



Александар Тодоровић, Печурка, туш на папиру, 21 x 29,7 цм, 2007.

Danijela Pantić Conić  
Samostalni istraživač  
Beograd

УДК 316.776.32:355.01  
316.658.4:32

## MEDIJI POSLE KONFLIKTA I SMRT KAO MEDIJSKA OPSESIJA

*Apstrakt:* Iako se *Odiseja* i *Ilijada* smatraju prvim ratnim objavama, ipak se ne mogu poistovetiti sa današnjim medijskim objavama i značenjem koje one imaju. Svesno i tendenciozno korišćenje ratnih izveštaja, kako bi se od naroda dobila podrška i kao bi se istorija tumačila onako kako odgovara vlasti, pripisuje se Aleksandru Velikom. Razvojem štampe, novina, a potom i ostalih medija, novinari i foto-reporteri postaju „saučesnici” ratnih patnji čije medijske objave vlade zemalja koriste kao deo ratne strategije. Tako, danas možemo govoriti o nekoliko prepoznatljivih faza ratovanja koje se razvijaju kroz raznovrsne medije i medijske forme, bez kojih čak ni sami ratovi ne bi bili takvi kakvi danas jesu. Pored ratovanja, patnji i katastrofa i vojske i civila, koje se sve više skrivaju od medija i javnosti, tema koja se posebno obrađuje posle samog ratnog sukoba jeste – smrt. Ta čudna medijska kontradiktornost u pristupu ovoj temi upućuje na to da mediji ratovanje često predstavljaju bez krvi, a potom, posthumno, pišu o nečijem životu i smrti koristeći upravo ovu temu za podizanje tiraža, gledanosti ili slušanosti svojih emisija. Smrt civila se koristi samo tendenciozno. Ako je važno za opravdanje rata (najava rata), kolone s izbeglicama će se naći na početku svih vesti. Kako se rat bliži kraju, lica paćenika i nesrećnika rata sve ređe se mogu videti u kadru i na vestima. Broj žrtava rata često varira i ta informacije se uglavnom ne objavljuje u medijima.

Od medijskog trenutka i ulaska medija u rat više nikada neće biti moguće otkriti pravu istinu, niti saznati šta je bila istorija pre medija. Sve što je bilo brzo iščezava ako nije ostavilo medijski trag i zapis u tradicionalnim medijima ili makar na društvenim mrežama.

Cilj ovog rada je da se ukaže na značaj medija u samom ratu, na njihovu ulogu od najave konflikta, preko ratovanja i trenutka kada se sve završi i kada jedan rat treba što pre zaboraviti, kako bi se pokrenuo novi rat. Takođe, ovaj rad bi trebalo da postavi pitanje saučesništva samih medija u ratnim katastrofama i pozove na odgovornost i zaista human odnos prema civilima i svim žrtvama rata.

*Ključne reči:* rat, mediji, objave, smrt, civili.

Ako želite da imate nasilno društvo koje koristi silu širom sveta da postigne stremljenje svoje domaće elite, neophodno je imati propisno

vrednovanje ratničkih vrlina i nikakve bolesne inhibicije o upotrebi nasilja. Dakle, to je vijetnamski sindrom. Neophodno ga je prevazići.

Čomski, *Kontrola medija*

Ratovi i objave (priče i epovi) o ratovanjima postoje još od vremena Homera, kao jedan od ključnih aspekata vođenja ratova. Pojedini generali ili vojskovođe koristili su informacije koje su širili u narodu ili slali drugoj strani po glasniku kako bi prevarili neprijatelja, dok su drugi želeli da pridobiju naklonost sopstvenog naroda za rat koji su vodili. Aleksandar Veliki tražio je da se pišu namenski izveštaji o ratu, da bi ih potom delio narodu radi promovisanja interesa makedonskog dvora. Napoleon je bio svestan važnosti javnog mnjenja i koristio je objave kako bi zadobio svoj narod i nadmudrio protivnika.

Razvojem štampe i drugih medija, odnos prema novinarima i medijskim objavama često je išao iz krajnosti u krajnost. Dok su jedni smatrali da novinari daju previše informacija i da se na osnovu njihovih objava može otkriti položaj vojske, čak i plan ratovanja, drugi su, zapravo, koristili novinare kako bi poslali pogrešne informacije (dezinformacije) i tako dobili vreme za primenu druge strategije. Jedni su voleli novinare, drugi su ih se radije klonili. Čak i u ratovima koji su navodno bili „bez cenzure”, postojao je pritisak na novinare ili medijske kuće da pojedine reportere povuku s ratišta jer su previše iskreni, što nije dobro (Vijetnam).

U svakom slučaju, mediji su polako postajali deo ratne mašinerije iz koje se više nikada neće izvući, čak i ne sluteći da učestvuju u nečem mnogo većem i opasnijem od sopstvenog posla i istraživačkog novinarstva. Od ovog trenutka, više nikada neće biti moguće otkriti pravu istinu, niti saznati šta je bila istorija pre medija, šta je rat pre informacije i medijske objave i bez pre naglašenosti tehnike. Sve što je bilo brzo iščezava ako nije ostavilo medijski trag.

Pruski general Karl fon Klauzevic (Carl von Clausewitz) smatrao je da se pobjeda ne postiže uništavanjem, već slamanjem protivnika i da „svaka teorija ratovanja mora uzeti u obzir tri uslova:

- vladu koja određuje ciljeve,
- vojsku koja se bori za postizanje tih ciljeva i
- narod koji ih podržava” (Kunczik, Zipfel 1998: 221).

