

VLOGA MEDIJEV IN PROPAGANDE V VOJNAH NA OBMOČJU  
NEKDANJE JUGOSLAVIJE*Marjan MALEŠIČ*Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede, Kardeljeva pl. 5, 1000 Ljubljana, Slovenija  
e-mail: marjan.malesic@fdv.uni-lj.si

## IZVLEČEK

*Avtor v prispevku analizira vlogo medijev in propagande med oboroženimi spopadi na območju nekdanje Jugoslavije v začetku devetdesetih let prejšnjega stoletja. Namen članka je preveriti, do kolikšne mere je bila vloga medijev pri spodbujanju sovražnosti med jugoslovanskimi narodi avtonomna in neodvisna, v kolikšni meri pa so bili le instrument nacionalistično usmerjenih političnih elit. Empirična analiza temelji na obširnem medijskem gradivu, v njeno izhodišče pa avtor postavi teoretični model za proučevanje propagande. Avtor opravi analizo vsebine medijskega poročanja, kar mu omogoči ilustrirati posamezne prvine teoretičnega modela z notoričnimi primeri iz prakse propagandnega medijskega delovanja. Empirična analiza zajema vsebino medijske propagande, njene diskurzivne in vizualne prvine ter kontekst, v katerem se udejanja.*

*Gljučne besede: propaganda, mediji, vojna, nacionalizem, vsebina in kontekst propagande, diskurzivne in vizualne prvine propagande*

IL RUOLO DEI MEDIA E PROPAGANDA NELLE GUERRE SUL TERRITORIO  
DI EX-JUGOSLAVIA

## SINTESI

*Autore analizza il ruolo dei media e propaganda nel conflitto armato sul territorio di ex - Jugoslavia all'inizio degli anni novanta del secolo scorso. Lo scopo di quest'articolo è analizzare il livello di autonomia e indipendenza dei media nel processo dell'istigazione alle ostilità tra le nazioni della Jugoslavia, e scoprire se e in quale misura essi siano stati soltanto uno strumento delle élites politiche. Analisi empirica si basa sul modello teorico per la ricerca di propaganda e sull'ampia documentazione dell'attività dei media. L'autore ha utilizzato analisi del contenuto del media reporting per illustrare elementi individuali del modello teorico con i casi noti dell'attività di propaganda mediatica. L'analisi empirica comprende il contenuto di propaganda mediatica, i suoi elementi discorsivi e visivi, e il contenuto nell'ambito del quale si sia svolta la propaganda.*

*Parole chiave: propaganda, media, guerra, nazionalismo, contenuto e contesto di propaganda, elementi discorsivi e visivi di propaganda*

## UVOD

Dvajsetletnica začetka vojne v Bosni in Hercegovini je bila spodbuda za ponovno razmišljanje o vlogi medijev in propagande v vojnah na območju nekdanje Socialistične federativne republike Jugoslavije (v nadaljevanju: Jugoslavije), pri čemer se osredotočamo na oborožena spopada, ki sta v letih 1991–92 in 1992–95 potekala na Hrvaškem oz. v Bosni in Hercegovini. Na tem vsebinskem področju smo v preteklih letih intenzivno raziskovali, tako smo oblikovali teoretični model za proučevanje propagande in izvedli več empiričnih analiz, kar predstavlja trdno podlago za izpeljavo poglobljene primerjalne analize.<sup>1</sup> Splošno vprašanje, ki usmerja analizo, se nanaša na vlogo medijev pri spodbujanju in zaostrovanju oboroženih spopadov, pri čemer preverjamo, koliko so bili mediji v tem razdiralnem procesu zgolj instrument političnih elit, koliko pa so delovali samostojno in neodvisno od njih. Specifična vprašanja, na katera v analizi iščemo odgovore, pa se nanašajo na prvine zgoraj omenjenega teoretičnega modela za proučevanje propagande, ki ga bomo predstavili v nadaljevanju.

V predvojnem obdobju so mediji na območju nekdanje Jugoslavije oblikovali izključujoč interpretacijski okvir, ki je popolnoma polariziral različne vrednote, stališča, ideje in njihove nosilce. Prostor za komuniciranje v jugoslovanski družbi se je drastično ožil, na koncu pa ga skorajda ni bilo več (Bašić, 1993). Mnenje enega naroda o drugih so mediji oblikovali na ekscesnih izjavah, dogodkih in procesih, saj so praviloma objavljali zgolj tiste novice, ki so utrjevale lastne medijske konstrukte. Prišlo je celo do medijske blokade, ki pa je bila bolj psihološka kot institucionalna, saj kljub prisotnosti nekaterih medijev iz drugih jugoslovanskih okolij večji del javnosti v posameznih republikah in avtonomnih pokrajinah ni želel brati/gledati/poslušati ničesar, kar je kvarilo njegovo predstavo o aktualnih družbenih vprašanjih, ki pa je bila praviloma rezultat izključujočega delovanja medijev v določenem okolju. Do izraza je prišla množična psihoza javnosti, ki je bila posledica intenzivne politične in varnostne socializacije, ki so jo tedaj izvajale politične strukture ter mediji. Hkrati se je uveljavila „mamilna vloga“ medijev, saj so po dolgotrajni „obdelavi“ javnosti, njeni pripadniki postali „zasvojeni“ – zahtevali so svojo „dnevno dozo“ ogroženosti, sovražnosti, strahu in maščevalnosti.

V izhodišču analize je pomembno ugotoviti, da so vojne na območju nekdanje Jugoslavije, še posebno na Hrvaškem ter v Bosni in Hercegovini, prežete z različnimi oblikami psihološkega bojevanja.<sup>2</sup> Njegovi učinki so vidni, ko govorimo o žrtvah, ki jih po mnenju sprtih strani v številnih primerih očitno ni bilo dovolj zgolj ubiti, ampak jih je

1 V raziskavah smo sodelovali Sandra Bašić, Igor Kotnik, Vlatko Cvrtila, Branko Milinković, Ljubica Jelušič, Zoran Krunić in Marjan Malešič.

2 Za boljše razumevanje besedila navedimo, da so v preteklih desetletjih države razvile bolj ali manj sistematične, celovite in dosledne strateške koncepte, kot so strategija posrednega nastopanja, konflikt nizke intenzivnosti, informacijsko bojevanje in javna diplomacija, ki se ukvarjajo z vprašanjem, kako z različnimi posebnimi oblikami delovanja na političnem, ideološkem, kulturnem, ekonomskem in informacijskem področju uresničiti pomembne nacionalne interese ter strateške cilje. Pomemben del teh konceptov je psihološko bojevanje, njegovo jedro pa je propaganda (več o informacijskem bojevanju gl. v Svete in Žabkar, 2006).

