nekom drugom slabijem 'narodu'. Umberto Eko, navodeći karakteristike fašizma, govori i o unutrašnjem fenomenu prema kom se može dogoditi da svako mrzi onoga ispod sebe – pa se tako stvara opšti osećaj elitizma. Ja moram da kažem da mnoge karakteristike fašizma zaista uočavam i prepoznajem kod nas. One, ipak, nisu očišćene u jednom čoveku, pa čak ni u grupi ljudi, već su užidane duboko u same temelje našeg društva. Ono je paranoično i skljono teorijama zavere; ono je preopterećeno reinvenči-

10 Nebojša Zelenović, „Tehnologija Vučićeve vladavine“, *NIN*, br. 3582, str. 9

11 Stefan Filipović, „Gde je zapelo“, razgovor sa Vesnom Mališić, *NIN*, br. 3576, str. 19

jom tradicije; neslaganje sa onim što je dominantno tumačenje prošlosti ili sadašnjosti ono automatski karakteriše kao izdaju. Ono je nadalje, izrazito mačističko i zaista je izgrađeno na postulatima jednog 'novogovora', o kom Eko govori kao o služenju 'osiromašenim vokabularom i elementarnom sintaksom koji ograničavaju sredstva za kompleksno kritičko mišljenje'. Plašim se da su, ipak, kamen-temeljci fašističkih karakteristika pojedinih segmenata našeg društva udareni mnogo pre nego je predsednik o njemu počeo da govori. Ti su temelji udareni u vreme kada je on tražio utočište u nacionalizmu, brojao krvna zrnca i crtao mape državnosti 'nadmoćnog srpskog naroda'.¹²

Navedeni citat pokazuje da se Vučićeva praksa ophođenja prema političkim akterima i medijima utemeljuje u sirovom doživljaju nacionalizma. Teza o nacionalizmu kao rodno tlu Vučićevog psihološkog, moralnog i komunikološkog doživljaja politike sama po sebi dovodi u pitanje svaku vrstu napora predsednika Srbije da prihvati procese modernizacije i evropeizacije u našem društvu. Modernizacijski i evropski kontekst Vučićeve politike samo je fasada iza koje se krije fašistička ideologija i pripadajuća praksa.

Upravo „represivni potencijal“ i praksi Vučićeve vlasti istaći će i istoričarka Dubravka Stojanović. Njeno stanovište je slično Balunovićevom, utoliko što SNS i Vučića vidi kao zastupnike konzervativno desne populističke ideologije čiji je nosilac harizmatski lider Aleksandar Vučić.

Netrpeljivost postoji prema političkom neistomišljeniku: „Suština je da se svako ponizi, da svako ostane bez dostojanstva, da se uništi svaka konkurenca, dotuče pluralizam i da, na kraju, ostane samo jedan glas, onaj iz trbuha naroda. U tom sistemu politički neistomišljenik može biti samo neprijatelj i to je ono što ovo društvo stalno drži na ivici građanskog rata, što stvara ogromnu nesigurnost i ne da mu da se stabilizuje.“¹³

Populistički politički i kulturni obrazac upisan je dominantne tokove srpske političke tradicije. SNS je logični istorijsko-politički nastavak Narodne radikalne stranke Nikole Pašića i duhovno-politički srodnik savremenih antiliberalnih nacional-populističkih lidera, poput Donalda Trampa, predsednika SAD i Viktora Orbana, predsednika Mađarske. „Obično govorim o Srbiji kao avangardi populizma, jer je od trenutka kada je deveadesetih godina 19. veka Narodna radikalna stranka osvojila premoć u političkom životu, uspostavljen jedan populistički diskurs kojim se narod 'pujda' protiv elite. To je tipičan govor, danas bismo rekli, protiv establišmenta koji koriste svi – od Trampa do Orbana, Erdogana ili Putina. Ali taj govor je lažan, kao i sve drugo u populizmu, jer populizam čim dođe na vlast i te kako postaje establišment, prigrabi svu vlast, pojede sve institucije, ukine procedure i zarobi državu, prilagođujući je sebi. Zbog toga Vučić 'grdi' elitu, da bi se predstavio kao da je on 'narod', da je on trbuhozborač tog naroda, što je takođe osnovna karakteristika populizma.“¹⁴

12 Filip Balunović, „Odgovor na predsednikovo pismo“, *Vreme*, br. 1489, str. 17

13 Dubravka Stojanović, „Vlast gura društvo u sukob“, razgovor sa Tanjom Nikolić Đaković, *NIN*, br. 3575, str. 8

14 Isto, str. 9

Osvrt Dubravke Stojanović na istorijsko utemeljenje SNS-a, nadopunjen je analizom širih duhovnih tendencija imanentnih srpskom društvu o kojima govori advokat Slobodan Beljanski: "Mi smo zapušteno društvo. Nas je mimošla renesansa, izostalo je doba racionalizma, s neprimetnim tragovima okrznuli smo se o prosvetiteljstvo. Demokratija je više bila program nego politička realnost. U društvenoj svesti preovladao je pseudoromantizam, ne kao carstvo slobode, već kao robovanje mitovima i emocijama. Kao pad slobode pod zatucnost... Za intelektualca koji, podrazumeva se, nastoji da bude nezavisan, društvo u kome živi liči na iznuđeni egzil. Spinoza je smatrao da čoveku ipak ostaje sloboda misli koju mu niko ne može oduzeti. Na to se nadovezao Popper, kada je zaključio da nema slobode misli ukoliko ona nije kritička, a kritička misao se može uspostaviti jedino u dijalogu. Prepušten samom sebi, čovek ne može dovoljno dobro kritički misliti. Ne može sam sebe da proverava. Kod nas ne postoji sučeljavanje mišljenja, a ako i iskrne, ono se izvrgava ruglu. Ko god javno iskaže kritiku, izlaže se tome da bude naružen, da ga obaspu klevetama. U ovom društvu gotovo da nema kritičkog mišljenja kroz javni dijalog, a to opet znači da u ovom društву nema ni slobode."¹⁵ Upravo zbog navodnih dubokih duhovnih prosvetiteljskih i liberalno-demokratskih deficita, dolazi do idealizacije perioda vladavine različitih političkih grupacija nastalih iz antimiloševičke koalicije DOS.

Nostalgija za petooktobarskom republikom je kritički i politički odgovor na sadašnje stanje uz indirektnu sugestiju da je promena nužna i moguća. Afirmacija nostalгије за Srbijom 2001-2012, jasno je uočljiva u tekstu novinara *Vremena*, Teofila Pančića: "...srpska 'petooktobarska republika', koja je trajala od 2000. do 2012., mogla je da se pokaže kao istorijski incident i neponovljivi izuzetak, kao eksperiment koji je lokalno biračko telo u jednom specifičnom trenutku očajanja preduzelo, a zatim se uplašilo vlastite odvažnosti, te gledalo da ga brže-bolje okonča; zato je, valjda, svojim postoktobarskim vladarima do surovosti strogo merilo i zameralo i najmanju grešku, mada je onom drugom tipu vladara dopušтало да ga kinji i gazi, ubija i pljačka bez mere i gotovo bez kraja."¹⁶

I dok mnogi od kritičara optužuju predsednika Aleksandra Vučića da svojim oštrim političkim stavovima „omalovažava“ i „vređa“ političke aktere i javne intelektualce, blokirajući, pritom svaki dijalog u društву, reditelj Igor Vuk Torbica, insistira na tome da je dijalog vlasti i opozicije, odnosno generalno, političkih neistomišljenika nepotreban, te da demokratske snage moraju naći i adekvatan polemički izraz primeren, ali i delotvoran politički aktivizam koji bi doveli u pitanje nepričuvane pozicije vlasti: "Nikakav dijalog sa njima u ovom trenutku nije ni potreban ni moguć. Potrebno je samo naći mehanizme kako da se potpuno istupi iz Priče koju priča Vučić. A za to će se morati konsultovati ljudi koji o pojmu priča znaju sve, jer jedino drugom, boljom pričom možete da istupite iz prve, i možete da računate da će ljudi okrenuti glavu od jednog sadržaja ka drugom.

15 Slobodan Beljanski, „Poslednji dani odbrane pred najezdom zla,“ intervju sa Nedimom Sejdinovićem, *Vreme*, br. 1497

16 Teofil Pančić, „Siriza i pouke za Srbiju,“ *Vreme*, br. 1488, str. 19

Početak svega je oslobođiti jezik jer se u jeziku odvija ključni deo ove bitke. I to je upravo ono što je učinio profesor Bakić. Odbacio je ukrasne pridjeve, fokusirao se, posegne za šalom, uz dozu konkretnе ozbiljnosti. Počeo je stvari nazivati pravim imenima, ne kreativno, nego spustiti na suvi, osnovni nivo i postao je opasan. Jedan čovek, opasniji od rulje koja uleti u RTS. I to je ono što bismo, želimo li zaista promene, morali početi činiti i mi, bez verbalnih vratolomija. Hulju nazivati huljom, olos – ološem, mafiju mafijom, njihovu politiku politikom monstruoznosti i ponavljati to do iznemoglosti."¹⁷

Torbica sopstveno zgražavanje, nelagodu i protest transformiše u diskurs opravdanja govoru mržnje koji obilato koriste radikalni i nihilistički nastrojeni kritičari vlasti. Torbičino "oslobađanje" jezika retorički i semantički se slaže sa radikalno politikantskim verbalnim nasiljem bivšeg pokrajinskog premijera i lidera Demokratske stranke, Bojana Pajtića. Bivši lider DS ponavlja stereotip o Vučiću kao predsedniku koji sa Zapadom napravio razmenu – predaja Kosova za dolazak i opstanak vlasti po svaku cenu uz mogućnost voluntarističkog vršenja vlasti.

Pajtićeva interpretacija političke dinamike u odnosima Srbije i Zapada posebno je istaknuta na ovom mestu njegovog već ritualnog intervjuza za nedeljničnik *Vreme*, intervju kojeg kao po narudžbini daje na svaka dva, tri meseca, sipajući svojevrsne političke fatve na aktuelnu vlast: "Vučić je idealan 'izvođač radova', kako za strane političke strukture tako i za kapital koji ulazi u Srbiju. Za zapadne političke strukture on je idealan, jer je ucenjen svojom ratno-huškačkom prošlošću i kriminogenom sadašnjosti. Tragedija Srbije je što u vrlo teškom istorijskom trenutku u njoj apsolutnu vlast ima ucenjen čovek. Vučić je idealna logistika i za kapital koji je režim devedesetih godina izvlačio iz zemlje, a sada se taj novac vraća kao 'strani kapital'. Ko će ih bolje zaštititi nego onaj ko je u tom režimu bio na poziciji ministra?"¹⁸

Dakle, predsednik je ucenjen. Svoje iskupljenje on plaća predajom Kosova i ustupanjem resursa strancima, s tim što se Vučić izjednačava sa Šešeljem u očima zapadnih političara. Iako niko sa Zapada takvu identifikaciju nikada nije pominjao, Pajtić činjenice ne obavezuju već razvija svoj političko-medijski narativ vrlo beskrupulozno i određeno. Glavna njegova inspiracija je negativna opsesija predsednikom Srbije. Sadržina njegovih stavova je izrazito vrednosno negativna i locirana u već mnogo puta ponovljenu kampanju podsećanja. Pajtić Vučiću odriče evoreformski potencijal i prikazuje isključivo njegovo ratno i nacionalističko delovanje. Mentalno i politički konzerviran u vremenu, bivši lider demokrata fiksira izrazito negativnu sliku: "Vučić je zbog svoje ratnohuškačke prošlosti ucenjen, budući da je imao važnu ulogu u raspisivanju multietničke mržnje i podstrekivanju ratova. Bio je neko ko je takođe mogao da završi u Hagu kao Šešelj. Nisu gresi Aleksandra Vučića manji nego Šešeljevi. Naprotiv, nije Šešelj izgovorio onu rečenicu da treba pogubiti sto muslimana ako pogine jedan Srbin. Na osnovu svog političkog učinka iz devedesetih, Vučić je takođe mogao biti rezident Haga. Procena je bila da se od njega, kao od ucenjenog čoveka, može dobiti mnogo

17 Igor Vuk Torbica, „Preko nas trenutno prelazi galopirajući voz,“ intervju sa Dragom Jovićevićem, *NIN*, br. 3575, str. 20

18 Bojan Pajtić, „Srbijom vlada ucenjen čovek,“ *Vreme*, br. 1495, str. 13



Vreme, 29. 08. 2019.

više koncesija nego što se moglo dobiti od Borisa Tadića, čija prošlost u političkom smislu nije bila problematična i koji je od samog početka bio proevropski političar.¹⁹

Posle ideooloških i pseudonaučnih diskvalifikacija koje su vrlo glasno i prividno jasno iskazane, kritički diskurs se dalje razvija kontinuiranom stigmatizacijom koja počiva na kriminalizaciji, kako pojedinačnih učesnika u radu Vlade, tako i celokupnog političko-pravnog i društveno ekonomskog sistema u Srbiji.