Teorija ratovanja koju je ovaj general postavio 1832. godine i dalje se primenjuje. Da bi narod podržao ratove, potrebna je medijska saradnja, s tom razlikom što velike države, ili na primer NATO, imaju i velike medijske mašinerije, dok malim državama, tačnije svima ostalima, ostaju na raspolaganju lokalni mediji i društvene mreže.

Svaki rat počinje najavama o ratu, koje se u suštini svode na opravdanja samog rata i uveravanja javnosti da je baš taj rat za njih „potreban” ili „dobar”. Zapravo, ova uveravanja prolaze kroz medijske objave tokom celog rata i svaka strana vidi dobre razloge zašto je u ratu.

Nijedan rat ne počinje preko noći, iznenada i bez medijskih objava. Kako mediji ne mogu bez senzacionalističkih vesti i spektakla, tako više ni ratovanje ne može da se zamisli bez medijske saradnje. Svaki rat (vojni sukob) ima tri prepoznatljive faze u medijima:

1. najavu konflikta kroz uveravanja o dobrobiti rata ili kroz pretnje, huškačko novinarstvo, upozorenja (vreme pre konflikta) itd.,
2. vreme konflikta ili sukoba (vreme ratovanja) i vreme smrti i
3. vreme posle konflikta, tj. vreme brisanja konflikta, pa čak i „omalovažavanja” sukoba (kroz filmsku industriju, strip, video-igrice, komentare u TV emisijama, etiketiranje i postavljanje negativnih stereotipa) kako bi se sukob zaboravio i pokrenuo novi konflikt koji će skrenuti pažnju javnosti i proći iste faze i isti put medijskih objava.

Ove tri faze, zapravo, potvrđuju ne samo medijsku umešanost u današnje ratove, već činjenicu da se ratovi više ne vode i ne dobijaju bez medija.

Dakle, bez obzira na žanr, mediji ratovima pristupaju na isti način, pa se može zaključiti da je vreme pre konflikta, vreme tokom konflikta, kao i vreme posle konflikta, zapravo vođeno i planirano. Prvo politički, odnosno geopolitički, a potom i medijski.

U odnosu na vrstu medija, postoje dva pristupa ovim fazama – informativni i tabloidni. Pored toga, ove dve faze mogu se prepoznati čak i u istom mediju, na početku i na kraju samog konflikta ili ratnog sukoba.

## Da li je strah dovoljna pretnja za pokretanje rata?

Televizija svakako nije izmislila rat, ali je, može se reći, postala njegova sublimacija, nezamenljivi instrument za potvrđivanje ili uništavanje samih razloga jednog sukoba, instrument za veličanje njegovih etničkih i humanitarnih vrednosti (ili laži), za naglašavanje primerenosti nekog čina.

Enio Remondino, *Televizija ide u rat*, 2002.

Prve medijske najave o ratu upućene javnosti zapravo su pretnja strahom od oružja za masovno uništenje, humanitarne katastrofe ili genocida nekog naroda, kako bi se opravdalo ratovanje ili konflikt. Svaki konflikt i

svaki rat počinje *najavom rata u medijima*. To je period pre rata koji može potrajati i nekoliko meseci. Najava ili priprema konflikta počinje u informativnim redakcijama, tj. na stranama spoljne politike, vesti, aktuelnosti u svetu. Na ovaj način ne samo da se opravdava konflikt, već se podiže pažnja javnosti i opravdava upletenost pojedinih zemalja u rat.

Hitler je tridesetih godina pretio da će Jevreji zauzeti Nemačku i ceo svet; Amerikanci su godinama bili zabrinuti zbog opasnih ruskih ambicija, međutim, kada taj strah više nije davao rezultate i Džordž Buš (George Bush) i Ronald Regan (Ronald Reagan), osamdesetih godina XX veka, jednostavno su našli nove neprijatelje, poput vlada Paname, Kube, Sadama Huseina (Sadam Hussein) kao novog Hitlera (Hitler).

Dakle, najava vesti kreće od informativnog, istraživačkog novinarstva i novina koje imaju svoju težinu, vrednost i tradiciju u štampanim medijima, jer se tako shvata i ozbiljnost samog sukoba. Ponekad, period najave traje koliko i sam rat i prepoznatljiv je po pretnjama, nameštenim vestima i često insceniranim sukobima. Navedimo nekoliko primera. Sukobi na Balkanu početkom devedesetih, tj. secesija SFRJ i svi ratovi koji su počeli medijskim objavama i događajima, poput dva masakra na pijaci Markale u Sarajevu. Ovaj masakr, za koji se još ne zna počinitelj, smatra se povodom za vazdušne NATO napade na Republiku Srpsku. Nekoliko godina kasnije, 1999. godine, najavom konflikta na Kosovu i Metohiji počeo je drugi napad na bivšu Jugoslaviju. Istovetnih primera i redakcijskih vesti o konfliktima koji „slute” da će se nešto veliko uskoro dogoditi ima svuda po svetu – od Istočnog Timora do Iraka, od Avganistana do Ukrajine... Takođe je mnogo predsednika ili vođa koji su odgovorni za izazivanje sukoba koji se moraju rešiti većim konfliktom ili oružanim sukobom, a njihova smrt ponekad mora biti i javno prikazana, ne samo kao dokaz o smrti, već i kao čin javnog pogubljenja jedne vlasti.