bilo treba izmaličiti in s tem zastrašiti nasprotno stran. Množičen eksodus ljudi z njihovih domov je prav tako imel psihološke učinke, tako za same begunce in notranje razseljene osebe kot tudi za okolje, v katero so se zatekli in v katerem so ljudem, ki so v strahu pričakovali podobno usodo, pripovedovali svoje tragične vojne izkušnje. Spodbujevalec psiholoških učinkov so bile različne oblike ekonomskega bojevanja, ki so zmanjševale tako obrambno zmogljivost skupnosti kot možnosti njenega preživetja v vojni. Psihološke učinke je spodbujalo tudi obsežno in sistematično rušenje kulturnih spomenikov, kot so cerkve, samostani, muzeji, knjižnice, stara mestna jedra ipd., ki je bilo ena od specifičnih značilnosti obravnavanih vojn. To je vsekakor negativno vplivalo na javnost, saj uničevanje kulturnih spomenikov, ki so vidni znaki tradicionalnih družbenih vrednot, ustvarjalnega in estetskega potenciala ter zgodovinskih mitov in realnosti, globoko zareže v eksistenčno bit ljudi, kar povzroča ter povečuje njihovo frustriranost (Bašić, 1997). Svoj prispevek k psihološkemu bojevanju so prek izvajanja vojne propagande prispevali tudi mediji, katerih delovanje bo predmet naše analize. Propagandno-psihološki učinki delovanja medijev so služili mobilizaciji za vojno oz. zastraševanju, glorifikaciji oz. demonizaciji, opravičevanju oz. obtoževanju.<sup>3</sup>

## METODOLOGIJA ANALIZE

Delovanje medijev v vojni na Hrvaškem smo proučili z metodo analize vsebine, ki je zajela hrvaška in srbska tisk ter televizijo. V vzorec analize smo vključili 213 prispevkov, objavljenih v tiskanih medijih v obdobju 1. avgust 1991–31. januar 1992. Merili smo pogostost pojavljanja izbranih pomenskih objektov (vojna, konflikt, agresija, napad, obramba, orožje, streljanje, uničevanje, nasilje, premirje, Jugoslavija, Hrvaška-Hrvati, Srbija-Srbi, Vukovar, Tuđman, Milošević ipd.) in opisali vsebinski kontekst, v katerem so se pojavljali.<sup>4</sup> Pomenske objekte smo izbrali na podlagi pilotne analize manjšega števila člankov, kriterija za izbor pa sta bila vojna tematika in pogostost pojavljanja. V istem obdobju smo analizirali tudi 27 televizijskih dnevnikov hrvaške televizije in primerljiv vzorec oddaj srbske televizije, ki so naslavljale vojne teme.

Poleg tega smo Izvedli kvalitativno analizo sporočil, ki so jih hrvaški in srbski mediji objavljali v zvezi z vojno v Bosni in Hercegovini, in sicer tiskane medije v obdobju januar–maj 1993 (skupno 278 prispevkov) in osrednje televizijske dnevnike obeh nacionalnih televizij v obdobju februar–april 1993 (skupno 66 televizijskih dnevnikov). Predmet proučevanja je bila z vojno povezana medijska propaganda, zanimalo pa nas je predvsem, kako so bili mediji uporabljeni za prenos sporočil domači javnosti, kako so zaznavali in interpretirali vojno ter kako so opravičevali vpletenost držav v vojno oz. opisovali njuno vlogo v njej. Pri izvedbi kvalitativne analize smo se želeli izogniti nevarnosti

3 Ne želimo trditi, da v medijski krajini niso delovali tudi mediji, ki so vojni nasprotovali, opozarjali na njeno nesmiselnost in uničevalnost, pozivali k prenehanju sovražnosti in pogajanjem, vendar je bil njihov vpliv omejen. Njihovo vlogo in doseg bo treba celovito ovrednotiti v nadaljnjih raziskavah.

4 S statističnimi podatki se v članku ne bomo podrobno ukvarjali, vendar je analiza pokazala, da je bila pogostost ključnih pomenskih objektov v hrvaških in srbskih medijih, upošteva je določene razlike v vzorcu, zelo podobna, vendar pa je bila njihova interpretacija diametralno nasprotna.

subjektivnega pristopa na škodo objektivnosti raziskovanja. Kot rečeno, smo v izhodišče analize postavili teoretični model propagande in se uprli skušnjavi, da izpolnimo svoj model z izbiranjem tistih delov objavljenih medijskih sporočil, ki se ujemajo z modelom, druge dele sporočila pa zanemarimo. Seveda pa je za objektivnost raziskovanja še večja ovira, če modela v izhodišču nimamo, saj raziskavo končamo z izsledki, ki odslkavajo izkušnjo konkretnega medijskega okolja in niso primerni za izvajanje splošno veljavnih sklepov. Rešitev smo našli v oblikovanju ohlapnega, vendar teoretično trdnega modela, ki je dovoljeval vključevanje novih propagandnih prvin, če jih medijska resničnost ponudi. Objektivnost raziskovanja smo želeli povečati tudi z reprezentativnim vzorcem medijev, ki so razširjali propagando.

### NACIONALISTIČNA POLITIKA IN MEDIJI

O pomenu politike, medijev in propagande v vojnah na območju nekdanje Jugoslavije so poročali mnogi zunanji opazovalci dogodkov in še posebno akterji pri iskanju možnosti za zaustavitev oboroženih spopadov ter vzpostavitev miru. Holbrooke (1998, 22–23) je kritičen do avtorjev, ki oborožene spopade med Srbi, Hrvati in Bošnjaki postavljajo v kontekst zgodovinskih zamer in sovraštva, ter opozarja, da so ljudje različnih narodnosti in veroizpovedi pred vojno živeli v slogi. Meni, da je bila jugoslovanska tragedija posledica neodgovornih, celo kriminalnih politikov, ki so etnična nasprotja spodbujali v svojo osebno, politično in finančno korist. In namesto da bi v Jugoslaviji v obdobju po Titu reševali konkretne probleme, so njene narode pahnil v vojno. Holbrooke (1998, 24) navaja Zimmermanna, zadnjega ameriškega veleposlanika v Jugoslaviji, ki pravi, da tisti, ki menijo, da je „stara balkansko sovraštvo“ vzrok za nasilje in uničenje države, pozabljajo na moč televizije v rokah „uradnega rasizma“. Čeprav je bila zgodovina v Jugoslaviji Pandorina skrinjica etničnega sovraštva, je bil potreben Milošević in Tuđmanov institucionalizirani nacionalizem, da je prišlo do izbruha nasilja. Jugoslavija je imela nasilno zgodovino, vendar pri tem ni bila izjema. V njenem primeru smo bili priča nacionalizmu, ki je z vrha navzdol izzival nasilje, predvsem prek zlorabe televizije. V tem procesu so bili politični voditelji kriminalci, ki so prek televizije in drugih medijev virus etničnega sovraštva kot epidemijo širili po celotni državi in cele generacije Srbov, Hrvatov in Bošnjakov razvneli k sovraštvu do svojih sosedov. Podobno je ugotavljal tudi Malcolm (cit. po Holbrooke, 1998, 24), ki pravi, da je ob gledanju srbske televizije v obdobju 1991–92 lahko razumel, zakaj so bosanski Srbi verjeli, da jih ogrožajo ustaške horde, fundamentalistični pripadniki džihada ali kdor koli drug, saj je to tako, kot če bi televizijsko poročanje v ZDA prevzel Ku Klux klan.

Tudi Jović (2003, 13-15) meni, da se Jugoslavija ni zadušila v etničnem sovraštvu njenih narodov in pod težo ekonomskih problemov, tudi ne zaradi zunanjih pritiskov, ampak je odmrta postopoma, zato ker je bila decentralizirana in je oslabil funkcije države do te mere, da je postala nemočna pri obvladovanju zunanjih in notranjih izzivov. Naposled je strah enega naroda pred drugimi povzročil psihozo, ki je imela za posledico agresijo, ki je države, tako stara razpadajoča kot novonastale, zaradi svoje šibkosti niso mogle zaustaviti. Na tej točki so svojo vlogo odigrali tudi mediji, ki so bili v Jugoslaviji

v mnogo boljšem stanju, kot v drugih socialističnih državah, vendar so kljub temu klonili pod nacionalističnimi pritiski.