Ovu vrstu kritike i neskriveni doprinos snažnoj antagonizaciji javne scene dao je Dragan Đilas, lider opozicione stranke Slobode i pravde. Đilas svesno preterujući doslovno tvrdi da je svaki kriminalac u Srbiji u službi Aleksandra Vučića: "Nema nijednog kriminalca u Srbiji koji ne radi za ovu vlast na određeni način, čak su neki delovi MUP-a bili na strani jednog narko-klana protiv drugog. U takvim okolnostima, u atmosferi linča koju vlast kreira, sve je moguće, pa i da neko smatra da će učiniti uslugu državi time što će ukloniti nekog od nas. Onaj ko je kreirao tu atmosferu snosi odgovornost za sve što se desi."²⁰

Sa opštег nivoa kriminalizacije u konstruisanju negativne slike prešlo na konkretni nivo. Tipičan primer kriminalizacije društva koji je usko povezan sa državom i politikom je korupcija. Najupečatljiviji primer državne korupcije, ako je suditi po navodima opozicione štampe, u periodu jul – septembar 2019. godine mnogo puta pominjana afera „Krušik“.

Valjevski „Krušik“ je jedna od najvećih firmi srpske namenske industrije koja posluje i u zemlji i inostranstvu. Ova kompanija došla je u fokus medijske pažnje zbog poslova oko izvoza određenog broja minobacačkih granata, koje su preko privatne kompanije „GIM“ iz Beograda izvezene u Saudijsku Arabiju. Iz Saudijske Arabije, mine su prebačene u Jemen gde besni građanski rat između zavađenih frakcija. Mine srpske proizvodnje, prema saznanjima američkih, bugarskih i nekih srpskih novinara, završile su u rukama islamskih fundamentalista.

Srpsko oružje u rukama islamskih ekstremista je loša međunarodna poruka koja potkopava ionako krhki kredibilitet Srbije u međunarodnim odnosima. O širem međunarodnom aspektu štetnosti afere „Krušik“ govori bivši načelnik Generalštaba i aktuelni zamenik predsedništva opozicione Narodne stranke Vuka Jeremića: "Posebna dimenzija je uključenost srpskih firmi u međunarodnu trgovinu oružjem koje završava na područjima zahvaćenim građanskim ratom, i to u rukama ekstremističkih islamskih naoružanih grupa. To pravi nesagledivu štetu ugledu Srbije u svetu. Zar je potrebno posebno objašnjavati zašto velike sile koje podržavaju neku od zaraćenih strana prilično paze da ne ostave direktni otisak prstiju u njihovom snabdevanju oružjem. I baš je Vučićev režim zagrizao da upetlja Srbiju u prljave poslove za tuđe državne, a svoje lične interese. Sasvim je jasno da se ne radi o državnim interesima Srbije. Kao što se o njima nije radilo ni kad je izdavan srpski pasoš Jingluk Šinavatri, bivšoj premjerki Tajlanda za kojom je raspisana međunarodna poternica."²¹

19 Isto, str. 13

20 Dragan Đilas, „U atmosferi linča moguća su i ubistva“, intervju sa Verom Didanović, *NIN*, br. 3578, str. 10

21 Zdravko Ponoš, „Otac, sin i kum sveti u trgovini oružjem“, intervju sa Davorom Lukačem, *Vreme*, br. 1499, str. 10

U čitavoj priči oko trgovine minobacačkom municijom navodno je sporno više stvari. Prvo, količina profita „GIM“-a koja je nastala kao posledica razlike u ceni prilikom transakcija između tri učesnika posla. Naime, „GIM“ je za relativno mali novac kupio naoružanje od „Krušika“. S druge strane, „GIM“ je relativno jeftinu robu prodao značajno skuplje saudijskom partneru. Čitava priča ne i bila ni izbliza zanimljiva da nema potencijalno opasan i moralno skandalozan epilog i kontekst. Naime, postoje optužbe za trgovinu uticajem i nepotizam, upropasćavanje državne firme i sticanje profita privatnih kompanija povezanih sa ministrom Nebojšom Stefanovićem, važnim čovekom u sistemu vlasti predsednika Vučića, uticajnim članom SNS-a i ministrom unutrašnjih poslova.

Pobornicima plasiranja afera „bode oči“ rast profita privatne kompanije „GIM“, kao i uloga Branka Stefanovića, oca ministra unutrašnjih poslova Nebojše Stefanovića. Pojava oca i sina u jednom državno-poslovnom poduhvatu je sporna, jer je licencu za izvoz proizvoda namenske industrije privatnim kompanijama lično odobrio i sam ministar Nebojša Stefanović. Tako je sin svojom dozvolom omogućio učešće u visoko profitabilnom poslu kompaniji u kojoj je njegov otac savetnik. Istovremeno, kao posledica ove i drugih transakcija sledi gubitak državne namenske industrije. Zanimljivo je da je u medijima „skretanje pažnje“ na rast profita privatne kompanije „GIM“ povereno nekadašnjem šefu Vojnobezbednosne službe i članu SNS-a, Momiru Stojanoviću. Stojanović je svoja optužujuća saznanja na račun dojučerašnjih političkih saboraca podelio sa radikalnim antivladinim nedeljnikom *N/N*. Momir Stojanović rast profita „GIM“-a ne vezuje samo za lično bogaćenje, već i za finasiranje same SNS: „Od prodavnice boja i lakova, GIM je postao jedan od vodećih izvoznika oružja. Prodaja oružja i vojne opreme u Srbiji je netransparentna i pod skoro potpunom je kontrolom vladajućeg SNS-a. To potvrđuje i poslednji slučaj, u koji je bio umešan Branko Stefanović, otac ministra policije, zbog čega postoji sumnja da se taj novac koristi i za partijske potrebe, smatraju stručnjaci.“²²

O ulozi oca ministra policije, direktno i pomalo agresivno piše Milan Ćulibrk. Njegov ton i stil pisanja pokazuju da nema načelne istraživačke sumnje, već unapred gotovog odgovora koji ima za cilj da diskredituje Stefanoviće, Vladu Srbije i uopšteno opciju na vlasti.

Primer „angažovanog novinarstva“, Ćulibrk konkretno dokazuje: „Koliko je vlast zaslужna što je Branko Stefanović tek uoči penzionisanja shvatio da možda ima smisla za biznis? Zaštoo minister policije tvrdi da njegov otac nema firmu za trgovinu oružjem kada je NIN otkrio da Junajted BG, čiji je jedini vlasnik Stefanović senior, ima licencu za izvoz oružja? Da li je sukob interesa ako otac od sina traži takvu saglasnost? Da li je u najnovijoj aferi bilo korupcije, trgovine uticajem ili nekog drugog krivičnog dela? Kako je radnik Telekoma pregovarao o prodaji oružja? Za koga radi srpska država, za privatne ili za državnu firmu Jugoimport? Zaštao je profit GIM-a za tri godine uvećan 3.146 puta, dok je izvoz Jugoimporta prepolovljen? Da li GIM jedini može da dobije oružje i vojnu opremu, a da ih prethodno nije platio? Jesu li

za trgovinu oružjem najvažnije rodbinske i političke veze?“²³

Cilj teksta je jasan – diskreditovati vlast kroz niz na prvi pogled zdravorazumskih pitanja obojenih ideologijom i dnevnom politikom. Prva „meta“ je porodica Stefanović i privatne kompanije koje su izvezle oružje. Prva „meta“ nije jedina „meta“. Prava „meta“ je Aleksandar Vučić. Strategija koja se demonstrira je strategija napada na Vučića preko negativne kampanje usmerene na ljude iz bliskog okruženja.

Nakon što vlast prikazana kao samovlašće jednog psihološki i moralnog spornog čoveka – Aleksandra Vučića – koji je koncentrisao svu moć u svoje ruke, bez obzira na ustavna i zakonska ovlašćenja, na red je došlo devalviranje ekonomskih rezultata koje postigla Vlada Srbije.

Oficijelni državni narativ o napretku Srbije na ekonomskom planu temeljno i retorički razorno se dovodi u pitanje. Vlast SNS-a predvođena Vučićem rasprodaje ekonomske resurse Srbije strancima i nedovoljno izgrađuje pravni okvir koji podstiče domaće privrednike da investiraju. Isto tako, ekonomski rast se ne bazira na stabilnim domaćim ekonomskim potencijalima, već na pozitivnim trendovima u međunarodnoj ekonomiji, koji se takođe nedovoljno koriste. Paralelno sa devalvacijom ekonomskih rezultata, događa se i reafirmacija ekonomske politike iz vremena 2008-2012 godine. Istine radi, pomenuta medijska reafirmacija nekadašnjeg premijera Cvetkovića više je u kontekstu relativizacije tvrđenja o totalnom neuspehu njegove vlade u vreme svetske ekonomske krize, nego što predstavlja standardno veličanje njenih dostignuća i rezultata.

Ekonomska „izdaja“ Srbije koju sprovodi Aleksandar Vučić ogleda se u skupim i neracionalnim poslovnim aranžmanima koje vlast sklapa sa stranim kompanijama, ali i visokom stepenu migracije visoko obrazovanog radno sposobnog stanovništva u države Zapadne Evrope. Svojevrsna „nagrada“ Aleksandru Vučiću su „otvorena vrata“ u svim evropskim metropolama i mogućnost da se u zemlji predstavi kao državnik koji uspostavlja i održava prijateljske odnose sa svim liderima u Evropi i svetu.

O ovom segmentu naše ekonomske zbilje direktno govori Dragan Đilas, predsednik opozicione Stranke slobode i pravde: „Vučić vodi dobru spoljnu politiku, svi ga primaju. Naravno kad rasprodaje Srbiju. Od Kineza uzme kredite za tri i po milijarde, da im poslove bez tendera i pokloni im Bor. Rusima je dao da rade železnicu bez tendera. Američkom Behtelu dao je da radi auto-put koji, em nam ne treba, em je cena 800 miliona evra apsolutno nerealna. Francuzi su dobili aerodrom, a njihova kompanija Suez je potpisala jedan od najštetnijih ugovora za ovu zemlju, 1,5 milijardi evra za spalionicu otpada u Beogradu. U isto vreme Vučić i njegova vlada drže nivo plata besmisleno nizak i onda naši ljudi koji znaju posao odlaze u Evropu gde ih dočekuju raširenih ruku. Da li znate da Nemci godišnje iškoluju samo trećinu lekara koji su im potrebni, sve ostalo uzmu od drugih? Kad pogledate sve to, jasno je zašto

22 Vuk Cvijić, „Oružje u rukama stranačkih vojnika“, razgovor sa Momirom Stojanovićem i Aleksandrom Radićem, *N/N*, br. 3587, str. 14

23 Milan Ćulibrk, „Kako su Stefanovići minirali državu“, *N/N*, br. 3587, str. 8



Novi magazin, 22. 08. 2019.