Da bi se potkrepila vest o vojnoj, oružanoj, nuklearnoj ili genocidnoj pretnji jednoj zemlji ili narodu (u okviru granice iste te zemlje), koriste se često nejasni satelitski snimci, inscenirani događaji, intervjui ili izjave lažnih svedoka o masakrima, genocidu jednog naroda ili manjine. Kada se lažna vest razotkrije, ta informacija dobije veoma malo pažnje jer je većina medija već angažovana na drugim ratištima. Vremenom, politički pritisak i pritisak medija postaje sve veći, pa se rat ili oružani konflikt zapravo nameće kao jedino rešenje uz intervenciju drugih zemalja.

Tabloidne novine, u ovoj fazi, pripremaju tekstove koji su podstrekačkog ili huškačkog karaktera i tako traže podršku naroda za ulazak u rat. SAD su, neposredno pred Prvi svetski rat, osnovale Vladinu komisiju za propagandu, nazvanu *Krilova komisija*. Ova propagandna mašinerija je uspela „da za šest meseci pretvori pacifističku populaciju u histeričnu, ratno huškačku populaciju sa željom da uništi sve nemačko, raskine Nemce na komade,

krene u rat i spase svet” (Čomski 2007: 9). Propagandna industrija i vladine PR službe troše velike sume novca, posebno tokom ratova i oni su prvi i najvažniji izvor komunikacije s medijima. Od njih zavisi i veliki broj objava, kao i sve informacije koje odu u etar, uključujući i pojmove i izraze kojima se opisuje ratno stanje, neprijatelj i definiše sam rat... Službe odnosa s javnošću kontrolišu medije i usmeravaju volju naroda u željenom pravcu. Ove službe imaju zadatak da proizvedu tekstove i parole protiv, za koje bi svi glasali ako se organizuje referendum ili sprovede anketa u medijima. NATO koji ratuje u celom svetu mora da obezbedi jake razloge i opravdanja zašto uvlači svoje vojnike u rat negde u inostranstvu.

Opsesija informacijom, medijima i tehnikom nikada nije bila toliko naglašena kao danas i nigde toliko nemoralna, a istovremeno toliko svemoćna. U svim tim medijskim objavama i strategijama, činjenica je, vidi se i dosta kontradiktornosti. Mediji ratu daju jednu vrstu otklona od same realnosti, distance prema realnim događajima, ali ne olakšavaju stvarnost; naprotiv. Tom testu neodređenosti podvrgavaju se svi ratovi u medijskom dobu, posebno od osamdesetih godina XX veka kada struktura postaje važnija od sadržaja, a tehnika skoro važnija od događaja.

Proizvodnjom događaja, menjanjem i kreiranjem istorije mediji se, zapravo, bore protiv sadašnjeg trenutka i oslobađaju od realnog vremena. Svi događaji koji se zabeleže u realnom vremenu su kreirani – utakmice, informativni događaji, pa čak i samo uključenje u rat. Proizvodnja lineranog vremena i odloženog vremena medijima daje moć da upravljaju događajima, bez obzira na stvarnost. Istinu je ubila verodostojnost, a informaciju vest. Nije više bitno šta je istina, već da li je ona verodostojna. Tako ni informacija za javnost više ništa ne znači ako nije upakovana u vest.

Medijskim sadržajem i saučesništvom u ratnim događajima stvarnost postaje još gora, a jedina pomoć koja dolazi jeste humanitarna (mada i ova kva pomoć zna da stigne prekasno ili s isteklim rokom).

## Vreme rata – vreme apatije i vreme posle sukoba

Kako bi se pridobilo javno mnijenje, neprijatelj često biva obilježen kao agresor, čudovište bez ljudskih osobina.

Kunczik, Zipfel, *Uvod u publicističku znanost i komunikologiju*

Sam konflikt, potom, puni sve medije i njihove informativne redakcije, da bi drugi i treći segment konflikta, tj. sam konflikt, prešao na zabavnu, pa čak i tabloidnu stranu. Bodrijar smatra da se ekonomska kriza Zapada hrani

ljudskim i prirodnim katastrofama (Istok, Zaliv, Kurdi, Ukrajina, Balkan) i eksploatacijom ostatka sveta. „Cela naša kultura živi od katastrofalnog kanibalizma, prenošenog, na ciničan način, putem informacije, ne moralan način, putem humanitarne pomoći. A to je put da se pothrani i osigura njegov kontinuitet, kao što je ekonomska pomoć zapravo strategija održavanja nerazvijenosti” (Bodrijar 1995: 69). Sva ta povezanost događaja i učesnika kao da ne dozvoljava da se išta događa mimo plana vlada država i globalnih medija, pa čak ni rat.

Dok na ratištu traje borba, u medijima se takođe vodi informativni rat. Medijske objave su svakodnevne i čine veći deo svih vesti, informativnih emisija, komentara, analiza, intervjua u svim medijima. Podrška stiže i od filmske industrije i umetničkog programa kojim bi trebalo da se podrži ista tematika, da se usadi mržnja prema jednom narodu i da se taj narod etiketira kao neprijatelj. „Zapamtite: etiketiranjem reči ostvaruju se međudejstva koja prevazilaze željene granice, stvarajući okvire koji će dugo karakterisati osobine demonizovanog naroda” (Barbulović i dr. 2004: 79).

Vreme posle rata donosi takozvanu „postistinu”, sankcije (pa i medijske sankcije, cenzuru i autocenzuru), humanitarnu pomoć (trošenje zaliha hrane i sanitarnog materijala), teskobnost nekomunikacije i mnoštvo medijskih tekstova o svemu što se dešavalo u prethodnom periodu ili o onome što će se dešavati u narednom, kao posledica samog konflikta. Kada sve prođe i kada što pre treba zaboraviti celu „priču”, tada konflikt prestaje da bude važan za svet, te ovakve vesti završavaju svoj vek u tabloidnim novinama, video-igricama, stripovima o dobrim i lošim akterima, filmovima i snimcima na Ju tubu (You Tube).