Galtung (cit. po Traynor, 1992) je ugotavljal, da sta se tako v Beogradu kot v Zagrebu v vojno hujskaštvo usmerjena režima že od začetka zavedala pomembne vloge televizije pri vodenju vojne. Prevzela sta popoln nadzor nad tem ključnim medijem ter širila laži, izmišljotine in propagando, da bi vplivala na občutke javnosti ter si zagotovila njeno podporo. Prikazovanje izmalichenih žrtev je služilo vzbujanju strahu, sovraštva, histerije in krvoželjnosti na obeh straneh etnične meje. Televizija je po njegovem mnenju postala ključen element razpihovanja srbsko-hrvaške vojne.<sup>5</sup>

Tudi Owen (1995) že prve stavke svoje knjige *Balkanska odisejada* nameni zgodovini in propagandi, saj pravi, da na Balkanu ni nič preprosto, zgodovina prevladuje nad vsem, različne zapletenosti pa begajo še tako pozorno proučevanje. Owen nadaljuje, da nikoli prej v več kot tridesetih letih javnega službovanja ni deloval v takem vzdušju nespoštovanja, propagande in pretvarjanja. Veliko ljudem, s katerimi se je ukvarjal v nekdanji Jugoslaviji, je bila resnica tuja. Mazowiecki, posebni odposlanec Združenih narodov za človekove pravice na območju nekdanje Jugoslavije, je ugotavljal, da je bila večina medijev neposredno ali posredno nadzorovana s strani vlad ali vladajočih strank. Že na samem začetku konflikta je bila prevladujoča značilnost medijskega poročanja nacionalistična retorika in uničevalni napadi, usmerjeni proti drugim narodom (cit. po Milinković, 1997, 165). Nacionalistične oblasti so preprečevale medijski pluralizem in ustvarjale ugodne razmere za promoviranje svojih vojnih ciljev.

Podobno kot zgoraj navedeni avtorji razmišlja še eden od pričevalcev jugoslovanske zgodbe, Day (1995, 81), ki meni, da se v redkih primerih dejstva in fantazija mešata tako prosto kot v nekdanji Jugoslaviji. Zgodovinska in družbena dejstva so sprte strani selektivno preurejale, jih potegnile iz konteksta in jih uporabile za izvajanje propagande, in kot da to ne bi bilo dovolj, so potem tudi zahodni mediji, lačni senzacionalističnih slik in zgodb, to mitsko sodobno folkloro predvajali ter širili v svojih okoljih. Po njegovem mnenju sta bili v zvezi z vzroki vojn na območju nekdanje Jugoslavije v obtoku dve ključni tezi. Prva je, kot smo že omenili, predpostavljala, da je vzrok za vojne v trdoživem etničnem sovraštvu, druga pa jo je razlagala v kontekstu spopada civilizacij.<sup>6</sup> Day (1995, 82) ne sprejema nobene od teh tez, ki sta ju po njegovem mnenju pograbila propagandna stroja predsednikov Miloševića in Tuđmana. Po Dayevem mnenju je vzroke za vojne iskati v brezupnih gospodarskih razmerah in neučinkovitih državnih institucijah, ki so jih prevzeli brezvestni, nemoralni ter oblasti žejni populistični politiki.

5 Ob tej ugotovitvi lahko potegnemo zanimivo zgodovinsko vzporednico, saj je v zvezi s tiskom podobno ugotavljal že Lev Davidovič Trocki (1989, 70–71), ki je ob izbruhu 1. balkanske vojne leta 1912 opravljal službo dopisnika časopisa *Kijevskaja Misl* iz Beograda. Trocki je poročal, da je v Beogradu v tistem času izhajalo 14 dnevnih časopisov, ob čemer je treba poudariti, da je imelo mesto tedaj okoli 80.000 prebivalcev, 80 % prebivalstva Srbije, ki je tedaj štelu okoli 3 milijone, pa je bilo nepismenega. Novinarstvo je kljub temu v družbi igralo pomembno vlogo, saj je bilo politično življenje zelo razgibano. Tako v Srbiji kot Bolgariji, pravi Trocki, je bil tisk eden ključnih dejavnikov pri oblikovanju psiholoških predpogojev za vojno. Entuziazem ljudi za vojno se je prenesel na visoko moralo vojske, kar je bilo za zmago balkanskih zaveznikov v vojni prav tako pomembno kot temeljito vojaško načrtovanje.

6 Gl. na primer znano Huntingtonovo (1992) delo *The Clash of Civilizations* (Spopad civilizacij).

Soroden argument ponudi tudi Woodward (1995, 15-16), ki meni, da je dejanski vir jugoslovanskega konflikta dezintegracija oblasti ter zlom politične in državne ureditve, kar je bil dolgotrajen proces. Ni pa konflikt proizvod zgodovinskih sovražnosti in ne pomeni vrnitve v preteklost, ampak je posledica preobrazbe iz socialistične družbe v tržno gospodarstvo in demokracijo. Kritična prvina razpada Jugoslavije je bilo ekonomsko nazadovanje, ki je bilo posledica programa reševanja zunanje dolžniške krize. Varčevalni ukrepi in upadanje življenjskega standarda so prizadeli socialno državo in posledično socialno varnost posameznika in družine. K razpadu Jugoslavije pa so prispevali tudi zunanji dogodki, saj je prišlo do razpada obstoječe mednarodne ureditve. Paradoksalno je, da so nacionalistični politiki uspeli mobilizirati podporo za svoje ideje zaradi procesa demokratizacije, ki je omogočil oblikovanje družbenih gibanj, parlamenta, svobodo govora in tiska, tekmovanje za glasove volivcev in spoštovanje človekovih pravic. Hitrost eskaliranja sovražnosti je bila vsaj deloma posledica na novo uveljavljene svobode govora in tiska, ki je medijem omogočila, da so se neodgovorno poigravali z aktualnimi strahovi, zgodovinskim spominom in emocijami ljudi (Woodward, 1995, 380).

Silber in Little (1996, 24) se strinjata, da vojne v Jugoslaviji niso bile „zgodovinsko neizbežne“ oz. proizvod neke neustavljive sile, saj bi to pomenilo, da zanjo nihče ni kriv. Zаметke vojne vidita v vzponu srbskega nacionalizma sredi osemdesetih let prejšnjega stoletja in hujskaški Miloševićevi politiki. Slednji je nacionalizem zavestno uporabil kot orodje za doseg oblasti in za okrepitev nadzora nad Srbijo in kasneje še Jugoslavijo, saj je s svojim centralističnim, samovoljnim in nedemokratičnim vodenjem ter politiko podpihovanja nestrpnosti med narodi, drugim narodom v Jugoslaviji poslal jasno sporočilo: „ali ostanete v Jugoslaviji pod mojimi pogoji ali pa se boste zapletli v vojno s Srbijo“ (Silber in Little, 1996, 25). Vendar pa avtorja ne želita krivde za vojno v celoti zvaliti na Miloševića, saj je bilo po njunem mnenju „udeležencev jugoslovanskega pohoda v vojno“ veliko v vseh jugoslovanskih narodih. Podobno razmišlja Meier (1996, 12), ki razloge za nasilen razpad Jugoslavije vidi v odmiku Srbije od temeljev enakopravnosti, demokracije in strpnosti. Odgovorno je tudi jugoslovansko vojaško poveljstvo, ki je Slovenijo razglasilo za sovražnico in je s svojo ošabnostjo moči preizkušalo trdnost zvezne države prek sprejemljivih meja. Poleg intrig vojaškega vrha pa je treba krivdo za razpad Jugoslavije pripisati tudi večini „funkcionarskega razreda“ po vsej Jugoslaviji, saj je bila nenaklonjena političnim in gospodarskim reformam ter demokratičnemu odpiranju.