Vučić mnogima odgovara.²⁴

Štetni ugovori za državu, unosni ugovori za strane kompanije, niska cena rada za građane Srbije i visok profit za strane ulagače, subvencije za strane ulagače, nedostatak jednakog tretmana za domaće privrednike su slika i prilika ekonomske politike Srbije. Opozicioni tvrdnje nastoje da apsolutno dovede u pitanje narativ i sliku Srbije koja se ekonomski razvija i napreduje, i koja se u kontinuitetu reprodukuje u poslednjih sedam godina.

Dalje razvijanje duboko „kritičkog stava“ prema vlasti blisko je povezano sa statusom države u ekonomskoj utakmici. Stav opozicionih stranaka oduvek je bio skeptičan prema mogućnosti da se u Srbiji uspostavi zdrav ambijent za biznis. Nemoć da se privuku domaći investitori prikazana je u sledećem citatu iz teksta novinara *Novi magazin* Mijata Lakićevića. On smatra da nepostojanje pravne države predstavlja prepreku za razvitak domaćeg preduzetništva. Istovremeno, indirektno se kritikuje i politika subvencija stranim investitorima: „Ova vlast se, kao što je poznato, uopšte ne ističe u poštovanju zakona, ali tako otvoren prezir prema zakonitosti odavno нико nije pokazao. Ljudi to, naravno, vide. Može Vučićeva (i Anina?) vlast visokim subvencijama i drugim privilegijama da podmičuje strance da ulažu u Srbiju. Može da uzima kredite i sama investira. Ili da visokim porezima uzima novac od građana i privrede, pa da ga onda deli naokolo, bilo kroz investicije bilo kroz plate i penzije. Ali ono što Vučićeva vlast već godinama ne uspeva, to je da motiviše domaće privrednike da ulažu. I zato su ukupne investicije niske, a stopa privrednog rasta u prethodnih pet godina jedva nešto preko dva odsto, dok se za naredno petogodište (barem prema MMF) predviđa rast BDP-a od 3,5 odsto. Daleko ispod onog koji obećava Vučić.“²⁵

Lakićevićeva analiza kao svoj zaključak postavila je tvrđenje da su obećane stope rasta predsednika Srbije nisu dostizne i da samim tim nema dinamičnog i intenzivnog napretka. Uporedno sa duhom radikalne sumnje usmerenom ka mogućnostima ekonomskog razvoja i postignutim rezultatima, u tekućem istraživačkom periodu pojавila se ideja o reafirmaciji Vlade Mirka Cvetkovića.

Dr. Milojko Arsić, profesor Ekonomskog fakulteta u Beogradu i savetnik premijera Mirka Cvetkovića, tvrdi da narativ koji Cvetkovićevu Vladu vidi kao krajnje ekonomske sporne i potpuno nesposobne, nedovoljno uzima u obzir okolnosti svetske ekonomske krize i rezultate Vlade u tom periodu. Istovremeno, on ukazuje na strukturalne prepreke za kojima se Srbija suočava u procesu ekonomskega razvoja. Prepreke su političke, tačnije spoljopolitičke i unutrašnjepolitičke prirode.

S jedne strane, otvoreno pitanje državnih granica i nedvosmislenе spoljopolitičke orientacije ka EU. S druge strane, „kočnica razvoja“ je dominacija politike nad javnim preduzećima, koja zbog neefikasnog upravljanja nisu u mogućnosti da budu da važan resurs u privrednom oporavku.

24 Dragan Đilas, „Bojkot, zato što pod ovakvim terorom ne možemo da smenimo vlast,“ *Novi magazin*, br. 430, str. 12

25 Mijat Lakićević, „Novi investicioni cirkus,“ *Novi magazin*, br. 427, str. 11

„Mislim da je ključni problem u političkom sistemu i u nepovoljnem međunarodnom položaju naše zemlje. Privredni sistem i ekonomska politika kreiraju se u političkim procesima, pa njihove karakteristike zavise od političkog sistema. Neravnopravnost koja postoji u političkom sistemu preslikava se i na privredni sistem. Kao što su stranke izrazito neravnopravne u političkim procesima, tako su i preduzeća neravnopravna. Partijska država koja je formirana u političkim procesima vrlo je neefikasna i praćena je visokom korupcijom. Dodatni problem za privredu dolazi od nepovoljnog međunarodnog položaja Srbije, ali to je nešto sa čime su se suočavale sve vlade tokom poslednjih nekoliko decenija. Nepovoljan međunarodni položaj obuhvata pitanje Kosova i Metohije, probleme sa susednim zemljama, spore EU integracije i komplikovan geopolitički položaj. Stoga su promene u političkom sistemu i poboljšanje međunarodnog položaja Srbije uslov za dugoročni napredak njene privrede“²⁶

Arsić daje detaljan osvrt na brojke koje opisuju stepen pada različitih ekonomija u Evropi s osvrtom na stope pada u bivšim socijalističkim zemljama. Posmatrana iz te vizure, iz perspektive stope pada bruto društvenog proizvoda, Srbija pod vlašću Mirka Cvetkovića je imala niži pad i od proseka bivših socijalističkih država i od zemalja Evrope uopšte, prema podacima Eurostata. Istovremeno, nakon kraja krize 2012. do 2018. zavladali su povoljniji trendovi u evropskoj ekonomiji, koje za potrebe rasta Srbija nije dovoljno koristila. „Recimo, u 2009. koja se navodi kao simbol neuspeha Cvetkovićeve vlade, zabeležen je pad BDP-a od 2,7 odsto. Međutim, prosečan pad u Evropi tada je bio 4,8 odsto, a u zemljama centralne i istočne Evrope 7-8 odsto. U 2009. od 37 zemalja za koje Eurostat objavljuje podatke o rastu BDP-a, samo devet je imalo veći rast od Srbije. Tada su i zapadnoevropske zemlje imale pad po pet odsto, a baltičke po 14-15 odsto. U celom razdoblju od 2008. do 2012. ta vlasta je, uprkos brojnim slabostima, ostvarila privredni pad od 0,2 odsto godišnje, dok je u zemljama centralne i istočne Evrope prosečni godišnji pad bio 0,4 odsto. Od 2012. do 2018. imamo znatno povoljnije okolnosti u svetu u odnosu na period krize – kamatne stope su na istorijskom minimumu, ponuda jeftinog kapitala je velika, evropske privrede snažno rastu, a time i tražnja za našim proizvodima.“²⁷

Osvrt na ekonomsku politiku dao je i Boris Tadić, bivši predsednik Srbije. „Vučić se isključivo naslanja na nuspojave pozitivnih trendova u sferi međunarodne ekonomije, kojima prikriva potpunu ekonomsku nesposobnost i neuspeh njegove vlasti. Globalni ekonomski trendovi su sada najpozitivniji u poslednje dve decenije i ako je Srbija u takvim okolnostima na poslednjem mestu po gotovo svim ekonomskim parametrima u regionu, zamislite kako bi tek izgledala realnost da je Vučić upravljao državom u vreme mog mandata, u vreme najveće svetske ekonomske krize.“²⁸

Tadić dodatno utemeljuje svoje teze dovodeći u pitanje kvalitet inostranih i domaćih investicija u zemlji. Umesto sofisticiranih investicija u visokotehnološki biznis u Srbiji se investira u industrije koje nisu naročito tehnološki napredne i omogućavaju zapošljavanje za niske

26 Milojko Arsić, „Mirko je bio bolji,” razgovor sa Milojkom Arsićem, *Novi magazin*, br. 428, str. 18

27 Isto, str. 19

28 Boris Tadić, „Današnja Srbija je ostvarenje Šešeljevog sna,” intervju sa Veljkom Lalićem, *Nedeljnik*, br. 400, str. 26

plate slabije obrazovanje populacije: „Ključna prepostavka razvoja Srbije je dovođenje visokotehnoloških investicija, koje obezbeđuju visoku komponentu znanja u ceni finalnog proizvoda. Od 2012. godine mi nemamo takve investicije, kakve smo imali u vreme mog mandata, kada je Srbija bila uvek među prve tri zemlje u regionu po svim ekonomskim parametrima, i to u nemerljivo težim globalnim ekonomskim okolnostima.“²⁹

Negativni narativ o ekonomskoj politici aktuelne vlasti, Tadić završava stavom da Srbija skromno koristi povoljnu međunarodnu finansijsku konjunkturu, te da je stopa ekonomskog rasta skromna u odnosu kako na vlastite potencijale zemlje, tako i u odnosu na zemlje regiona. Učinak vlasti, uprkos pompeznoj državnoj propagandi, je više nego skroman, smatra bivši predsednik Srbije: „Danas u idealnim okolnostima, Srbija je na začelju. Samo notorna politička kukavica i populistički lažov poput Vučića može upoređivati jednu jedinu godinu pada BDP-a u vreme najveće svetske ekonomske krize sa godinama bednog rasta koji on ostvaruje u vreme idealnih ekonomskih uslova.“³⁰

Pomenuti navodi iz Arsićevih i Tadićevih intervjua, kao i gledište kolumniste Mijata Lakićevića, predstavljaju srž kritike ekonomske politike vlasti. Nizak stepen razvoja vladavine prava, raširena korupcija, slab podsticaj za domaće preduzetnike, subvencije stranim kompanijama, kvalitet inostranih investicija, suštinska zavisnost privrednih tokova od evropske i svetske ekonomije ključne su zamerke vladinoj politici. Ove zamerke u oštrom su kontrastu prema zvaničnom progresivističkom ekonomskom narativu koji dominira većini medija sa nacionalnom pokrivenošću i provladnim dnevnim novinama.

Jedno od uporišnih tačaka medijske prezentacije i političke legitimacije je stav da je vlast Srpske napredne stranke i predsednika Vučića bazirana na većinskoj podršci građana Srbije. Puno puta dokazana na izborima i više puta prikazana u mnogobrojnim istraživanjima, demokratska legitimacija vladajuće strane i njenog prvog čoveka slovi kao neupitna.

U sklopu propagandno-političke namere da se sve i uvek što čini ili legitimno poseduje vlast bezuslovno ospori, kreirana su istraživanja javnog mnjenja časopisa *Nova srpska politička misao*. Urednik ovog časopisa i sajta Đorđe Vukadinović jedan je od opozicionih poslanika i neretko se za potrebe medijske i racionalne uverljivosti svojih stavova predstavlja kao politički analitičar. Opoziciono angažovani poslanik kao analitičar „objektivno“ tumači istraživanja koja registruju određene trendove u javnom mnjenju. Ovi trendovi nikada nisu povoljni za opoziciju, budući da u svim varijantama, uključujući i istraživanja *Nove srpske političke misli* pokazuju nedvosmislenu premoć SNS i Vučićem predvođene vlasti.

Autentičnost podrške Vučiću većinske politički opredeljene Srbije treba dovesti u pitanje, najpre relativizacijom, umanjivanjem značaja brojki koje pokazuju podršku odnosno odsustvo podrške političkim akterima. U kontekstu relativizacije očigledne javnomnenjske premoći SNS-a plasirana je teza o „plitkoj“ podršci SNS-u, koje je navodno duboko svestan i sam

29 Isto, str. 27

30 Isto, str. 27

Aleksandar Vučić.