Odakle potreba za tabloidnošću sukoba, pa i same smrti mnogobrojnih žrtava rata? Podsmevanje, ismevanje i tabloidizacija zapravo su medijski način „opraštanja” od jednog konflikta koji treba brzo da se degradira i ispe-re kao informacija, kako bi ustupio mesto novom konfliktu, tj. novom medijskom spektaklu. Baš kao i same novine što završe kao podložak za sedenje na klupi ili papir za recikliranje, tako i taj sukob gubi vrednost u medijima i završava kao tema koja će se možda nekada reciklirati u analizu sličnih sukoba ili u uvod o novom konfliktu. Samo na ovaj način, kada rat završi u video-igrici, stripu, vicu i tabloidnim novinama, on prestaje da bude deo života i strašnog događaja i postaje vrsta zabave. Lako svarljiv događaj za zabavno popodne kao što je rat na filmu, sukob u stripu, borba s mnogo krvi u video-igrici... Tada se lako zaboravlja, prestaje da puni naslovne strane i ustupa mesto novim žarištima u svetu.

Ta virtualnost je, kako je pisao Bodrijar (1992), deo realnosti: „Realnosti sada neizvesne, paradoksalne, aleatorne, hiperrealne, propuštene kroz medij, isključene vlastitom slikom” (Bodrijar 1992: 57). Sve što je prošlo

kroz medije, potom prolazi i kroz filtere brisanja, izvrtanja događaja, neodređenosti i apatije, kako bi se lakše uvelo u zaborav. Kao maestralno odigrana partija šaha kojoj je cilj da se isprati proces, redosled koraka i struktura, a ne sam sadržaj, jer na kraju partije sva polja će ostati prazna da bi se figurice šaha složile ispočetka.

Vreme posle konflikta je vreme banalizovanja događaja, vreme dramatisacije svega kroz filmski jezik, serije ili stripove. Pokretne slike o ratu anestetiziraju saosećajnost i bol i čine gledaoce skoro ravnodušnim u vremenu medijske prisutnosti i realne nesvesnosti ove epohe.

Zapitajmo se koliko ljudi danas, posle toliko godina ratovanja u celom svetu i toliko vesti i informacija, može da se seti šta je tačan razlog napada američke vojske na Vijetnam.

## Hladni rat za dugu ekonomsku prevlast?

Svet u celini od 1914. godine nije u miru, a ni sada nije u miru.

Hobsbaum, *Globalizacija, demokratija i terorizam*

Dvadeseti vek se smatra najkrvavijim vekom u istoriji, jer se ukupan broj žrtava rata ili smrtnih slučajeva od posledica ratovanja procenjuje na stotinu osamdeset sedam miliona (Hobsbaum 2007: 19). Tokom prethodnog veka u svetu je, dakle, bilo veoma malo perioda bez oružanih sukoba. Neki ratovi koji nikad nisu eskalirali nijednim ratnim sukobom, već samo pretnjom moći i oružjem, zapravo i dalje traju. Analizirajući na primer Hladni rat, može se zaključiti da je dugotrajan, iscrpljujući i bez plana o završetku. Nije teroristički, ali uključuje mentalni teror i teror emocija – pretnje, strahove, pritisak, ne samo glavnih aktera, već i „posmatrača”. To je rat za prevlast vojne i ekonomske moći, tj. svetske sile. Vodi se svim komunikacijskim sredstvima i na svim medijskim poljima – od dnevnih novina, informativnih emisija na televiziji, filmskih scenarija, romana i stripova, pa čak do zabave za najmlađe i animiranih filmova.

Za zadobijanje javnog mnjenja koriste se sva sredstva masovne komunikacije, preko kojih se prenose poruke o nadmoći jedne strane i slabosti (ili agresiji) druge strane; od onih veoma jasnih, konotativnih poruka i njihovih značenja, do skrivenih poruka koje se koriste stereotipima, satirom i ironijom ne bi li pogodile cilj. Tako, u američkim akcionim filmovima hladni rat prepoznamo kroz stereotipe glavnih negativnih likova čija se nacionalnost menja u odnosu na trenutne ratove ili planirane ratne sukobe. Naime, glavni negativni likovi u američkim filmovima, skoro svih žanrova, dugo su bili



Rusi. Kada su se najavljivali novi ratovi po svetu, glavne negativne uloge u američkim akcionim filmovima, a potom i komedijama, kreirane su za Avganistance, Iračane, Srbe... Isti slučaj je i sa ostalim filmovima engleskog govornog područja. Kao primer možemo navesti poslednja dva filma o Džeјmsu Bondu (James Bond), najpoznatijem špiјunu, tj. liku koji je nastao po – eto apsurdna ili ironije! – srpskom obaveštajcu.

Konflikt Istoka i Zapada odlično je opisao Bodrijar u *Iluziji kraja* (1992). To je sukob razlika između dve kulture i potreba i „pravo” jedne kulture da menja drugu. A zapravo, kako sam piše, cela zapadna kultura živi od katastrofalnog kanibalizma koji ima i svoju medijsku potporu i podršku. Sve se završava humanitarnom pomoći koja je zapravo tu da bi se održao kontinuitet i jedan sistem ostao u stalnom stanju nerazvijenosti.