Gheorghiu (1998) je v poročilu Natovi Severnoatlantski skupščini prav tako opozoril, da so nekdanji komunistični veljaki v Jugoslaviji že nekaj let pred izbruhom oboroženih spopadov izvajali vse močnejši nacionalistični pritisk na državljane. Mitološko glorificiranje preteklosti je ustvarilo distanco med narodi in etničnimi skupinami, na koncu pa je v medijih prebujeni nacionalizem privedel do vojne.<sup>7</sup> Mediji so postali „bojevnik“, smrtonosna sila, ki je generirala strah in sovraštvo.

Analiza navedenih pričevanj pokaže bolj ali manj jasen vzorec delovanja politike in zlorabe medijev za spodbujanje sovraštva med narodi nekdanje Jugoslavije. Njihova pri-

7 Južnič (1993, 275) meni, da nam prav balkanska situacija kaže, kako se v konfliktu etnična distanca povečuje in kako se krepijo občutki etnične pripadnosti.

merjava pokaže, da dajejo „praktiki“ (mirovni posredniki, uradni poročevalci in novinarji) pri razpadu države in razvoju konfliktov večji poudarek vidnim zunanjim manifestnim pojavom, kot so vedenje politikov in delovanje medijev, medtem ko „teoretiki“ (raziskovalci in analitiki) za te razdiralne procese iščejo tudi globlje razloge, ki jih najdejo v gospodarskem nazadovanju, razpadu državne oblasti in temeljitih spremembah v mednarodnemu okolju.

## TEORETIČNI MODEL ZA PROUČEVANJE PROPAGANDE IN EMPIRIČNI IZSLEDKI

V nadaljevanju bomo utemeljili model za proučevanje propagande, orisali njegove prvine in jih ilustrirali z empiričnimi ugotovitvami, ki jih je prinesla analiza vsebine medijskega poročanja v času oboroženih spopadov na območju nekdanje Jugoslavije. Propagando lahko opredelimo kot načrtovano, namerno in sistematično komunikacijsko prizadevanje, ki je usmerjeno v oblikovanje zaznav, manipuliranje dejstev ter organiziranje vedenja javnosti skladno z interesi in namerami propagandista oz. propagandne organizacije. Pri izdelavi modela za proučevanje propagande smo se oprli na dela Daughertyja in Janowitz (1960), ki sta propagando obravnavala kot del psihološkega bojevanja, Splichala (1975), ki je opozoril na ideološko rabo jezika v propagandne namene, Curtisove (1984), ki je obravnavala delovanje medijev konkretnem konfliktu, Jowetta in O'Donnellove (1992), ki sta vzpostavila razliko med prepričevanjem in propagando, pri čemer slednja vsiljuje poglede, manipulira z javnostjo in selektivno nadzira pretok informacij ter na nekatere druge avtorje. Refleksijo empiričnih rezultatov v luči teorije je omogočilo tudi delo Gilboa (2002), ki je opozoril, da sodobni mediji spreminjajo upravljanje, razreševanje in preoblikovanje notranjih in mednarodnih konfliktov. V tem procesu lahko mediji prispevajo k reševanju konfliktov ali ga ovirajo, pri čemer lahko delujejo kot avtonomen in neodvisen vplivni akter ali kot orodje v rokah protagonistov, pogajalcev in posrednikov. Pomagali smo si tudi z analizo Rojeckega (2002), ki meni, da so znanstveniki razvili tri splošne teoretične odgovore o delovanju medijev v novem političnem okolju (1.) nadaljevanje hegemonije elit, ki pa spreminjajo strategijo nadzora nad mediji, (2.) konflikt med elitami, ki se odraža tudi v delovanju medijev, (3.) povečevanje moči medijev, saj je elitam v odsotnosti hladne vojne težje demonizirati svoje sovražnike.

Teoretični model, ki usmerja našo analizo, vsebuje tri skupine prvin in sicer **vsebinske** (povezava med propagando in ideologijo, v konkretnem primeru vojn na območju nekdanje Jugoslavije predvsem med propagando ter nacionalizmom, reinterpretacijo zgodovine in religijo, rutinske laži, kolektivno in selektivno izgubo spomina, (de)konstrukcijo nacionalnega spomina, opredelitev „drugega“, klasično (kruto) propagando in protipropagando), **diskurzivne in vizualne** prvine (uporaba jezika v propagandni namen, kritičnost do vira informacij, ikonografija, sidranje vizualne in tekstualne informacije) in **kontekstualne** prvine (okolje propagande, javnost in prepoznavanje ključnih propagandistov oz. strukture propagandne organizacije). Nujno je poudariti, da je iz analitičnih razlogov posamezne prvine modela smiselno obravnavati ločeno, medtem ko se v propagandni praksi različne prvine med seboj prepletajo in dopolnjujejo. Poglejmo podrobneje

teoretično zamejitev posameznih prvin in njihovo empirično utemeljitev na podlagi izkušenj iz hrvaške in bosansko-hercegovske vojne.

## VSEBINA MEDIJSKE PROPAGANDE

**Propaganda in ideologija.** Jowett in O'Donnell (1986, 154) navajata Keckskemetija, ki opozarja na povezanost ideologije in propagande. Ideologija občinstvu zagotavlja vseobsegajoč konceptualni okvir za razumevanje ter ukvarjanje s socialno in politično stvarnostjo. Pri proučevanju ideoloških temeljev propagande smo pozorni na skupek prepričanj, vrednot, vedenj in odnosov, kot tudi načinov zaznavanja ter razmišljanja, glede katerih je doseženo soglasje do točke, na kateri oblikujemo skupek norm, ki narekujejo, kaj je v določeni skupnosti zaželeno in kaj ne. Nameni propagande so lahko različni, ključno pa je, da javnost sprejme propagandistovo ideologijo. Splichal (1975, 7) ugotavlja, da sta za razmah propagande pomembni dve revoluciji, in sicer industrijska in buržoazna. S prvo je prek tehničnih izumov povezan nastanek množičnega komuniciranja, z drugo pa nastanek množičnih ideologij. Očitno povezavo med ideologijo in propagando prvič opazimo v francoski buržoazni revoluciji: odtlej je ta povezava temelj propagandne dejavnosti.<sup>8</sup> Ellul in Domenach (cit. po Splichal, 1975, 13) menita, da je obstoj družbenih (nacionalnih) mitov in ideologij nujen pogoj za razvoj propagande oz. da propaganda za svoj razvoj potrebuje ideološko okolje. Miti in ideologija združujejo državljane v skupni viziji prihodnosti.