Ovaj konfuzni i neproverivi pseudointelektualni manevar upakovani je u površnu, a opet intenzivnu politikansku zlobu, Vukadinović iskazuje u sledećem odlomku iz svog teksta: "Ma koliko delovao silno, medijski, politički i statistički moćno i suvereno, SNS je, u osnovi, tigar od papira i jedan džinovski 'genetski modifikovani' organizam, nesposoban za samostalan politički život. I to Vučić zna bolje od bilo koga drugog. Sem toga, veoma je svestan svoje zavisnosti od spoljnog, pre svega, zapadnog faktora, bez obzira što čini oprezne pokušaje da tu zavisnost neprimetno smanji. Uostalom, vrlo dobro se seća kako se svojevremeno brzo i lako urušila Tadićeva politička tvrđava, koja je u jednom trenutku takođe delovala moćno i neosvojivo. I zato, uprkos medijskom i skupštinskom junačenju njegovih vedeta, i uprkos verbalnoj i ideološkoj reviziji praktično svih elemenata petootkobarske promene, Vučić se gotovo panično kloni da otvoreno izaziva svetske centre moći – demonstrirajući prema njima često čak i preteranu i iritantnu snishodljivost."³¹

Da bi se dodatno diskreditovala SNS i Vučić, Vukadinović se upušta u intelektualno zahtevan poduhvat mapiranja skupa razloga u prilog opredeljivanja za ovu političku opciju. „Koktel“ straha, nade i pravovernosti u osnovi su optiranja za Vučića i SNS. Dakle, po Vukadinoviću, uprkos vidljivim i proverivim rezultatima rada predsednika Vučića i Vlade Srbije, jedino što građane motiviše i opredeljuje je koglomerat interesa i političkog fanatizma. Dakle, kao što su funkcioneri, članovi i simpatizeri deo političke falange, tako su i glasači neinformisani i indoktrinirani koristoljubivci ili pak preplašeni mali ljudi neposredno zainteresovani za potrebe pukog prezivljavanja. Vukadinovićevo egzegeza javnog mnjenja uklapa se stereotip o Srpskoj naprednoj stranci kao liderskoj, autoritarnoj i populističkoj stranci koja objedinjuje socijalnu i nacionalnu demagogiju i popularnost crpe i simbioze harizmatskog vođe i kontrole medija i ostalih politički relevantnih resursa: „Opredeljenje za vladajuću stranku ('Vučića') već poodavno nije stvar racionalnog političkog izbora nego zapaljivog koktela straha, nade i gotovo sektaške 'pravovernosti'. A ponajviše ubeđenja kako niko drugi ne postoji, odnosno kako su sve druge opcije i svi drugi kandidati 'mnogo gori'. Zato ne čudi što kada pogledamo šta po medijima i skupštini vlast zapravo radi, videćemo da i nakon sedam godina mnogo više dezavuišu protivnike kao 'odgovorne za ono što nam se dešava', nego što, na primer, promovišu svoje pozitivne rezultate.“³²

Uz navedeni skup razloga, opredeljenje za SNS i Vučića, je proizvod „dvostrukе igre“ koju ova partija i njen lider igraju medijsko-političkoj sferi. S jedne strane, provladini mediji, pre svih tabloidi, insistiraju na proruskom i naglašeno srpskom patriotskom narativu. S druge strane, realna politika se vodi u pravcu približavanja EU: „Postoji ozbiljan proruski narativ u tabloidima, potpuno suprotan zvaničnoj politici države. To znači da Vučić to ne želi javno da govori, ali govori posredno, kroz medije. Mislim da je sve ovo po medijima namenjeno jednom delu bivših glasača radikalaca, koji su apsolutno protiv Zapada. Vučić koristi poziciju koju ima – ide-

31 Đorđe Vukadinović, „U raljama nemoći“, *Vreme*, br. 1491, str. 17

mo u EU, sporo da sporije ne može biti – da sarađuje po pitanju Kosova i ima podršku od svih zapadnih zemalja, a sa druge strane, ima odlične odnose sa Rusijom. Mediji mu prave takav narativ za proruske orijentisane birače. Ne bih rekao da balansira, već da koristi prednosti i jedne i druge strane.“³³

Koristeći kontrolu medija predsednik Srbije uspeo je da se nametne kao lider i proevropske i proruske opcije, iako su na globalnom nivou Rusija i Zapad snažno, gotovo hladnoratovski, antagonizovani. Transformacije iz proruskog u proevropskog lidera, povremene primedbe i na račun jedne ili druge velike sile na svetskoj sceni, ne uspevaju da nanesu ozbiljnu štetu kako Vučićevoj ličnoj popularnosti tako i rejtingu njegove partije. Spregu rejtinga i medijske dominacije uočava Dragoljub Žarković: „Sudeći po istraživanjima javnog mnjenja, ove nedoslednosti i prenemaganja ne idu vidljivo na štetu rejtinga Aleksandra Vučića i to će, verovatno, biti tako dok god on ima monopol nad medijskim prostorom u Srbiji i bude mogao da proizvodi vanredne situacije, fabrikovane na dnevnom nivou, smišljene da zamagle suštinu i skrenu pažnju sa onog što je bilo koliko juče ako to danas Vučiću ne odgovara.“³⁴

Pomenuti monopol nad medijima omogućava intenzivnu i dinamičnu propagandu koja denuncira političke neistomišljenike. Oštru i direktni propagandu SNS i Aleksandra Vučića neki novinari identifikuju, svesno preterujući, kao specijalni rat. Pojam iz ratnog stanja svesno se preuzima, ne bi li polemika između vlasti predstavila kao neprijateljski sukob poput onog u ratu.

Stvaranje slike o javnosti bremenitoj polemikama visokog političkog naboja, nalik ratnom sukobu ima za cilj da vlast optuži za duboke podele u društvu. Postoji samo jedna strana, samo jedan pol političko-medijskog spektra, koja napada, vređa, omalovažava, optužuje, ruši moralne norme i ukida političku debatu. Opozicija i kritički novinari su samo žrtve režimskih medija, političara iz vladajuće koalicije i kapilarne javnosti koja podržava Vučićeve kampanje. Slobodan Georgiev, novinar *Vremena* i šef *BIRN-a* plasira tezu o „specijalnom ratu“ vlasti protiv opozicije i kritičkih medija. Njegovu političku jednostranost i ideološku isključivost, registrujemo u sledećem citatu: „Srbija jeste u nekoj vrsti specijalnog rata, onog koji režim vodi protiv svih koji misle, govore i rade drugačije od Vučića i njegove ekipe. U tom ratu, kao što se zna i kao što je više puta opisano, mediji imaju možda najvažniju ulogu, čemu smo svedoci iz dana u dan. Lažne vesti, lažni mediji, lažni novinari, lažni analitičari – preplavili su srpski medijski informativni prostor. Veruje se, po paradigmama 'starog KOS-a', da mediji upravo i služe tome da budu propagandno oružje onih na vlasti.“³⁵

Vučićeva propaganda nije samo agresivna i oštra. Ona je potpuno ideološki konfuzna, logički nekonistentna, semantički protivrečna, politički nekoharentna. Politička, moralna i medijska „izopačenost“ te propagande je takva da postoji, kao u slučaju akademika Vladice Cv-

33 Boban Stojanović, „Vučić nije više u istoj poziciji“, intervju sa Radmilom Markovićem, *Vreme*, br. 1491, str. 16

34 Dragoljub Žarković, „Ušao majmun u tenak – Artiljerijska priprema za jesenji obračun političkih aktera je počela, uz sasluženje Dejvida Mekalista i optužbe da je namešten tender za izgradnju Moravskog koridora“, *Vreme*, br. 1495, str. 5

35 Slobodan Georgiev, „Kako je pukovnik Karan pobedio u specijalnom ratu protiv Srbije“, *Vreme*, br. 1491, str. 8

etkovića zapitanost kako uopšte prosečni Srbin njen konzument uopšte preživljava čitavu interakciju sa ključnim medijima. Ovu svoju opservaciju akademik Cvetković lapidarno iskazuje u sledećim rečenicama: „Meni je, u stvari, taj medijski aspekt vladavine Aleksandra Vučića gori od svega... ono što jasno vidim i za šta mi nije potrebno sufliranje iz opozicije jeste da je mehanizam kojim on već godinama vlada sociopsihološki destruktivan. Toliki stepen podlaženja glasačima uz istovremeno ponižavanje i njih i samog sebe i tolika koliciна smišljenog ukrštanja laži i istine, nasilja nad elementarnom logikom i unutarnjih protivrečnosti čak i u susednim rečenicama, pa uz to još i teatralno izjašnjavanje o svemu i svačemu s povremenom kuknjavom kao da je reč o najobespravljenijem učesniku političkog života u Srbiji – sve bi nam to izgledalo nemoguće i nepodnošljivo, da nismo baš sve to i videli i podneli.“³⁶

Cvetković sažima opozicioni narativ o medijima gotovo u potpunosti. Mediji u Srbiji su „carstvo laži, obmane, privida“. Njihov destruktivni potencijal je ogroman. Oni demonizuju i stigmatizuju u ime i za račun vlasti jednog čoveka.

Jedan od motiva u građenju negativne slike o Srbiji 2019. i samim tim stvaranju suštinski negativnog vrednosnog imidža vlasti je emigracija visokoobrazovanih mladih ljudi. „Srbija je zemlja bez perspektive – destinacija koja se napušta“ sintagma je koja jasno i nedvosmisleno opisuje stanje stvari u zemlji. Mediji potenciraju krivicu vlasti za ovaj demografsko-ekonomski proces koji karakteriše čitav region. Ekonomski razlozi se tretiraju jednako bitno kao politički i moralni čime se postiže propagandni efekat prvog reda. Priča o neminovnim odlascima je semantički i retorički kontrapunkt ideji o napretku Srbije koja je u srži zvanične propagande poslednjih nekoliko godina nakon ukidanja mera fiskalne konsolidacije i povećanja plata i penzija.

Slučaj doktora Miodraga Stojkovića, poznatog genetičara bliskom DS, pokazaće da pored novčanih i profesionalnih razloga, postoje moralni, socio-psihološki i politički razlozi za odlazak. Pomenuti razlozi duboko su utkani u svakodnevno životno iskustvo, a o njima Stojković direktno govori: “Proveli smo godine u pokušaju da shvatimo zašto sistem mrzi onoga ko drugačije misli, zašto je bezuspešno dokazivanje da treba prozvati i kazniti falsifikatore diploma a ne one koji na njih ukazuju. Na kraju, u takvoj atmosferi nije čudo što mala grupa ljudi političku vlast doživljava kao demonstraciju moći, pretnji i zastrašivanja koja u malim mestima postaje normalna pojava i na ulici. Ljudi koji su se do juče pozivali na prijateljstvo počeli su da okreću glavu, da izbegavaju susrete, sve u strahu od lokalnih moćnika. Na to dodamo i ono najbitnije – želju za naučnim radom. Odlazak je bio neminovan.”³⁷

O neminovnosti odlaska van konteksta statistike i komparacije sa zemljama regiona i srednje Evrope, piše i Veljko Lalić, urednik nedeljnika *Nedeljnik*. On kao razlog odlaska navodi nedostatak socijalne klime u kojoj postoji uzajamno poštovanje ljudi i pesimistički ambijent

36 Vladica Cvetković, „Šangajska lista u zemlji plagijata i kupljenih diploma“, intervju sa Jelenom Jorgačević, *Vreme*, br. 1496

37 Miodrag Stojković, „Zašto sam ponovo otišao iz Srbije“, intervju sa Anom Mitić, *Nedeljnik*, br. 397, str. 18

u kome se već dugo vremena živi. Lalićev cilj da pokaže da nisu samo ekonomija i politika razlozi da odlazak, već svojevrsno osećanje egzistencijalnog očaja i depresije koji prožimaju ne samo mlade i već i ljude u srednjem životnom dobu i pripadnici su srednje klase: „Napuštanje zemlje postalo je najvažnija tema, a Srbija, zemlja podela, sada se deli na one koji ostaju i one koji odlaze. Granica je tu u Surčinu, na aerodromu 'Nikola Tesla'. I dok su deve-desetih najvažniji razlozi odlaska bili ekonomski, sada mnogi odlaze 'jer se ovde nikada ništa neće promeniti'. Ankete pokazuju da bi veliki broj mladih i obrazovanih napustio zemlju, a sa koferima odlaze ljudi koji su prevalili 40, sa porodicama, i pored toga što imaju stalni posao i koliko-toliko prosečna primanja.“³⁸