Iako se Hladni rat u javnosti vodio kao rat za slobodu, ovde se možda najjasnije vidi i cena te slobode. Međutim, o kakvoj slobodi je reč? Medijskoј slobodi, slobodi govora, slobodi kupovine ili slobodi pristanka na potrošački život?

Da li je Istok želeo ovakvu slobodu i da li je svestan da je to sloboda? Ironija svega je što se prava sloboda nikada ne može dostići i što se zatrpavanjem jednog konflikta samo otkopava ili naslućuje drugi. Sloboda na Istoku je ubijena bez pobede, kao što se pobeda u stripovima dešava prelaskom aktera iz mašte u stvarnost.

To je vreme dva kraja istorije, jednog na Zapadu i drugog na Istoku, jednog u koncentracionim logorima, a drugog u centrifugalnoj ekspanziji komunikacije (Bodrijar 1995: 35).

## Upravljanje ratom i pitanje saučesništva medija u ratu

Ratu je potrebna televizija da bi mogao da se zakiti tom titulom.  
Rat proizvodi televiziju,  
a ona komercijalizuje rat.

Enio Remondino

Činjenica je i da se pojedini sukobi mogu izbeći ili završiti u okviru granica jedne zemlje, osim ako za njih nije predviđen drugačiji scenario. Zbog toga „rat i televizije danas idu ruku pod ruku” (Enio Remondino 2002: 9). Ako rat i bilo koji drugi sukob ne isprate kamere i foto-aparati, taj sukob će proći neopaženo, što je opasno po sam sukob. Svi teroristički napadi, sukobi i ratovi traže veliku pažnju medija. Njuјorške „blizakinje” bile su pogođene avionima-kamikazama koji su uleteli u njih i postali su vest koja je obišla

svet 2001. godine. Ako mediji ne zabeleže sam trenutak napada, što se često događa, beleži se vreme posle napada ili se radi rekonstrukcija događaja. U nedostatku tradicionalnih medija i medijskih objava, sami učesnici ili posmatrači sukoba snimaju događaje telefonom kako bi mogli da ih okače na mreže i pošalju u svet. Osim toga, da li bi neko poverovao da su se određeni napadi ikada i dogodili da nije bilo slike?

Šta je to što je zajedničko svim ratovima, bez obzira na medije?

Konflikti i ratovi se ne dešavaju slučajno, jer slučajnosti se ne mogu kontrolisati. Ratni sukobi, da bi se planirano vodili, moraju biti kontrolisani. Kao i rat, i kontrola je planirana, vođena i sveobuhvatna – oružana, medijska i humanitarna. Samo kontrolom konflikta on se može reciklirati u novi konflikt i „izgubiti pažnju medija”. Za američki napad na Vijetnam Maršal Mekluan (Marshall McLuhan) je rekao da je to bio „prvi televizijski rat”, koji je američkoj publici dao svakodnevni šou-program. To je bio spektakl smrti i razaranja. Iako za ovaj rat navodno nije bilo cenzure, američka vlada se trudila da upravlja izveštajima i medijskim objavama za koje je, prema Fulbrajtovoj (Fullbright) proceni, bilo zaduženo čak 2800 PR službenika (Kunczik, Zipfel 1998: 226).

Tokom Zalivskog rata, tj. zajedničke intervencije čitavog Zapada radi odbrane dragocenih naftnih izvora u Saudijskoj Arabiji, televizijske kamere su bile svuda, emitujući snimke o metama „pametnih bombi” (koliko god taj izraz bio besmislen), ali bez i jedne kapi krvi. To je bio komunikacijski, tehnološki, elektronski rat koji su vodili antiirački saveznici protiv Sadama Huseina. Očigledno je medijska strategija zauzela drugačiji stav u svojim objavama i slikama u odnosu na sve greške medijskih objava rata u Vijetnamu.

Činjenica je i da se ratni planovi pripremaju mnogo ranije, te da se i prvoj fazi – najavi rata ili vestima kojima se objašnjavaju razlozi za početak rata – daje mnogo više važnosti nego kraju rata, kada se često ne zna ili ne objavljuje čak ni tačan broj žrtava. Najave rata zaokupljaju najviše pažnje, vremena i vesti, upravo zbog lakšeg upravljanje ratom (pre svega u javnosti). Broj objava se strogo kontroliše, kao i sami mediji i medijske kamere koje se nalaze u ratnom području. Vremenom, ratna tematika pada sve niže u vestima i postaje manje važna. Baš kao i žrtve rata.

Činjenica je da postoje i građanski ratovi, konflikti ili oružani sukobi koje treba sakriti od javnosti. Takav je, na primer, bio građanski rat u Istočnom Timoru, koji je ostao u senci dešavanja na Balkanu, tačnije u senci napada NATO na Republiku Jugoslaviju. Podela zemlje na dva dela, podrška jednom delu zemlje naoružanjem iz inostranstva, obuka gerilaca, masovna ubistva, trovanja vodom u Istočnom Timoru – zapravo postojali su svi elementi rata zbog kojih je on mogao da postane udarna vest u svetskim medijima. No, izgleda kao da javnost nije mogla da prati dva sukoba u isto vreme.

Ili je jedan sukob trebalo da ostane skriven od svetskih kamera? Vesti su bile pune informacija o Račku, Kosovu, kolonama s izbeglicama i svemu što je već bilo spremno da se potkrepi medijskom slikom i lansira pred NATO bombardovanje jedne zemlje na Balkanu.