V procesu razpadanja nekdanje Jugoslavije je ključno vlogo pri oblikovanju propagandnih sporočil igrala ideologija nacionalizma, ne smemo pa zanemariti vloge religije, ki je v veliki meri vplivala na zavest o civilizacijski pripadnosti narodov in reinterpretacije zgodovine, ki je pretekle dogodke, kraje ter osebnosti postavila v bistveno drugačen zgodovinski kontekst, kot je bilo značilno za čas pred tem. Eyal (1992, 82) je ugotavljal, da je za Balkan značilna zelo nevarna kombinacija konfliktov, določenih z izključujočimi se ozemeljskimi zahtevami in zgodovinskimi trditvami, ki so bile vstavljene v nacionalistične ideologije. Na ozemlju, katerega meje se sorazmerno hitro spreminjajo in kjer je zgodovinsko opravičevanje teh sprememb odvisno od zornega kota presoje ključnih akterjev, je vsaka nacionalistična zahteva že po naravi stvari na škodo drugih narodov. Položaj še bolj zaostreuje težnja nekaterih narodov na Balkanu, da zgodovinske in nacionalne argumente spreminjajo tako, da ustrezajo aktualnim okoliščinam ter potrebam. Gre sicer za vsebinsko in geografsko posplošen argument, ki reproducira pogled Zahoda na jugovzhodno Evropo, vendar nekateri primeri opisani v nadaljevanju argumentu pritrjujejo. Vsekakor gre za proces, ki presega izkušnjo jugoslovanskega konflikta in je prisoten v večjem delu Vzhodne posocialistične Evrope. Južnič (1993, 269) v tem kontekstu s pomočjo drugih avtorjev opozarja na dejstvo, da politični voditelji, posebno nacionalistično usmerjeni, radi projicirajo etnično dejanskost daleč v preteklost. Taka transpozicija, pomešana z ideologijo agresivnega nacionalizma, je značilna za prostor in čas, ki ga prou-

8 Pred tem je propaganda temeljila predvsem na religiji. Leta 1622 je papež Gregor XV. ustanovil poseben kolegij, katerega naloga je bila širjenje katoliške vere. Ime kolegija je bilo *Sacra Congregatio Christiano Nomini Propaganda* ali tudi *Sacra Congregatio de Propaganda Fide* (Splichal, 1975, 12; Wilke, 1998, IX). Beseda propaganda izhaja iz latinske besede *propagare* in pomeni razširjati, razmnoževati, krožiti.



čujemo, in bi jo lahko poimenovali tudi z izrazom retribalizacija oz. politika zatekanja k idolom plemena.

Srbske oblasti so tako opravičevale vključenost Kosova, ki je večinsko poseljen z albanskimi prebivalci, v Srbijo z zgodovinsko nujnostjo, saj je Kosovo „zibelka srbskega naroda“. Na drugi strani pa so poskus pripojitve ozemelj, ki so pripadala drugim narodom (na Hrvaškem ter v Bosni in Hercegovini) in niso bila nikoli srbska, opravičevale po načelu obrambe nacionalnih meja. Med vojno na Hrvaškem je srbsko vodstvo nenehno oživljalo izkušnjo srbskega naroda iz 2. svetovne vojne in to uporabilo kot opravičilo za boj proti Hrvatom, ki so jih označevali kot genocidni narod. Na drugi strani pa je na Hrvaškem potekala reinterpetacija zgodovine, ki je želela zmanjšati zlo, ki so ga povzročili Paveličevi ustaši.<sup>9</sup> Tudi Macdonald (2002, 98) ugotavlja, da Srbija ni bila edina, ki je reinterpetirala zgodovino, saj so tudi hrvaške oblasti na podlagi mitologije, zgodovine in religije Hrvaško prikazovale kot civilizirano, miroljubno, prosvetljeno ter zahodnjaško, za razliko od Srbije, ki naj bi bila manj prosvetljena država, ki pripada inferiornemu vzhodnemu civilizacijskemu krogu.

Na drugi strani pa je treba priznati, da so bile po razpadu jugoslovanskega socialističnega sistema določene reinterpetacije zgodovine nujne, saj je uradna politika prejšnjega režima namerno ignorirala številna zgodovinska dejstva ali pa jih je interpretirala in prilagodila svojim ideološkim ter političnim potrebam. Ker gre tak poseg običajno v drugo skrajnost, se začaran krog reinterpetacije zgodovine nikoli ne prekine. Za to območje je značilno tudi ustvarjanje mučenicov, čaščenje obletnic nepomembnih vojaških zmag, spreminjanje imen ulic in naselij ter oblikovanje novih nacionalnih in političnih simbolov, kar je posledica reinterpetacije zgodovine, ki naj služi dnevopolitičnim potrebam. K temu bi lahko dodali še obsedenost z nacionalno enotnostjo, ki je tudi značilna za ta prostor in izključuje kompromis, kar je v razmerah etnične raznolikosti pogubna politika. V tem kontekstu je bila tudi decentralizacija razumljena kot znak šibkosti in je bila videna kot prvi korak k razpadu skupne države.

Analiza vsebine medijskega poročanja razkrije, da je povezava med propagando in ideologijo v srbskih televizijskih dnevnikih več kot očitna. Najpogostejša je v tem kontekstu povezava med propagando in nacionalizmom, saj so se na televiziji pogosto pojavljali naslednji slogani: vsi Srbi morajo živeti v eni državi, v tej vojni se Srbi borijo za preživetje, Srbi branijo svoje eksistenčne interese, srbski narod bo ostal ena celota, srbski narod ne sme postati manjšina v kateremkoli delu Jugoslavije, Srbi se nikoli ne umikajo pred grožnjami kogarkoli, celotnemu srbskemu narodu grozi uničenje. Teza o ogroženosti srbskega naroda, še posebno, če ne bodo vsi živeli v eni državi, je srčika propagande, ki so jo izvajali politične strukture in mediji, hkrati pa je pri politikih veliko sklicevanja na srbski nacionalni značaj in na srbski narod kot skoraj metafizično entiteto (narod bo povedal, narod tega ne bo sprejel, narod tega ne bo dovolil ipd.). V medijskem poročanju je bila zelo prisotna povezava med propagando in religijo: Srbi v Bosni in Hercegovini

9 Znano je manipuliranje nekaterih hrvaških zgodovinarjev s številom žrtev ustaškega taborišča v Jasenovcu. Tudi sicer sta sprti strani sebe prikazovali kot največjo žrtev 2. svetovne vojne in to naj bi se ponavljalo na začetku devetdesetih let prejšnjega stoletja (Macdonald, 2002, 160).

so prisiljeni sprejeti katolicizem oz. islam ali pa se izseliti; če bi uveljavili mirovni načrt mednarodne skupnosti, bi dve tretjini Srbov v Bosni in Hercegovini živeli pod islamsko vladavino; Srbi se borijo proti islamskemu fundamentalizmu. Pogosto je zaznati razširjanje panpravoslavnega občutja, ki naj srbski narod civilizacijsko poveže z religiozno sorodnimi narodi, predvsem z ruskim narodom. Svojo vlogo v procesu izvajanja propagande je opravila tudi reinterpretacija zgodovine, saj televizija pogosto povezuje Hrvate in Muslimane z nacizmom ter Hitlerjem, prisotne so primerjave med položajem Judov med 2. svetovno vojno in položajem Srbov v vojnah na ozemlju nekdanje Jugoslavije, poudarjajo se zgodovinske vezi med Srbi in Rusi ter obujajo slavne zgodovinske bitke srbskega naroda in iščejo vzporednice z novodobnimi bitkami. Televizija v svojem poročanju zatrjuje, da se je etnično čiščenje proti Srbom na tem prostoru začelo že med 2. svetovno vojno, zdaj pa se nadaljuje (Dnevnik RTS, 27. februar 1993).