Očekivano kao i u proteklim istraživačkim periodima, slika vlasti izrazito je negativna. Negativna slika generisana je negativnom opsesijom dela politički zainteresovane javnosti predsednikom Vučićem. Predsedniku Srbije Aleksandru Vučiću odriče se bilo kakav demokratski potencijal i utemeljenje uprkos nedvosmislenim i ubedljivim izborim pobedama. Vučićev stil vladanja je naglašeno autoritaran uz dodatak visokog stepena manipulacije masovnim medijima i stalne najave represije prema političkim protivnicima. Izvorno, za Vučića i stranku koju predvodi, politički protivnici su neprijatelji koje treba medijski satanizovati i omalovažiti i egzistencijalno preplašiti, bilo medijima bilo upotrebom represivnog aparata. Ekonomski pokazateli, po mišljenju opozicionih političara i njima bliskih medija, daleko su od optimizma koji nudi zvanična statistika. Ekonomski razvoj je nestabilan i bremenit visokom zavisnošću od eksternih faktora, kao što su kretanja svetskim finansijskim tržištima i priliv stranih direktnih investicija. Nedostatak domaće privatne inicijative koči mogućnost razvijanja sa-moodržive i dinamične nacionalne ekonomije, dok sistemska korupcija ne dopušta kreiranje stabilnog i predvidivog poslovнog okruženja prijemčivog za stalni dotok investicionog kapitala. Medijima dominira primitivna propaganda lišena elementarne racionalnosti i svedena na medijske obraćune sa neistomišljenicima. Srbija je, kako navode kritičari, zemlja iz koje je nužno emigrirati ne samo zbog nedostatka novca i poslovnih prilika, već i zbog deficit-a socijalne normalnosti i minimuma moralnosti koja je u srži civilizovanog života.

Slika opozicije – izborni izazov i senka političko-moralne stigme i osporavanja

Slika opozicije u nedeljnicima i uredničkim kolumnama dnevnih novina, daleko je složenija i prikazana je na više različitih ravnih. U dnevnim novinama i nedeljnicima koji su kritični prema tzv. petooktobarskim pobednicima, poput *Informera* i *Pečata*, opis opozicije je izrazito negativan. Takođe, u ovim dnevnim novinama, izostaju intervjuvi pripadnika tzv. evroreformske opozicije, a veoma mali, gotovo nikakav prostor nije ostavljen ni predstavnicima tzv. antievropske opozicije, u koju možemo svrstati DSS i Dveri.

Takođe, primetno je da Šešelj i SRS nemaju status poput drugih opozicionih stranaka, u smislu izostanka direktnе kritike, premda isti svakako nisu „miljenici“ ovih medija. Zapravo, za razliku od petooktobarskih pobednika, radikalni u ovim medijima nisu politički stigmatizo-

38 Ana Mitić, „A sad adio“, *Nedeljnik*, br. 398, str. 22

vani. Isto tako, tekstovi o opoziciji su veoma negativno konotirani, po gotovo svim političkim pitanjima, uključujući tu i pitanje političkog i svakog drugog kredibiliteta opozicionih lidera. To se postiže podsećanjem na period kada su pojedini sadašnji opozicioni lideri bili na vlasti, a neretko i u formi otvorene polemike sa njihovim stavovima, nazorima, direktnim ili prikrivenim namerama, ili pak političkom praksom.

S druge strane, nedeljnici poput *Vremena*, *NIN-a*, *Novog magazina* i *Nedeljnika*, daju nedvosmislenu podršku opozicionim predstavnicima, koja je različitog intenziteta, ali je sadržinski ista. U tom smislu, u radikalno kritičkim nedeljniciima, intenzitet podrške opoziciji je veći i on je vidljiv, ne samo kroz prostor za izražavanje stavova i mišljenja opozicionih lidera, već i kroz snagu i radikalnost negativne kampanje vođene protiv Aleksandra Vučića i Srpske napredne stranke.

Za razliku od *Informer* i *Pečata*, u njima su opozicioni lideri imali značajan prostor za izlaganje i obrazlaganje svojih stavova, čime je omogućeno ekspliziranje stavova i mišljenja nasuprot argumentaciji i retorici vlasti. Taj uticaj, bez sumnje, proteže se kako na čitače odnosnog nedeljnika, jednako kao što vrši uticaj i na kapilarnu javnost. Ovakva aktuelna medijsko-političke konstellacija, delimično je „odgovorna“ i za tinjajući sukob Vučića i „elite“.

Kompleksnost imidža opozicije, ogleda se u različitom pristupu problematici njenog delovanja i potencijala. Provladini štampani mediji, pre svih dnevni list *Informer*, i donekle *Pečat*, spornim smatraju njeno delovanje jednakog kao i potencijale. Istovremeno, opozicioni nedeljnici, posebno oni radikalno kritični prema vlasti, poput *Vremena* i *NIN-a*, najčešće konstatuju javnomnjenjsku, odnosno političku nemoć, uz diskurs koji ukazuje na demokratske deficite poretku, uz svesnu heroizaciju poduhvata opozicije. U navedenim nedeljnim novinama, uprkos detaljnom i minucioznom analiziranju, vidljivo je izostao ili je prisutan u fragmentima, kritički osvrt na delovanje evroreformske opozicije iz vremena boravka na vlasti. Ova vrsta „zaborava“ nije slučajna, već je svesno izabrana, s obzirom da su kritički nedeljnici aktivno učestvovali u stranačkim polemikama, odnosno pretenduju da budu svojevrsni „intelektualni suplement“ u teškoj i iscrpljujućoj borbi između političkih aktera u Srbiji.

Posebnu ulogu u pridavanju negativne vrednosne konotacije opozicionim strankama, ima list *Informer*, kako u svojim tekstovima u dnevnom izdanju, tako i u uredničkim kolumnama Dragana J. Vučićevića. Vučićevićeve kolumnne problematizuju aktere na opozicionoj sceni u prevashodno moralno-političkom smislu, kao što kritički tretiraju i opozicione medije i nevladine organizacije, uz gotovo nezaobilaznu refleksiju na period vlasti petooktobarskih pobednika.

Osnovne teze mogle bi biti sažete u narednim iskazima: 1) sadašnja opozicija nema moralni kredibilitet (zbog visoko korumpirane političke klase koja je čini) i politički kapacitet da predvodi državu zbog neuspeha tranzicije u Srbiji, 2) u opoziciji nastrojenim medijima, a među štampanim medijima je to većina, aktuelna Vlada se napada bez ozbiljnog racionalnog obražloženja i sa jednim jedinim ciljem – da se što pre obori, 3) u medijima koji su podrška aktuelnoj opoziciji postoji nesumnjiva diskriminacija svih koji nisu direktni protivnici Vučićeve vlasti.



Nedeljnik, 26. 09. 2019.

Vučićevićeva kritika srpske opozicione scene podjednako je usmerena ka opoziciji kao činioču političkog života, ali i medijima koji su izrazito kritični prema vlasti. Njegova kritika je uvek po principu *ad hominem*, strogo personalizovana, sa ciljem postizanja veće ubedljivosti. Zato se stigmatizuje određena ličnost, podeljuje se njen moralno psihološki profil, koji određenu osobu neretko označava nedostojnom bilo kakve funkcije u javnom životu.

Za razumevanje medijsko-političke scene u Srbiji, pisanje glavnog i odgovornog urednika *Informera* relevantno je iz makar tri, međusobno povezana, razloga. Najpre, stil pisanja i sadržina poruka iz tekstova urednika *Informera* takvi su da održavaju interes za politiku kod socijalno nižih slojeva društva, za koje važi prepostavka da čitaju tabloide, a ujedno se smatraju i lojalnim biračima u izbornom procesu.

Nadalje, *Informer* je za sadašnju vladu važan, jer se iz nedelje u nedelju, iz dana u dan, bavi preispitivanjem negativnih stavova i medijsko-političkih slika koje o vlasti stvaraju i kontinuirano reprodukuju kritički nastrojeni mediji. I najzad, *Informer* je lider u među dnevnim novinama, u stvaranju vrednosno negativnog imidža sadašnje opozicije, kao političkog aktera u Srbiji.

Među polaznim prepostavkama Vučićevićevog pisanja je i razumevanje političke opozicije, koja se pojmovno ne ograničava isključivo na političke partije koje u Parlamentu glasaju protiv vladinih političkih odluka, zakona i drugih vrsta inicijativa i predloga. Reč je o širem pojmu, koji shodno ovoj vizuri, predstavlja mrežu međusobno različitih organizacija i javnih ličnosti. Misli se, dakle, na stranke, ali i na predstavnike NVO sektora, medija i na javne intelektualce. Vučićević, zatim, neretko pripisuje opozicionim liderima i njihovim političko medijskim saveznicima specifično razumevanje politike. Politika je za opozicione lidere, shodno Vučićevićevom razumevanju, instrument za bogaćenje nekadašnje političke elite. U uslovima visokog siromaštva i objektivno oskudnih životnih šansi, ovakvo poimanje opozicije predstavlja pogonsko gorivo kampanje aktuelne vlasti i njih bliskih medija.

Upravo te kampanje proizvode osećanje besa, odnosno razočaranja ili čak indiferentnosti kod opozicionih birača, uz nesumnjivu moć da utiču na građane koji podržavaju aktuelnu vlast, da spreče restauraciju tzv. korumpirane političke elite sastavljene od petootbarskih pobednika.

Naredna prepostavka Vučićevićeve interpretacije opozicije kao aktera politike je deficit njenog patriotizma, antiruski stav i bespogovorna lojalnost zapadnim silama. U cilju dolaska na vlast i iskazivanja lojalnosti zapadnim državama, prema mišljenju glavnog i odgovornog urednika *Informera*, opozicione stranke su spremne da učine sve što je u određenom političkom trenutku neophodno, počev od pokretanja raznovrsnih medijskih kampanja pa do donošenja određenih akata koji su prepostavka daljoj destabilizaciji Srbije kao države.

Urednik *Informera* žestoko kritikuje ideju bojkota izbora kreirajući istinski negativni imidž opozicionim liderima i njihovoj politici. Potkopavanje ideje bojkota izbora je retorički sugestivno i slojivo. Najpre, bojkot se smatra isključivo i jedino problemom onih koji ga zastupa-

ju i promovišu. Zanimljivo je primetiti da Vučićević svoje političke oponente zove imenima pored kojih su dodatata druga imena koja figuriraju kao nadimci. Reč je o imenima koja nose negativnu političku i moralnu konotaciju. „Boško Ljotić Obradović“ je prošireno lično ime Boška Obradovića, kome je pridodata prezime vođe klerofašističke organizacije (Dimitrija) Ljotića koji je za vreme Drugog svetskog rata bio saradnik nemačkog nacističkog okupatora. Vuku Jeremiću dodato je prezime Pozderac, koje je direktno povezano sa njegovom rodbinom sa majčine strane. Familija Pozderac je muslimanskog porekla, komunistička po svom političkom opredeljenju. Hakija i Hamdija Pozderac bili su značajani komunistički funkcioneri koji su ostali na „zlom glasu“ za vreme svoje vladavine, posebno među Srbima.