Na kraju svega, postavlja se pitanje saučesništva u svim tim katastrofama, ratovima, nesrećama. Ako mediji imaju zadatak da najavljuju katastrofe, rat i smrt, onda oni za njih znaju mnogo pre samih događaja, zar ne? Etičko pitanje je – da li bi trebalo da pokušaju da spreče rat ili sukob i da, na primer, odbiju da izveštavaju o svemu tome? Da li bi bilo humanije da iskoriste svoju moć da se katastrofa ne dogodi, da li je to jača motivacija od prodaje, tiraža i medijske senzacije? Da li su ekonomski razlozi iznad samog čoveka i da li Tanatos samo tako nastavlja da živi dok se sve ostalo gasi, pa i sam čovek?

Ovim je nekako, nažalost, sve u saglasju da svetom upravljaju katastrofe, počev od Isusa koji je ubijen i razapet, a potom i njegovog vaskrsnuća, čime se izgleda slave mučenje i smrt, a ne život. Da nema Strašnog suda ni Apokalipse, ni bi bilo ni vesti niti očekivanja kraja; da nema revolucije da li bi bilo „napretka”? Naravno da bi bilo!

Opsednutost krajem kreira mnoštvo novih konflikata, ratova, medijskih sadržaja.

I čemu sva ta borba za prava pojedinca, kada je tako lako izbrisati ceo narod, ili kada pola miliona iračke dece postaju „prihvatljive ili vredne” žrtve rata? Zar postoji podela na „vredne pojedince” i „bezvredne mase” kada se – zbog hemijskog oružja, posle 1962. godine, koje se koristilo za uništenje žitarica i sveg ostalog rastinja, kako bi gerilci ostali bez hrane – zapravo, ubiju ne samo vojnici i civili, već se i njihova deca, godinama posle rata, rađaju kao invalidi bez ruku, mozga, ili s rupom u stomaku? Reč je, dakle, o milionima ljudi i dece s jedne i druge strane – i Amerikanaca i Vijetnamaca koji su umrli od posledica hemijskog oružja (Čomski 2007: 103).

Isto se dešava i sa Kurdima, narodom koji živi u nekoliko zemalja, kojima ne samo da ne žele da priznaju teritoriju, već ih proganjaju u ubijaju svakodnevno, dok ceo svet o tome čuti.

## Nova semantika ratnih izraza

Za onoga koji se bori u njemu, rat je uvek patriotski, idealistički ili humanitarni. Za televiziju rat je zabava s najvećom gledanošću, čije glavne troškove snosi neko drugi.

Enio Remondino



Александар В. Бранковић, *Lost construction II*, комбинована техника, 100 x 70 цм, 2017.

Da li se после Другог светског рата и само значење речи *rat* изгубило или променило толико да се ратови догађају, али више не броје? Да ли рат и данас носи исто значење као што је носио и крајем IX и почетком XX века? Хаšким конвекцијима из 1899. и 1907. године одређена су јасна правила ратовања која су дефинисала ко су учесници рата и како се ратови воде, односно sukobe између (наоружаних) држава или, у случају грађанског рата, „две sukobljene стране које припадају истој култури или заједници” (Wikipedia), а од којих се једна бори за суверен статус (што је најчешћи повод за започињање рата). „Sukobi су предвиђени да се превашодно одвијају између суверених држава или, уколико се одвијају у оквиру територије једне државе, између страна које су довољно организоване тако да им друге суверене државе дodeле статус zaraćene стране” (Hobsbaum 2008: 23). У рату учествују наоружане и uniformisane јединице, односно војници који су обучени и плаћени да ратују.

Iako је током рата важно да се цивилно становништво што више saчува од ратног страдања, од Другог светског рата и великог прогона Јевреја то више није случај. Terminologija, pojmovi и njihova значења која се данас користе у ратовима често су veoma nelogični и apsurdni, čak бесмислени. Protiv terorizma и terorističkih organizacija oduvek се vodila borba, а не рат. Država се borila protiv mafije, али није се водio рат, jer и та mafija је obično deo државе. Danas то и не мора бити случај, те и државе objavljuju рат teroristima и kriminalističkim organizacijama. NATO napad на Jugoslaviju се, тако, не може nazvati ни ratom, ни terorističkim napadom, niti грађанским sukobom, niti су једна и друга страна dale исто име том догађају. I како може једна organizacija или savez који чini 29 држава да objavi рат једној држави? Remondino

navodi da u ovom slučaju nije bilo zvanične objave rata (NATO nije objavio rat Jugoslaviji), iako je rat vođen i javno nazvan sofisticiranim oksimoronom „humanitarni rat”.

Činjenica je da danas, umesto velikih ratova, postoje oružani sukobi između „grupa” i civila, teroristički napadi na vojne ili civilne mete, oružani napadi na „civilne mete”... Pored svega, osim ratova čije definicije se mogu pronaći u knjigama i udžbenicima, vode se i drugi, moderni ratovi, poput informativnih ratova (*infowar*), hemijskih ratova...

Rat je, izgleda, jedna od onih reči kojoj se oblik u današnjim medijima i modernoj komunikaciji menja u odnosu na značaj koji mu pripisuju ti isti mediji. Tako rat može biti „vojna intervencija”, kao da je reč o malignom oboljenju koje treba odstraniti određenim oružjem koje nije skalpel, „sukob” – iako ovaj izraz podseća na nešto u čemu učestvuju ulične bande ili kriminalne grupe, a može se nazvati i minimalističkim jezikom, kako objašnjava Remondino – „oružano dejstvo”. I, na kraju, ako moderni ratovi zapravo nisu ratovi, već sukobi, napadi, intervencije ili oružana dejstva, zašto se na kraju svega sklapa primirje? I ko tačno s kim sklapa primirje? I da li se nešto promenilo na kraju, u odnosu na početak rata? Da li je dovoljno proglasiti „glavnog negativca” čijim će odlaskom ili ubistvom biti rešeni svi problemi, kao što je to bio slučaj sa Čaušeskuom (Ceausescu), Huseinom, Osamom Bin Ladenom, Slobodanom Miloševićem...?