Poročanje srbskih tiskanih medijev je v splošnih izsledkih zelo podobno kot pri srbski televiziji, saj je tudi tu povezava med ideologijo in propagando očitna. Spet je ospredju nacionalistična ideologija: vojna je usoda celotnega srbskega naroda, Srbi ne priznavajo umetnega muslimanskega naroda, boriti se je treba za skupne cilje srbskega naroda, Srbov v Bosni in Hercegovini nikoli več ne bodo obravnavali kot sužnje. Prisotno pa je tudi opisovanje nacionalnega značaja Srbov, ki so prikazani kot čustveni in hrabri ljudje, pripravljeni na žrtvovanje, medtem ko imajo srbski vojaki zelo visoko moralo. Povezava med propagando in religijo prinaša „ugotovitve“, da so Muslimani v bistvu Srbi islamske vere, da vodijo džihad (sveto vojno) proti srbskemu narodu in da je vojna uresničevanje verskega fanatizma. Tudi v tiskanih medijih je prisotno spodbujanje panpravoslavja ter racionalizacija vojne in srbskega vojaškega prizadevanja na verski podlagi, največkrat kot boj proti islamskemu fundamentalizmu. Pri reinterpretaciji zgodovine je opaziti sklicavanje na kosovsko bitko v letu 1389 ter na bitke iz 1. in 2. svetovne vojne, ki naj dajo legitimnost srbskim prizadevanjem v času vojne v Bosni in Hercegovini. Preberemo tudi, da imajo Srbi v Bosni in Hercegovini priložnost napisati nove slavne strani srbske zgodovine, pri čemer se mediji sklicujejo na tradicionalno srbsko dostojanstvo. Prisotno je tudi povezovanje dogodkov iz 2. svetovne vojne z aktualnimi: na Hrvaškem plapolajo ustaške zastave, ponovno je bil vzpostavljen ustaški režim – in Srbi naj živijo v taki državi, se sprašujejo mediji ter odgovarjajo, da je to podobno, kot če bi od Judov zahtevali, naj živijo v Hitlerjevi Nemčiji, pod zastavo s svastiko.

Hrvaški mediji so opozarjali na po njihovem mnenju privilegiran položaj srbskega naroda v Jugoslaviji in še posebno na Hrvaškem. Poudarjali so pravico do lastne nacionalne države, kot „tisočletnega sna“ hrvaškega naroda. Hrvaška je bila napadena in se brani pred srbsko agresijo. Hrvaška televizija hkrati poudarja, da Hrvati že stoletja živijo v Bosni in Hercegovini ter da so „ustavni narod“, ki živi na hrvaškem etničnem ozemlju. Televizija širi prepričanje, da sta muslimanski in hrvaški narod zgodovinsko prijateljska naroda, hkrati pa opozarja, da so hrvaški domovi požgani in uničeni ter da Hrvati živijo pod strašnim nacionalističnim in religioznim pritiskom – islamski fundamentalizem<sup>10</sup> in verska nestrpnost do Hrvatov v Bosni in Hercegovini naraščata.

10 V bistvu gre za širši sodobni diskurz o muslimanih kot o evropskih 'drugih' in 'drugih' na sploh.

Hrvaški tisk v okviru povezav med ideologijo in propagando v veliki meri uporablja religijo (simbolna uporaba verskih izrazov ter oznak za dokazovanje islamskega fundamentalizma; nemuslimanski šolarji morajo izbrati med islamiziranjem in nevednostjo; vedno večji vpliv islamskega fundamentalizma v Evropi; muslimanski bojevniki so uporabljali podobe in slike ajatola Homeinija, Sadama Huseina in drugih; Bosna in Hercegovina kot islamska država; preden so pred stoletji Turki prišli v državo, so bili tu zgolj katoliki in majhno število pravoslavcev). V poročanju sta prisotna tudi propaganda in reinterpretacija zgodovine (Hrvati in Muslimani nikoli niso bili naravni zavezniki niti niso v preteklosti sestavljali politične koalicije; nad nesrbskimi narodi je bil med 2. svetovno vojno izveden genocid; opozorila hrvaški inteligenci, naj se nauči zgodovinske lekcije; Hrvati so trpeli skozi celotno bosansko zgodovino) ter propaganda in nacionalizem (Muslimani in Hrvati so drugorazredni državljani; Muslimani so podvrženi kronični krizi identitete; Hrvati se bojijo muslimanske „države državljanov“ in njihove „biološke bombe“).

Glede odnosa Hrvatov in Srbov, ki so živeli na Hrvaškem, so mediji ugotavljali, da so korenine konflikta, zgodovinsko gledano, izjemno globoke, hkrati pa so opozarjali, da sta med obema narodoma nespravljive civilizacijske in verske razlike.

V manjši meri je bila propaganda povezana tudi z nekaterimi drugimi ideološkimi prvinami in ne zgolj z nacionalizmom, ki je bil izrazito prevladujoč. JLA je zagovarjala ohranitev socialističnega sistema, tudi srbske oblasti so obstoječi sistem želele blago reformirati, ne pa odpraviti. Posebno za JLA velja, da je bila v vojnah na območju nekdanje Jugoslavije v veliki meri instrumentalizirana za uresničevanje srbskih interesov, to podjetje pa je med drugim temeljilo na prvinskem strahu JLA pred temeljitimi družbenimi spremembami. Pripadnikom JLA, ki so bili v veliki meri indoktrinirani, uradno ni bilo dovoljeno spremljati drugih medijev kot zgolj tistih, ki so jih nadzirale srbske in vojaške oblasti.

**Rutinske laži.** Gre za vztrajno ponavljanje določenih neresnic ali izkrivljenih dejstev, dokler v javnosti, ki je cilj delovanja propagandista, ne začnejo delovati kot „resnica“. Torej se z vztrajnim ponavljanjem laži v medijih doseže učinek, da ta laž v javnosti sčasoma postane splošno sprejeti „res“. Znane so rutinske laži, ki so se pojavljale na srbski televiziji o tem, da se vojna ni začela po volji Srbov, da jim je bila vsiljena, da se Srbi v tej vojni zgolj branijo, da strogo spoštujejo človekove pravice, da je 64 % bosansko-hercegovaškega ozemlja v lasti Srbov ter da so muslimanski in hrvaški begunci s svojih domov odšli prostovoljno. Po poročanju tujih medijev naj bi srbski vojaki v Bosni in Hercegovini posilili 150.000 Muslimank, kar je televizija cinično zavrnila z ugotovitvijo, da bi se v tem primeru srbski vojaki bolj ukvarjali s posiljevanjem kot z vojskovanjem (Dnevnik RTS, 4. marec 1993). Mir ni odvisen od Srbov, zatrjuje televizija. Tisk dodaja, da Srbi niso agresor, oni zgolj branijo svojo zemljo, saj so žrtev genocida. Srbi niso postavili koncentracijskih taborišč, ampak so jih Hrvati in Muslimani, še zatrjuje tisk.

**Kolektivna in selektivna izguba spomina.** Gre za sposobnost določene skupnosti, da „izgubi spomin“ o določenih zgodovinskih ali aktualnih dogodkih, ki ne ustrezajo prevladujočemu razpoloženju. Pri tem se uporablja selektivni pristop, ki določene dogodke potegne iz konteksta in jih povečuje, druge pa zanemari ali celo izključi. Srbski mediji so sorazmerno hitro kolektivno in selektivno izgubili spomin o tem, kdo je začel vojno,

kdo je napadalec, kdo je osvajal bosansko-hercegovsko ozemlje in tudi kdo je glavna žrtev vojne. Po mnenju srbskih medijev ni doslej v zgodovini napisana niti ena stran, ki bi pričala o tem, da so Srbi napadali druge, saj so bili vedno oni napadeni in so se morali braniti (Milinković, 1997).