Potencirajući Jeremićeve komunističke i muslimanske korene, Vučićević se obraća čvrstom i brojnom antikomunističkom jezgru birača, stigmatizujući pripadnika opozicije. I najzad, „Dragan Tajkun Đilas“, prikazuje u negativnom kontekstu lidera opozicione Stranke slobode i pravde, aludirajući na njegovo nelegalno stečeno bogatstvo što u ušima velikog broja nedovoljno bogatih i siromašnih ljudi samo po sebi pobuđuje negativne asocijacije i identifikacije. Postoji učestalost ponavljanja ovih „propagandnih imenovanja“ koja produkuju političku tenziju i podižu nivo ostrašćenosti.

Paralelno sa personalnom stigmatizacijom, urednik *Informera* tvrdi da niko osim navedenih lidera, neće imati bilo kakve negativne posledice zbog te odluke. U cilju da pokaže zasnovanost svog tvrđenja, Vučićević se koristi metaforom koja tvrđenje treba da približi običnom čitaocu i da ga uveri u njegovu zasnovanost: „Kad Boško Ljotić Obradović, Dragan Tajkun Đilas i Vuk Pozderac Jeremić prete bojkotom izbora, to vam je isto kao kad se mali Perica naljuti na selo, pa zapreti da će sam sebi na panju odseći onu stvar. Na šteti je, jelte, samo i jedino Perica. I baš zato, seci ga, Bole! Uštroj se, Đilase. Navlači roze hulahopke, Jeremiću! Samo nemojte posle da vam neko drugi bude kriv kada najebete.“³⁹

Drugi stadijum obesmišljavanja ideje o bojkotu je uvođenje kriterijuma uspešnosti te aktivnosti. Pošto strogih pravila koja definišu uspeh ili neuspeh bojkota nema, prostor neodređenosti može ispuniti bilo kakvim uverljivim tvrđenjem. Tako Vučićević meru uspeha odnosno neuspeha vezuje za procenat onih koji se pojave na glasanju. Njegovo stanovište je jasno – ako bude preko pedeset posto građana birališta, bojkot je suštinski propao: „Ako se, dakle, Tajkun, Ljotić, Pozderac i ostatak takozvanih lidera takozvanog Saveza za Srbiju odluče za bojkot parlamentarnih izbora na proleće 2020. godine, mera njihovog uspeha biće izlaznost birača. Prosta matematika. Uzmemo za osnovu izlaznost sa prošlih parlamentarnih izbora iz 2016. godine i taj rezultat uporedimo sa izlaznošću iz 2020. I onda, ako narednog proleća na birališta izade 50% manje građana nego na prethodnim izborima, onda je bojkot uspeo. A ako je rezultat manji, onda je bojkot propao.“⁴⁰

Nakon uspostavljanja kriterijuma uspešnosti bojkota, Vučićević minimalizuje politički, pre svega mobilizacijski potencijal Saveza za Srbiju, tvrdeći da je njihov uticaj na biračko telo u

39 Dragan J. Vučićević, „Bojkot,“ *Informer*, 17.08.2019, str. 6

40 Isto, str. 6

pogledu bojkota minoran. Takođe, Vučićević tvrdi da je bojkot nešto više od političkog gesta protesta. Bojkot je uvod u potpunu političku destabilizaciju Srbije, tačnije blokadu institucija, narušavanje stanja građanskog mira i uvođenje ulice kao ključnog činioca u političkim previranjima: „Problem je ovde, razumemo se, u tome što će eventualni bojkot đilasovaca na izlaznost uticati možda tek negde na nivou statističke greške, ni slučajno više. I zato oni u stvari i neće bojkot. Nije on njima cilj, nego sredstvo. Da zaključimo, cilj priče o bojkotu jeste radikalizacija ekstremnih pristalica opozicije koje treba nahuškati na nasilje, a što bi opet izazvalo neodmerenu reakciju vlasti. Tajkunu, Ljotiću, Pozdercu i ostalima hitno, što pre, trebaju sukobi, treba im tuča. Njima je krv na ulicama jedina šansa za političko preživljavanje. Oni nemaju drugu politiku, osim politike rušenja i politike izazivanja haosa i sukoba.“⁴¹

Istovremeno, ideja o bojkotu je dokaz da lideri Saveza za Srbiju ne žele i ne smatraju da za njih treba da važe usvojena ustavna, zakonska i demokratska politička praksa i vrednosti. Szs interesuje samo i jedino vlast. Doduše, vlast nije cilj po sebi. Vlast je sredstvo, osnova za dalje bogaćenje. Vučićević preko ideje o bojkotu pokazuje da je samopercepција opozicije takva da ona sebe vidi i interpretira kao političku i istorijsku avanguardu, svojevrsni skup „posebnih“ koji sami od sebe nezavisno od volje naroda imaju pravo da vladaju. „Neće Tajkun Đilas i njegovi đilaščići da za njih važe bilo kakva pravila, neće oni da se drže bilo kakvog zakona. Oni hoće na vlast jer im se tako hoće, njima treba dati državu na upravu jerbo su oni to tako odlučili. Kako? Tako. Zašto? Zato. Nema tu šta da se priča. Nema objašnjenja. Nema demokratije. Nema glasanja. Ma, jok, bre! Nego, vi nama dajte vlast! Jer nam ta vlast pripada, jer smo mi jedini bogomdani da budemo u foteljama; jer smo lepi, plavi i bogati, jer smo oteli 619.688.269 evra; jer nama na tajne račune katarska ambasada uplaćuje stotine hiljada evra, a da niko ne zna zašto; jer mi imamo talove i kombinacije sa Hoom, Gadijoom i ostalim belosvetskim lopužama, u SAD osuđenim lopužama...“⁴²

Lideri Saveza za Srbiju politiku shvataju ne samo kao sredstvo za dalje brzo i obilato bogaćenje, već kao i pravo koje im pripada po pravu moralnog i kulturološkog prvenstva u odnosu na niže socijalne i obrazovne slojeve. Potka politike evroreformske opozicije je kulturno-rasistička. U njihovoj svesti postoji duboko antidemokratska i otuđena podela na „više“ i „niže“ društvene slojeve na osnovu koje se konstituiše već navedeno pravo da se vlada. Manihejska podela je plastično prikazana. Predstavnici građanske i evroreformske opozicije su „elita“, „pametni“, „prosvećeni“, „kulturni“, dok su pripadnici nižih socijalnih slojeva „glupi“, „sendvičari“, „botovi“. Ova podela je po motivaciji i ishodu politička. Zasnovana je na potrebi da se nametne priča u javnosti kako prosvećena politička i društvena elita treba da po svaku cenu sruši moralno nedostojnu, politički neuku i nekulturnu vlast. U tom kontekstu treba tumačiti poziv sociologa Jove Bakića da se pomoći „dugih cevi“ rešava pitanje rada RTS-a i vlasti u Srbiji.

Zanimljivo je da je vođu opozicije Dragana Đilasa poistovetio sa „žutim firerom“ poistovećujući ga nacističkim vođom Hitlerom, čiji je „put ka osvajanju vlasti“ takođe bio bremenit različitim oblicima političkih provokacija i nasilnih akata: „Jeste, evo javno priznajem, sve je

41 Isto, str. 6

42 Dragan J. Vučićević, „Bojkot mozga,“ *Informer*, 21.09.2019, str. 6

tako. Mi smo glupi, a oni su pametni. Mi koji radimo, mi koji zapošljavamo ljude, plaćamo poreze, mi koji smo se na tržištu izborili za to što jesmo i to što imamo, mi smo krezube glu-perde, sendvičari, botovi i plaćenici. A oni drugi, oni koji heju, oni koji nikada ništa drugo radili nisu osim što su pljačkali državu, pravili kriminalne talove i kombinacije, oni koji su se bogatili dok je Srbija siromašila, e oni su elita, oni su jedini Bogom dani, prepametni i jedini ovlašćeni da ovde i danas misle, sude i presudu. I onda nama, jelte, ne trebaju izbori. Nego duge cevi, po preporuci Jove Bakića uperene u glavu voditelja Javnog servisa koji će jedne lepe revolucionarne noći da objavi kako je vlast od glupog i krezubog naroda preuzela prosvećena, jedina moguća elita na čelu sa žutim firerom.“⁴³

U kreiranju negativnog imidža opozicije, Dragan J. Vučićević je direktan, određen, i nesumnjivo pisac koji piše s onu stranu obzira političke korektnosti, ali i svakodnevnih moralnih konvencija. Njegova intencija je da da proizvede negativnu emociju kod čitaoca u odnosu na određenog aktera, političku odluku ili neki kompleksni društveno-historijski proces. Model pisanja je personifikovana negativna kritika – kritika koja političara osporava lično, ukazujući na njegove psihološke i moralne nesavršenosti ili pak socijalne, signalizirajući moralno nepošten pristup u obavljanju političke funkcije koja mu je poverena.

U epicentru Vučićevićeve personalne negativne kritike našao se Dragan Đilas, lider Saveza za Srbiju. Moralno i politički sporno bilo je Đilasovo enormno bogaćenje, tačnije eksponencijalni rast prometa i prihoda njegove firme u godinama kada je obavljao funkcije ministra, gradonačelnika i lidera Demokratske stranke. Da bi razmere Đilasovog bogatstva učinio jasnim čitaocu, i da bi samom Đilasu dodelio negativnu političku kvalifikaciju, Vučićević se bavi navođenjem konkretnih brojeva koji pokazuju prihode i dobiti. Preko šesto miliona evra prometa i preko 100 miliona zarade Đilasovih kompanija zvuče šokantno i zbunjujuće običnom čoveku koji najčešće zarađuje par stotina evra u ekonomski nedovoljno razvijenoj Srbiji. „Podstaći prezir prema bogatima koji pored novca hoće i političku moć da bi bili još bogatiji“ medijska je formula koja u najvećem broju generiše osećanje prezira i odbacivanja u odnosu na svakoga ko se svrstava u grupu „političara-tajkuna“. Dragan Đilas, po Vučićeviću, ima istaknuto mesto u toj društveno opasnoj grupi. Sa dodeljivanjem negativne vrednosne konotacije Dragunu Đilasu, pojavljuje i Vučićevićeva snažna moralna prozivka novinara i javnih ličnosti koje žestoko kritikuju vlast zbog navodne korupcije, a ne reaguju na navode o Đilasovom enormnom bogaćenju u vreme vršenja vlasti.

Njihovo čutanje u slučaju „Đilas“ je rečito. Ono govori o njihovoj političkoj ostrašćenosti i prikazuje ih kao nekredibilne u svakom drugom trenutku u kome treba da govore o korupciji: „Ej, bre, 619,6 miliona! Alo, bre, 105,6 miliona! Evra, ne dinara! I? Šta bi, srpska opozicija? Šta bi veliki stručnjaci i vaskolike poštenjačine, kud se dedoste vajni borci protiv kriminala i korupcije?! Gde si sada, Čedo Čupiću? Što čutis, Milane Ćulibrče? Kako to da ovo nije tema ni za vest, Dražo Petroviću? Je l' novinarstvo to kada o Đilasu ne smes ni 'be' da kažeš, Ćosiću Jugoslave?! Je l' to ta vaša demokratija? Je l' to vaš plan i program za Srbiju? Ali, ako, ako, samo vi nastavite tako. Sreća pa mi Srbi, u ogromnoj većini, dobro znamo ko ste

43 Dragan J. Vučićević, „Glupi krezavi Srbi i žuta elita,“ *Informer*, 13.07.2019, str. 6

vi, pa nikada više sudbinu svoje dece nećemo poveriti vama u ruke.”⁴⁴

Da sumiramo, Dragan J. Vučićević je pisac britkog i oštrog jezika, neko ko svesno piše za određeni sloj u biračkom telu. Njegova namera je direktnošću i oštrinom svog stila pisanja izazove repulziju u odnosu na svoje političke i medijske protivnike. Postoji politički algoritam u sadržini njegovih vrednosno-političkih stavova. Opozicija je nedemokratska (odbacuje izbore i pisana i nepisana ustavno-zakonska ograničenja u političkoj borbi), opozicija je nemoralna (politiku shvata kao sredstvo za bogaćenje), opozicija je isključiva i negativno vrednosno uvek i svuda usmerena ka vlasti i opozicija je skloni podeli na „više“ i „niže“ slojeve po kulturno-intelektualnoj osnovi.