Zanimljivo je i to da bombardovanje može biti *veliki ratni zločin*, ako je, na primer, reč o ruskom napadu na Čečeniju 1999. godine, a može biti i *oslobađanje*, u slučaju Vijetnama, Faludže ili Jugoslavije. To je, kako navodi Čomski, „doktrina dobrih namera”.

Svaki rat ima dve strane i dve tačke gledišta. Kako su nas učili kroz bajke i crtane filmove, a potom i kroz romane, filmove i informativne emisije za odrasle – rat čini borbu između Dobra i Zla. Pitanje je s koje strane se nalazi Dobro, a s koje Zlo. Ako se ovo pitanje postavlja medijima, odgovor uvek zavisi od toga na kojoj su strani mediji. I jedna i druga strana veruju da su samo one Dobro, a protivnici Zlo. Tu se možemo zapitati šta nije u redu s ovakvom podelom. Izgleda da ovakvo tumačenje ratova nije uvek logično, jednostavno, niti očigledno. Apsurd ili besmisao ove podele može se sagledati u svakom ratu, kroz dva različita novinarska izveštaja o istom događaju. Da li su Dobri oni koji se brane ili oni koji napadaju? Ako su Zli oni koji brane svoju teritoriju, na primer, kako se Dobrim mogu nazvati oni koji njih napadaju? I, na kraju, ako obe strane čine isto, kako bilo koja strana može biti Dobro? Sam rat je, u suštini, toliko prljav, razoran po ljude i planetu, da u njemu ne mogu učestovati Dobri. U ratu Dobar postaje Zao.

Ratovi se uvek vode *protiv* nekog ili nečeg ili *za* nekog ili nešto. Ne postoje isti ratovi, niti ratovi koje su zaraćene strane isto nazvale.

Pored promena u značenju pojedinih reči i pojmova, novi modeli ratova i ratovanja doneli su i novu komunikaciju u ovoj oblasti. Tako se određeni sukobi i ratovi predstavljaju kao „humani”, kako bi postali opravdani ili „dobronamerni”. Postoje mnogobrojni izrazi koji su skovani radi opravdanja pogrešnih ratnih planova, pogrešnih ciljeva i napada.

## Smrt kao opsesija u svim medijski žanrovima

Određeni oblici terorizma – naime, akcije kojima se želi dospjeti u javnost pomoću medijskog izvješćivanja – insceniraju se ciljano za medije. Teroristi znaju za sklonost novinara da informacije o dramatičnim i nasilnim događajima rado šire kao vijesti.

Kunczvik, Zipfel

Smrt u medijima i smrt van medija nije ista. O tome, nažalost, svedoče mnogobrojni primeri u svetu. Medijska smrt je dugotrajan proces koji ima prepoznatljive faze, skoro istovetne u svim medijima, samo im se predstave razlikuju. Za njih se koristi različita forma izražavanja, rečnik i tumačenja (opisi).

Smrt je, nažalost, veoma popularna tema u informativnim emisijama, koliko i u zabavnim. Od vesti do zabave, od kratke informacije do serijala o poznatima koji više nisu živi, pa čak i do egzekucije pred TV gledaocima. Mediji žive, kako navodi Bodrijar (Baudrillard), od „naslućivanja katastrofe, od slasne imanencije smrti” (Bodrijar: 58). Pretnja strahom od smrti čini se da je jača i od same smrti. Kako inače objasniti podelu na „vredne žrtve rata” i na one koje to nisu?

Rumunska revolucija i smrt pred kamerama stvorila je i otklon od realne smrti, tako što su mrtvi prestali da budu skandal onog trenutka kada su gledaoci namerno uvučeni u program nasilnog prikazivanja mrtvih pred kamerama. Uцена smrću i nasiljem postala je teža i gora od same smrti. Apsurdno je da je to odjednom postalo teatralno, filmsko i televizično, a ne životno. Danas se takvi događaji porede s filmom i zato se svuda traže iste scene, iste slike: ubijeni, konvoj izbeglih (nekada se dogodi da objavljeni snimci preduhitre eksploziju i smrt civila!), ruševine posle rata – sve to čini fotografije i TV kadrove dobrim i uspelim, a stvarnost filmskom i nestvarnom. Tako se skidaju odgovornost i težina s leđa gledalaca, no da li se brišu i iz života medijskih radnika?

Medijska slika često traži više nasilja, više krvi, zarad veće manifestacije moći, a potom zbog te prenatlaženosti postaje i sama diskreditovana. To je začarani krug medijski eksploatisanih ratova, konflikata, pa čak i same smrti.

Takođe, zanimljiva je i činjenica da se i poznatima ne dozvoljava da umru prirodno i da njihova smrt mora da bude i medijski zabeležena. Na neki način, oni se ponovo oživljavaju i sahranjuju jer je vest potrebna radi podizanja medijske gledanosti i tiraža, a njihov život postaje tema mnogobrojnih natpisa i tekstova koji izlaze u serijalima. Jedni ih pokopavaju, a drugi ih ponovo iskopavaju da bi ih dotukli ili medijski zakopali. „Pošto im nije uspelo ni simboličko ubistvo, ni rad žalosti, nije im dovoljno samo da drugi budu mrtvi, oni ih moraju još jednom iskopati da bi ih nabili na kolac – to je Karpantra kompleks (pored kompleksa Temišvara: televizijsko dočaravanje leševa), kompleks profanacije” (Bodrijar 1995: 30). Izgleda da život ne sme da se završi ako to mediji ne zabeleže ili ne isplaniraju.