**(De)konstrukcija nacionalnega spomina.** Ob razpadanju Jugoslavije in socialističnega sistema je prišlo do vrednotnega vakuuma, ki ga je bilo treba zapolniti, saj norme in vrednote „starega režima“ niso bile več sprejemljive, nadomestile so ji nacionalistične, tudi verske in druge vrednote. V tem kontekstu so tudi mediji dobili nalogo oblikovanja novega kolektivnega spomina, vezanega na opredelitev naroda, ki bi ga močno zaznali vsi njegovi pripadniki. Mediji nacionalni spomin oblikujejo prek obujanja dogodkov iz vojne za nacionalne pravice, uveljavljanja novih družbenih vrednot, prebujanja nacionalne zavesti in vzpostavljanja diferenciacije do drugih narodov (Bašić, 1997, 86–88).

Analiza vloge hrvaške oz. srbske televizije pri oblikovanju nacionalnega in kolektivnega spomina je omejena na dejstvo, da obe televiziji uporabljata „zaprt“ svet simbolizma, razumljiv zgolj tistim, ki delijo skupno, nekje v ozadju prisotno „vedenje“. Kot državno nadzirana ustanova, ki je pod neposrednim vplivom vladajoče politične stranke, ima televizija izključni monopol nad javnim komuniciranjem in uveljavljanjem prevladujočih lingvističnih stilov. Z drugimi besedami, temeljna vloga pri oblikovanju novega kolektivnega spomina je v opredeljevanju naroda, ki bi ga vsi zaznali.

Hrvaška televizija je nacionalni spomin vzpostavljala na različne načine, in sicer s (1.) nenehnim obujanjem dogodkov iz vojne za neodvisnost; (2.) prikazovanjem različnih poročil, ki uvajajo nove družbene vrednote, pogosto povezane z begunci in razseljenimi osebami, ki so po mnenju medija izgubili vse razen kolektivnega spomina<sup>11</sup>; (3.) prikazovanjem programa, posvečenega prebujanju narodne zavesti, se pravi z ukvarjanjem s temami, kot so zgodovina, umetnost, kultura, naravne lepote, tradicija, običaji, jezikovne korenine in prepričanja; (4.) uvajanjem lingvističnega purizma kot oblike diferenciacije, ki igra pomembno vlogo pri oblikovanju nacionalne identitete – če govorimo isti jezik, pomeni, da delimo isti nacionalni spomin, in če želimo razdeliti nacionalne skupnosti, moramo napraviti razliko v jeziku, ki ga govorijo, ne glede na siceršnjo jezikovno podobnost (Bašić, 1997).

**Opredelitev „drugega“.** Verjetno najbolj značilna propagandna matrica je delitev na „mi“ in „oni“. Medtem ko je naša stran prikazana v prijazni luči in se zavzema za plemenite cilje, je druga stran označena za popolnoma nesprejemljivo, kot nekaj, kar ogroža obstoj naše (nacionalne) skupnosti. Na tej točki zgoraj orisani mehanizem (de)konstrukcije nacionalnega in kolektivnega spomina ter hkrati pozabe deluje najmočnejše.

V naši empirični analizi se odnos do „drugega“ kaže predvsem v različnih oblikah obtoževanja in diskreditiranja drugih narodov ter njihovih vidnih predstavnikov. Srbska televizija je nasprotnika pogosto obtoževala in diskreditirala: Muslimani čakajo priložnost, da že tako težak položaj še poslabšajo in nenehno izvajajo oborožene provokacije; Muslimani so sprožili ofenzivo, oni so tisti, ki napadajo. Prav tako pogosto je na televiziji obtoževanje in

11 Dejansko pa begunci niso izgubili individualnega spomina, ki je velikokrat celo v nasprotju s kolektivnim. Tudi begunce mnogi obravnavajo kot 'druge' (gl. npr. Čapo Žmegač, 2011).

diskreditiranje muslimanskih in hrvaških političnih ter vojaških voditeljev, predstavnikov mednarodne skupnosti, še posebno Unproforja in mirovnih posrednikov. To ponazarja tudi izjava Radovana Karadžića, v kateri Muslimane obtoži, da so pripravljene izvajati terorizem in vojno, dokler Srbi ne bodo izbrisani z ozemlja Bosne in Hercegovine (Dnevnik RTS, 25. februar 1993). Tisk sledi temu vzorcu, saj obtožuje muslimanske nasprotnike za strahotne zločine, ki naj bi jih storili, mednarodno skupnost pa obtožuje, da prek človekoljubne pomoči Muslimane oskrbuje s strelivom. Tisk diskreditira Alija Izetbegovića, ki naj bi bil največji bojevnik džihada v svetu, za kar naj bi dobil celo nagrado saudskega kralja Fahda (Milinković, 1997, 172), in Harisa Silajdžića, ki naj bi bil ovaduh treh obveščevalnih služb – ameriške, izraelske in libijske. Mediji hkrati obtožujejo kolaboracije tisti del srbske civilne družbe, ki nasprotuje vojni in vlogi Srbije v njej.

Tudi hrvaška televizija je delovala podobno, saj je bilo zelo značilno obtoževanje nasprotnikov, predvsem Muslimanov, zaradi konfrontacije z bosansko-hercegovskimi Hrvati in zaradi ne dovolj žilave obrambe pred Srbi. Prisotno je bilo obtoževanje Unproforja, predvsem ruskih „modrih čelad“ na Hrvaškem, ki naj bi sodelovale s srbskimi uporniki. Ost je usmerjena tudi na srbske in muslimanske politične ter vojaške voditelje. Kar zadeva muslimansko stran, so obtoževanju sledili pozivi k sodelovanju in opozarjanje, da nadaljnji spopadi med Hrvati ter Muslimani niso potrebni in so nesmiselni, da je treba zagotoviti varnost ter enako zaščito za oba naroda, hkrati pa spodbuditi boj proti skupnemu sovražniku – Srbom. Tisk k temu dodaja obtožbo Izetbegovića, da je izvedel državni udar, ker je dezavuiral Hrvate, izvoljene v vladna telesa, nekatere muslimanske vojaške poveljnike pa je povezoval z JLA, da bi jih na ta način diskreditiral. Tudi v hrvaškem tisku se občasno pojavijo pozivi k sodelovanju med Muslimani in Hrvati, saj spopadi med njimi zmanjšujejo verjetnost mednarodnega vojaškega posega, zato morajo delovati enotno proti skupnemu sovražniku. Pomen teh spopadov se včasih zmanjšuje, s tem ko jih prikazujejo zgolj kot konflikt med skrajneži na obeh straneh.

**Klasična (kruta) propaganda.** Gre za prikazovanje krutih podob vojne, največkrat z uporabo fotografije ali video zapisa. Mediji prikazujejo bližnje posnetke žrtev, pohabljenih ljudi, iznakaženih trupel, množičnih pogrebov ipd. Srbska televizija je pogosto z neposredne bližine prikazovala izmaličena telesa žrtev, vrste naloženih trupel civilistov in objavljala poročila z množičnih pogrebov. Tudi tisk ni zaostajal, saj je podrobno opisoval vojne grozote: Muslimani so pobili celo vas; žrtve so ubili s srpom, jih polili z bencinom in zažgali; moške so najprej zvezali z žico, potem pa kastrirali; Muslimani so na ražnju pekli žive srbske vojake; žrtvam so izruvali oči in odrezali ušesa ipd.