Nedeljnik *N/N* pokazao je svoju duboku uključenost u dnevnu politiku i podršku „opozicionoj stvari“ organizacijom panel diskusije sa radnim naslovom „Opozicija – gde je zapelo?“ Učesnici diskusije su osvedočeni antirezimski javni intelektualci. Ova svojevrsna opoziciona samorefleksija ukazala je na mnoge slabosti opozicije uz propratnu sugestiju šta bi trebalo da se radi u žestokoj i intenzivnoj političkoj borbi.

Književnik Filip David, smatra da je problem u kadrovima i ideoškom profilu opozicije. Za Davida je ključni problem pitanje Kosova. Apropo Kosova, smatra ovaj književnik, opozicija treba da zauzme snažan otklon od nacionalističkog diskursa i prakse i podvuče bilans iz procesa raspada Jugoslavije, priznajući samoproglašenu nezavisnost južne srpske pokrajine.

Prevladavanje kosovskog problem ide u korak sa prihvatanjem EU kao ključnog vredno-političkog i ekonomskog orientirera. David nema dileme u pogledu spoljnopolitičke orientacije: „Deo problema je u samim ljudima koji tu opoziciju čine i izborima koje su oni pravili. A ključni izbor im je bio da se takmiče u nacionalizmu i populizmu sa SNS-om, što je utakmica koja je u startu izgubljena – Vučić u tom blatu uvek pobeđuje. Ovde mislim prvenstveno na SzS, perjanicu opozicije. Ne može se protiv režimskih tabloida boriti ‘našim’ tabloidima, već jakim i nezavisnim novinarstvom. Nije konstruktivno na Twiteru praviti ‘il’ si sa nama, il’ si Vučićev’ polarizaciju. Ne može se dobiti podrška glavnog strateškog partnera, EU, ako se direktno ide protiv politike koju ta EU (takva, kakva je) vodi. Vi imate Dveri, oni imaju Šešelja i sto sličnih udabaških pacova, finansiranih državnim novcem, okupljenih u sto različitih pokreta - Zavetnici, 1386, ljubitelji kuca i maca, i slično. Pa, je l’ može Vuk Jeremić više da se busa u majku Rusiju, od Vučićevih podrepaša i koalicionih partnera, koji su bukvalno na platnom spisku Kremija? Teško.“⁴⁵

Filipović primećuje, kao i Filip David, da opoziciji nedostaje realističan program za Kosovo. Njegova zamisao je da opozicija treba kosovsko pitanje stavi direktno u kontekst evrointegracija, modernizacijskih procesa i odbacivanja nacionalističke koncepcije odbrane državnih interesa.

44 Dragan J. Vučićević, „Ko si, bre ti, Đilase“, *Informer*, 14.09.2019, str. 6

45 Stefan Filipović, „Gde je zapelo“, razgovor sa Vesnom Mališić, *N/N*, br. 3576, str. 17

Utoliko opozicione optužbe upućene Vučiću za izdaju Kosova izgledaju neprihvatljive i politički sporne: „Najvažnije, prelicemerna i preglupa je ta prozivka Vučića za izdaju Kosova. Kosovskom mitu je potrebna dekonstrukcija, srpskom društvu suočavanje sa greškama iz prošlosti, a ljudima koji žive dole – istina. A istina je da su Slobodan Milošević i srpski nacionalisti davno, i politički i vojno, izgubili Kosovo, zbog katastrofalne politike koja je vođena još od osamdesetih godina (naravno, u savršenoj sprezi sa albanskim separatizmom i nacionalizmom). Tu istinu liderima SzS ne pada na pamet da pretvore u političku platformu, naprotiv – odlučili su se za Dveri, nacionalizam, kosovski mit, Jeremića...“⁴⁶

Pored nedostatka plana za Kosovo, Filipović opoziciji zameri i ujedno savetuje da treba da stvari plan za 21. vek kao i da okupi skup profesionalnih i moralno kredibilnih ljudi koji će biti intelektualno i moralno superiorni u odnosu na nestručne i nemoralne kadrove vlasti. „Slab plan za 21. vek. Mislim da se Vučić i SNS jedino mogu pobediti onim što oni nisu, nemaju i nikad neće imati – stručnošću, znanjem, civilizovanošću, jasnim i precizno artikulisanim politikama, razumevanjem prošlosti i pogledom u budućnost. Antifašizmom. Feminizmom. Nadam se da će nedavno formirani Građanski front (Ne da(vi)mo Beograd, Lokalni front iz Kraljeva, itd.) shvatiti ovo, napraviti jak otklon od antipolitike (jer će se utakmica, pre ili kasnije, odigravati u političkoj areni), angažovati sposobne ljudi koji su bili karijerni političari da im donesu „know-how“ koji nemaju.“⁴⁷

Filipovićeve zamerke opoziciji i verbalno „crtanje foto-robota“ opozicione stranke koja može kredibilno da se suprostavi vlasti, nadopunjeno je nizom drugih razmišljanja o budućnosti i snazi opozicije u Srbiji. Učesnik u debati o opoziciji koja bi se mogla najbolje opisati Lennjinovim pitanjem: „Šta da se radi“, bio je nekadašnji političar i žestoki antirezimski tribun, pravnik i diplomata Milan St. Protić.

Njegove zamerke opoziciji veoma su oštare i racionalno utemeljenje. Nekadašnji političar Protić aktuelnim opozicionarima zameri: bezidejnost, nedostatak kredibiliteta i nerad: „Bezidejnost. Stavovi opozicionih stranaka, bez izuzetka, već su mnogo puta pominjani i ponavljeni tokom poslednjih dvadesetak godina. Tu nema ničeg novog. Nema originalnosti, beskompromisnosti i suštine. Sve se svodi na oveštale fraze i poznate stereotipe, uglavnom nerazumljive i nezanimljive većini srpskog biračkog tela. Nepoverenje. Ne postoji nijedan opozicioni lider koji građanima uliva poverenje, čija se rec i delovanje poštuju i kome se veruje. Dok su bili na vlasti, nisu se proslavili. Suvise su malo ostvarili od onog što su obećivali. To što danas svoje doba prikazuju ulepšanim slikama ne samo što im ne koristi, već izaziva dodatnu sumnjičavost u javnom mnjenju. Idejno nejedinstvo opozicije je, u ovom, drugorazredan problem. Nerad. Borba protiv medijske blokade vodi se svakodnevnom terenskom kampanjom, od sela do sela, od varoši do varoši, od mesta do mesta. Na pijacama, trgovima, ulicama; na tribinama, u susretima, u razgovorima s različitim ljudima. Nepokolebljivost prema vlastima. Nije dovoljno puko bojkotovanje sednica Narodne skupštine. Pravi potez bi bile ostavke i vraćanje poslaničkih mandata. Odricanje od statusa, privilegija, prinadležnosti u

46 Isto, str. 18

47 Isto, str. 18

ime višeg principa demokratije. Doslednost, pre svega.”⁴⁸

Za razliku od Filipa Davida, Stevana Filipovića i Milana St. Protića, koji imaju vrlo precizne i politički relevantne primedbe na stanje u opoziciji, politikolog Boban Stojanović smatra da opozicija u Srbiji, uprkos brojnim slabostima, ima političke adute u dugo i bespoštednoj političkoj borbi sa vlašću. Prvi „adut“ opozicije je nemogućnost predsednika Srbije i lidera SNS-a, Aleksandra Vučića da raspiše vanredne izbore. Iz ove „nemogućnosti“, Stojanović „dedukuje“ tvrđenje da Vučić više nije u istoj poziciji: „Aleksandar Vučić nije u poziciji u kojoj je bio prethodnih šest godina, da, kao što je i radio, raspisuje izbore kad god vidi da mu nešto donose, jer unapred zna da će ih dobiti. I 2014. i 2016. i 2017. smo znali kakvi će rezultati da budu.“⁴⁹

Stojanovićevo očekivanja od bojkota su prospективna. On ne veruje u konkretnе i neposredne učinke, već u budući tok događaja koji bi trebalo da ide u korist opoziciji, pri čemu ne nudi nikakav racionalno uverljiv razlog za tako nešto: „Bojkot, da bi se eventualno nešto u budućnosti promenilo. Mene često nervira pitanje ‘šta se dešava dan nakon bojkota’. Neće se ništa promeniti 2020. godine, verovatno ni 2021. Ali, bojkot može da dovede do popravljanja svih onih izbornih uslova i medija, izbornog dana, izborne birokratije do 2022. godine.“⁵⁰

Stojanović insistira na tome da je Aleksandru Vučiću suštinski važno da opoziciju ima na izborima i Skupštini, ne bi li njegova politika imala potpunu izbornu legitimaciju. Upravo, ova Vučićeva potreba je osnova opozicioni pritisak u pogledu redefinisanja izbornih uslova: „Da li Aleksandar Vučić želi opoziciju na izborima? Da, naravno da ih želi na izborima, jer će da ih ubedljivo pobedi i formira vladu. Oni će mu dati legitimitet, kao što su mu dali 2016. i 2017. i onda na miru može da kreira spoljnju i unutrašnju politiku, ima legitimitet i ima većinu u Skupštini. Da biste imali prava da protestujete, da tražite fer izborne uslove, da biste mogli da tražite veće prisustvo u medijima, vi onda morate izbore da bojkotujete. Kako to može da utiče na Vučića? Videli smo da nije bilo izbora ove godine. Šta se dešava sa evropskim institucijama od kad opozicije nema u parlamentu?“

Za razliku „bojkotaškog fronta“, neke opozicione stranke, poput stranke Aleksandra Šapića i Miloša Jovanovića, SPAS i DSS, traže svoju šansu u slučaj bojkota SRS. Ipak analitičar Boban Stojanović nagađa da bi efikasna „bojkotaška kampanja“ te stranke držala ispod izbornog cenzusa: „SPAS i DSS vide svoju šansu u bojkotu kao načinu da uđu u Skupštinu. Ali mislim da, ukoliko bojkota bude, i ukoliko bude bila aktivna kampanja za bojkot, niko od ovih sitnih stranaka ne može da pređe cenzus. Čak ni u slučaju bojkota. Čak ni u slučaju koalicija. LDP i LSV ni u kakvim koalicijama ne mogu da pređu, čak je upitno i da li SPAS i DSS mogu.“⁵¹ Istovremeno, polje svojih nagađanja Stojanović prenosi i na mogući rezultat Srpske radi-

48 Milan St. Protić, „Gde je zapelo,“ *NIN*, br. 2576, str. 19

49 Boban Stojanović, „Vučić nije u istoj poziciji kao pre,“ intervju sa Radmilom Markovićem, 1.08.2019, *Vreme*, br. 1491, str. 14

50 Isto, str. 16

51 Isto, str. 17

kalne stranke, smatrajući da radikali mogu da uđu u Skupštinu i da takva okolnost ne predstavlja politički poželjan razvoj kako za deo javnosti u Srbiji tako i za Evropsku uniju: „Jedino je pitanje da li SRS može da pređe cenzus. Mislim da oni jedini mogu, i to zato što su velikom broju birača SNS-a radikali najbliži kao druga opcija. Iz perspektive međunarodnih aktera ne deluje dobro parlament u kome su samo vlast i radikali, a da nema nikog ko je orijentisan prozapadno i pro-EU na strani opozicije.“⁵²

Za razliku od Bobana Stojanovića, koji vatreno zagovara ideju bojkota, opozicioni poslanik, žestok kritičar politike Aleksandra Vučića i politički analitičar Đorđe Vukadinović pokazuju realna ograničenja praktične realizacije bojkota, slabost argumenata koji govore u prilog bojkota i realpolitičke implikacije bojkota izbora.