U fokusu medija su i sahrane poznatih predsednika i učesnika rata i parade kojima se oni ispraćaju. Sve se opet završava u poluintrigantnim formama, kroz polutabloidne teme o tome ko je došao na sahranu, pa do toga ko je šta obukao na sahrani ili komemoraciji. Na ovaj način se tabloizira ne sam događaj, već i sama smrt i privatnost nečije porodice. Izgleda da poznati nemaju pravo na privatnost ne samo tokom života, već i posle smrti, kao ni njihova porodica koja postaje tema novinskih članaka, emisija ili čitavih serijala. I dalje se snimaju dokumentarne emisije, filmovi i serije, i dalje se bave životom ili tragičnim krajem stradalih u ratu, dajući samom sukobu i poginulima drugačiju notu.

I, na kraju, toliko nasilja u medijima svakako ostavlja raznovrsne posledice na publiku, a posebno na žrtve tog nasilja. Pored već jednom doživljenog nasilja, objavom iste priče i snimaka u medijima žrtve nasilja ponovo preživljavaju iste emocije, strahove i sve s čim su se već suočile. Slika mrtve osobe danima može biti na naslovnim vestima u medijima, iako to može da uznemiri porodicu žrtve. Isti je slučaj i sa žrtvom nasilja, koja posle objave opet može postati žrtva istog napadača. Dakle, „sekundarna viktimizacija” je nešto o čemu ne brinu ni novinari, ni mediji, niti kriminologija, a događa se svakodnevno.

Smrt na društvenim mrežama, nasilje, pozivanje na nasilje i organizovane napade, postali su veoma popularna tema početkom XXI veka. Koliko se TV stanice sve češće trude da izbegavaju direktno nasilje pred kamerama, toliko ova tema dobija sve više prostora na društvenim mrežama. Nasilje, bombaški napadi, pojedinačna ubistva i masovna ubistva, kao i scene iz rata, beležene privatnim mobilnim telefonima, ne samo da odlaze do Ju tjuba i društvenih mreža, nego imaju i veliki broj pregleda. S druge strane, potreba da se isprate dramatični događaji na ratištu ne može se uvek zadovoljiti, niti imati siguran medijski snimak. Zbog toga se planiraju događaji, samo za kamere, a vrhunac tog scenarija je egzekucija pred kamerama.

## LITERATURA

Barbulović, Jevtović, Lakićević, Popović (2004): Saša Barbulović, Zoran Jevtić, Radan Lakićević, Miodrag Popović, *Amnezija javnosti*, Beograd: autori i Grafo-komerc.

Bodrijar (1995): Žan Bodrijar, *Iluzija kraja*, prevod Branko Maširević, Beograd: Rad.

Kelner (2004): Daglas Kelner, *Medijska kultura*, Beograd: Clio.

Korni (1999): Daniel Korni, *Etika informisanja*, Beograd: Clio.

Kunczik, Zipfel (1998): Michael Kunczik, Astrid Zipfel, *Uvod u publicističku znanost i komunikologiju*, prevod Irena Martinović, Zagreb: Zaklada Friedrich Ebert.

Remondino (2002): Enio Remondino, *Televizija ide u rat*, redakcija prevoda Mila Samardžić, Elizabet Vasiljević, Beograd: Clio.

Hobsbaum (2008): Erik Hobsabaum, *Globalizacija, demokratija i terorizam*, Beograd: Clio.

Čomski (2007): Noam Čomski, *Imperijalne ambicije*, Novi Sad: Rubikon.

Čomski (2008): Noam Čomski, *Kontrola medija*, Novi Sad: Rubikon.



Danijela Pantić Conić  
Independent researcher  
Belgrade

## THE ROLE OF MEDIA IN CONFLICTS AND MEDIA OPSESSION WITH DEATH

*Summary:* Although *Iliad* and *Odyssey* are considered to be the first declarations of war, they cannot be compared to contemporary media announcements. Tendentious interpretations of war, with the purpose of gaining public support and interpreting history as appropriate to the government, is attributed to Alexander the Great. With the development of the press, newspapers and other media, journalists and reporters have become “accomplices” in war sufferings whose reports are used by governments as a part of military strategy. Nowadays there are several recognizable phases of warfare, which develop through different media and media formats, without which the wars themselves would not be as they are. Besides the disaster of war, suffering of both civilians and military personnel, which are increasingly being hidden from the public, the issue that media pay special attention to is – death. The attitude of the media towards this topic is contradictory – war is often depicted without mentioning bloodshed, but life and death are largely used to increase rating points. The death of civilians is used very tendentiously. If a war needs to be justified (declaration of war), columns of refugees will appear in the media as breaking news. As the war nears its end, the casualties are less likely to be mentioned. The number of casualties often varies and the information is generally not published in the media.

Media’s entry into the war made impossible to uncover the truth ever again. Nothing exists unless it has left a trace in the media or on social networks.

The goal of this paper is to draw attention to the role of the media in the warfare, from the announcement of the conflict, through the conflict itself, to the moment the conflict comes to its end and needs to be forgotten, in order to make room for the new one.

The paper raises the issue of the involvement of the media in war disasters and pleads for a truly humane treatment of all casualties of war.

*Keywords:* war, media, reports, death, civilians.