Njegova osnovna teza je „Bojkot je smokvin list“. Ova metafora pokazuje da se vatrenim zagovaranjem ideje bojkota prepokrivaju slabosti prisutne opoziciji i istovremeno otvara prostor za potpunu dominaciju vlasti u svim segmentima političkog i društvenog života.

„U suštini, skoro svi argumenti koji se navode u prilog bojkotu izbora su ili činjenično problematični, ili defetistički, ili hazarderski – ili su izraz pogubnog i kvaziradikalnog ‘antipolitičkog’ stava, koji nam je, onomad, preko ‘belih listića’ i natovario na vrat ovu aktuelnu političku pošast. Ne sumnjam u dobru volju i namere većine onih koji ovih dana govore i pišu kako je bojkot jedino pravo rešenje za umorne i poprilično rezignirane opozicione birače. I, u osnovi, taj psihološki argument vidim kao jedini zbilja razuman – mada nedovoljan – razlog u prilog bojkotu. Ali se plašim da posledice mogu biti veoma slične onima koje smo već videli 2012.“⁵³

Konstatovanje faktičke nemoći protesta predstavlja jedan u nizu opravdanih razloga protiv politike bojkota. Vukadinović matematički precizno uočava ovo ograničenje opozicione borbe i predlaže učešće u izborima uz sve rizike koje takav poduhvat nosi: „Sve ono što smo zimus i ovog proleća gledali na ulicama Beograda ne ostavlja mnogo dileme u pogledu (ne) postojanja revolucionarnog kapaciteta i volje. Ali, razume se, nije isključeno (staviše, dosta je verovatno) da će, ukoliko konačno i definitivno ostanu izvan izborne priče, opozicioni lideri energičnije zaigrati upravo na tu revolucionarnu kartu – jer im nijedna druga neće preostati. Ostaje samo dilema da li će ih i u kolikoj meri opozicioni birači u tome slediti. A bez toga, tj. bez te obostrano iskrene spremnosti na radikalizaciju i lično žrtvovanje priča o bojkotu izbora samo je lepo upakovana malodušnost i predaja bez borbe. Da ne kažemo – smokvin list i blef kojim se pokušava prikriti realna slabost i odgovornost opozicionih stranaka i lidera za sve što je neučinjeno ili pogrešno učinjeno u prethodnim mesecima i godinama.“⁵⁴

Budući da je bojkot igra po principu „sve ili ništa“, a kako ne postoji ni izobilje politički relevantnih resursa i plan kako putem bojkota postići politički uspeh, neminovno je suočavanje sa njegovim realnim, politički štetnim posledicama. Epilog bojkota verovatnije može biti

52 Isto, str. 16

53 Đorđe Vukadinović, „Bojkot kao smokvin list,“ *NIN*, br. 3582, str. 22

54 Isto, str. 22

Srbija bez institucionalne opozicije, Srbija koja nalikuje iskonski autoritarnim i represivnim političkim porecima koji su delotvorni u Kazahstanu i Severnoj Koreji: „Više je nego očigledno da je rizik preveliki, a šanse više nego male. I, pri tome, nije rec o riziku po vas, mene, ili bilo kog pojedinačnog aktera, nego o realnom riziku od bukvalnog 'zatravlјivanja' čitave opozicione scene, potpunom gašenju političkog pluralizma i pretvaranju Srbije u neku vrstu, ako ne baš Severne Koreje – a ono, recimo, barem Belorusije ili Kazahstana.”⁵⁵

I kao svojevrsni argumentativni „šlag na tortu”, Vukadinović evocira sećanje na izraz lica predsednika Srbije nakon saznanja da su četiri opozicione liste jedva uspele da pređu cenzus i uđu u Parlament. „Kiseli” izraz lidera SNS-a dokaz je opravdanosti izlaska na izbore. Negativna opsesija Vučićevom ličnošću paradoksalno dobija svoju potvrdu u tvrđenju koje osporava najveći deo evroreformske opozicije: „Uostalom, ma koliko s razlogom bili nezadovoljni opozicionim učinkom u proteklom periodu, treba se setiti Vučićeve mrzovoljne face nakon prethodnih parlamentarnih izbora, kada je shvatio da će mu u Skupštinu, sa po pet-šest odsto, ući sve četiri opozicione grupacije (DS, DJB, DSS-Dveri i SDS-LSV-LDP). A on je projektovao – i nije mu mnogo nedostajalo – da ne uđe nijedna, pa je tu „grešku” pokušao da koriguje izbornim produžecima i višednevnim inženjeringom u RIK-u (a potom i po opozicionim poslaničkim klubovima). I zbilja bi bilo absurdno i tragikomično ukoliko bi sada, četiri godine kasnije, sama opozicija pomogla Vučiću da ostvari svoj cilj.”⁵⁶

Slika opozicije u štampanim medijima je složenija nego slika vlasti. Dok je vlast više značno vrednosno i politički oslikana, dotle je slika opozicije shvaćena detaljnije i manje jednostorno. Slika opozicije osciluje između negativnih stereotipa koji se kontinuirano i intenzivno reprodukuju u dnevnom listu *Informer* i razmišljanja o tome kako treba unaprediti šanse opozicije u političkoj borbi. Za *Informer*, ali i druge štampane medije bliske vlastima opozicija nema moralni kredibilitet, političku komptenciju, demokratski legitimitet, promoviše nasilje, deficitarna je sa patriotizmom. S druge strane, za radikalno kritičke medije, opozicija je, uprkos svemu, ne samo alternativa, već jedina politička i društvena sila koja Srbiju može da spase od beznađa i izvesne propasti u koju je vodi režim Aleksandra Vučića i Srpske napredne stranke.

Ako bi politiku posmatrali kroz prizmu slike političkih aktera u štampanim medijima, jasno je da bi se ona mogla protumačiti kao beskrajni i fatalni konflikt dve uzajamno suprostavljene slike političkih ključnih aktera.

⁵⁵ Isto, str. 23

⁵⁶ Isto, str. 23

5

O autorima

O AUTORIMA

Institut za javnu politiku je regionalna *think-tank* organizacija. Deluje u regionu Zapadnog Balkana kroz rad kancelarija u Beogradu, Podgorici i Ljubljani. Promocijom javnog dijaloga i konstruktivnih rešenja, Institut za javnu politiku doprinosi naprima država Zapadnog Balkana da postanu ravnopravni, pouzdani i progresivni partneri u evropskim integracijama i međusobnim odnosima. Nakon inicijalnog istraživanja i analize društvenog i medijskog konteksta u državama Zapadnog Balkana, *Institut* je razvio i sproveo niz projekata vezanih za medije, među kojima su: Uloga medija u procesu sekuritizacije na Zapadnom Balkanu, Civilni odgovor na klijentelizam u medijima – Medijski krug, NATO Reach Out - monitoring medija i Uloga medija u praćenju R1325 u Crnoj Gori.

Medijski arhiv EBART je privatna kompanija, osnovana 2000. godine. Njena osnovna aktivnost je čuvanje podataka iz štampanih medija u elektronskoj formi. Novinski arhiv postoji od 2003. godine i do danas je u njemu uskladišteno više od 3.000.000 tekstova iz štampanih medija koji imaju nacionalnu pokrivenost, kao i odabranih lokalnih medija. *Ebart* je specijalizovan i za izradu analiza medija. Od osnovnih, kvantitativnih analiza, preko kvalitativnih analiza koje poredi medijski tretman zadatih ključnih reči, pa sve do složenih analiza sadržaja.

Velimir Ćurgus Kazimir je rođen 1948. godine u Novom Sadu. Od 2002. godine direktor je Medijskog arhiva Ebar, jedinstvene medijske dokumentacije u Srbiji. Bio je novinar i urednik kulturne rubrike u Politici od 1988. do 1996. godine. Jedan je od osnivača Nezavisnog udruženja novinara Srbije. Autor je desetak knjiga proze i eseja na temu kulture i kulturne politike. Njegova dela prevođena su na engleski, francuski, nemački, španski, poljski i japanski jezik. Dobitnik je Međunarodne nagrade za esej časopisa Lettre International u Vajmaru 2000. godine. Član je srpskog PEN centra od 1987. godine. Priredio je više knjiga na temu odnosa politike i medija. Autor je više projekata iz oblasti istraživanja, medija i kulture. Posebno se bavio istraživanjem medijske scene u Srbiji i uticajem medija na političku i društvenu stvarnost. Autor je knjige "Hajka - analiza medijske kampanje protiv Vlade Zorana Đindjića".

Dr Isidora Jarić rođena je u Beogradu 1970. godine. Vanredni je profesor Filozofskog fakulteta Univerziteta u Beogradu, na Odeljenju za sociologiju, na kome je i stekla titulu doktora nauka. Saradnica je Instituta za sociološka istraživanja, koji se bavi istraživanjem i ispitivanjem globalnih karakteristika i preobražaja u srpskom društvu. Urednica je dela "Bolonjska reforma visokog školstva u Srbiji: problemi, dileme, očekivanja i strahovi nastavnog osoblja na Beogradskom Univerzitetu" (Institut za filozofiju i društvenu teoriju i Filip Višnjić, 2010.), kao i dela "Politike roditeljstva" (Filozofski fakultet Univerziteta u Beogradu, 2015). Objavila je brojne naučne rade, članke i knjige, među kojima je i "Kultura i preobražaj Srbije – vrednosna usmerenja građana u promenama posle 2000. godine".

Danica Laban, rođena u Beogradu 1976, medijska analitičarka, novinarka i komunikološkinja. Završila je master studije novinarstva na Fakultetu političkih nauka u Beogradu. Radila je na brojnim projektima, koji su u svojim medijskim komponentama imali zastupljenu vidljivost, treninge i istraživanja u oblasti medija. Saradivala je sa domaćim i stranim organizacijama i institucijama, poput Saveta Evrope (CAR project 2011-2012), UN Women (projekti u oblasti socioekonomskog osnaživanja žena 2012), Kancelarijom za ljudska i manjinska prava (2012 - 2013, 2015 - projekti za unapređenje položaja Roma) itd. Radila je i na evalvaciji medija u Srbiji za Strategic marketing/IPSOS (2009-2011), za potrebe BBC Trust. Agenciju Jigsaw Communications, u okviru koje i danas posluje, osnovala je 2006. Tokom karijere, bila je i novinar i urednik na RTS, BK TV i TV Politika.

Dr Dejan Vuk Stanković rođen je u Beogradu 1973. godine. Titulu doktora nauka stekao je na Filozofском fakultetu Univerziteta u Beogradu, na katedri za filozofiju. Trenutno predaje filozofiju, etiku i filozofiju obrazovanja na Učiteljskom fakultetu Univerziteta u Beogradu. Od 2000. do 2013. godine stručno se usavršavao i učestvovao na projektima Instituta za filozofiju i društvenu teoriju kao stipendista Ministarstva za nauku, tehnologiju i životnu sredinu. Od 2004. do 2006. godine radio je za Marten Board International, privatnu kompaniju specijalizovanu za istraživanje tržišta i javnog mnjenja. Od 2006. godine do danas je nezavisni politički analitičar, komentariše politički i društveni život u Srbiji i regionu za različite TV i radio stanice i štampane medije.

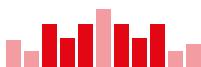
Unos i obrada podataka:

Predrag Bajić, doktorand Fakulteta političkih nauka

Milica Oros, diplomirani novinar, Fakultet političkih nauka

Katarina Vukajlović, diplomirani novinar, Fakultet političkih nauka

Veljko Gluščević, doktorand Filozofskog fakulteta u Beogradu



MEDIJAMETAR