Klasična kruta propaganda je bila v dnevnikih hrvaške televizije bolj verbalna kot vizualna – v poročanju brez žive slike je šlo za namigovanje na kanibalizem v Srebrenici, poročali so o tisočih umirajočih, norih in sestradanih ljudi ter o tisočih muslimanskih trupel. Zgodbi o domnevnem kanibalizmu je sledil tudi tisk, ki je hkrati poročal o množičnih grobiščih Hrvatov in Muslimanov, ki so jih pobili Srbi, ter o mučenju žrtev, preden so jih brutalno pobili. Trupla naj bi zažgali, da bi prikrili zločin: starci, ženske in otroci so bili izmaličeni ter zažgani na grmadi. Čeprav se je marsikaj od navedenega v vojni žal resnično dogajalo, pa je propagandni učinek možno prepoznati v selektivnem in pristranskem poročanju medijev obeh držav o različnih zločinih.

**Teorija zarote.** Teorija zarote dogodke in procese pojasnjuje kot rezultat prikritega delovanja skupin, organizacij, držav in drugih subjektov. V ozadju je ideja, da so pomembni politični, socialni in ekonomski dogodki proizvod tajnih zarot, ki jih splošna javnost ne pozna. Barkun (2003) meni, da teorija zarote poenostavi svet, ki je sicer zelo zapleten in ga je z institucionalno analizo težko pojasniti, hkrati pa ta teorija svet poenostavljeno razdeli na sile svetlobe in teme ter ne nazadnje: teorija zarote je pogosto predstavljena kot posebno, tajno znanje, ki ga drugi subjekti ne poznajo ali ga podcenjujejo. Byford (2006, 46) teorijo zarote opredeli kot „tradicijo pojasnjevanja, ki zajema cel niz idej, vrednot, interpretacij in predstav, ki se uporabljajo za konstrukcijo vzročnega pojasnjevanja, ki predstavlja srž ideje o svetovni zaroti“. Sodobne raziskave kažejo, da v različne teorije zarote verjame sorazmerno velik del ljudi, kar se je potrdilo tudi v našem primeru.<sup>12</sup>

Srbska televizija je menila, da mednarodna skupnost izvaja psihološki genocid nad srbskim narodom, saj jih krivi za vse, kar se slabega dogaja v nekdanji Jugoslaviji. Srbi so žrtev ustvarjanja nove svetovne ureditve, vse resolucije Združenih narodov so protisrbske, mednarodni posredniki v Bosni in Hercegovini pa so izrazito pristranski: vse, kar pripravijo, škodi srbskemu narodu. Očitna je zarota, predvsem Vatikana, Nemčije, Avstrije in ZDA, pa tudi Turčije. Tipična je izjava tedanjega predsednika ZRJ Dobrica Čosića, ki je izjavil, da so navedbe o etničnem čiščenju in posilstvih, ki da jih izvajajo samo Srbi, le ena od prvih v kampanji psihološkega genocida, ki so ga začeli izvajati nad srbskim narodom (Dnevnik RTS, 24. februar 1993). Tudi v tisku propagandisti ponovijo, da je mednarodna skupnost blokirala Srbe, ki se srečujejo s totalno vojno – duhovno, fizično in moralno genocidno vojno, ki jo vodijo tuje vojske, cerkev, politika ter mediji. Tudi za sam razpad Jugoslavije naj bi bile krive posebne tuje sile, ki so ga načrtovale in spodbudile.

Hrvaški mediji so opozarjali, da gre po mnenju mednarodne skupnosti krivdo za obožene spopade med Muslimani ter Hrvati v Bosni in Hercegovini pripisati zgolj slednjim, medtem ko so Muslimani nenehno žrtev ne glede na dejansko stanje stvari. Poseben odnos so imeli hrvaški mediji do Rusije, saj so v njenem političnem in vojaškem delovanju (ob sodelovanju v mirovni operaciji) zaznali zarotniške prvine.

**Protipropaganda.** Gre za odziv medijev ene od sprtih strani na poročanje druge strani oz. za odziv na poročanje drugih, domačih ali tujih medijev, za katere menijo, da izvajajo propagando. Poročanje drugih medijev se obravnava kot širjenje laži, izmišljotin, velikokrat v kontekstu teorije zarote proti določenemu narodu. Drugi mediji so obtoženi pristranskosti in manipulacije pri poročanju ter delovanja na škodo ene od sprtih strani. Srbska televizija je ocenjevala, da so zahodna medijska poročila nasilje nad človeškim razumom, saj jugoslovansko krizo obravnavajo s predsodki in tekmujejo v iznajdbi protisrbskih izmišljotin, pri čemer resnica za njih sploh ni pomembna. Odzvala se je tudi na delovanje bošnjaških medijev, ki naj bi izvajali agresivno muslimansko propagando. Tisk je dodal, da so različne organizacije plačane, da satanizirajo Srbe in ustvarjajo absolutno

12 Byford (2006, 11) na primer poroča, da se je v Srbiji teorija svetovne zarote proti srbskemu narodu še razširila in okrepila med Natovimi zračnimi napadi na ZRJ spomladi 1999. Celo tisti posamezniki, ki so se v prvi polovici devetdesetih let posmehovali Miloševiću teoriji zarote, so kasneje začeli verjeti vanjo.

nemogočo podobo Srbov.<sup>13</sup> Za tuje medije je vse črno-belo, o dogajanju poročajo skladno z matrico napadalec – žrtev, ne glede na to, kaj se dogaja na terenu: posebno ameriški novinarji objavljajo neresnice in ponaredke ter ustvarjajo podobo o zlih in podivjanih Srbih.

Hrvaška televizija je ugotavljala, da muslimanska propaganda obtožuje Hrvate, da so poleg Srbov drugi napadalec na Bosno in Hercegovino. Radio Sarajevo naj bi poročal, da sta edini fašistični državi v Evropi Srbija in Hrvaška. Tudi Hrvaški mediji se pritožujejo, da mednarodna propaganda Hrvatov v srednji Bosni ne želi videti kot žrtev, ampak so žrtev ne glede na dejstva vedno Muslimani.

## DISKURZIVNE IN VIZUALNE PRVINE PROPAGANDE

**Uporaba jezika v propagandni namen.** Jezik propagande je hiperboličen, dramatičen in čustven, gre za stil, ki je zelo „obilan“ ter poln pretiravanja. Realnost je prikazana črno-belo, v manihejskem stilu, torej kot spopad med dobrim in zlim, kot nenehen boj med svetlobo in temo. Propagandisti posegajo tudi po lingvističnem purizmu, ki pretirava pri poudarjanju razlik med dejansko podobnimi jeziki in želi tudi na ta način opozoriti na različnost narodov oz. etničnih skupin. V tem smislu je treba ob proučevanju propagande poznati jezikovne značilnosti ciljne skupine občinstva in njegovo strukturiranost. Splichal (1975, 55–57) opozarja na različne strategije in taktike uporabe jezika v propagandni namen, kot so polarizacija vrednot, sprejemanje danega, raba žargona skupine, sklicevanje na avtoritete in postavljanje analogij ter razumni govor v smislu povezovanja trditev z intersubjektivno preverljivimi ugotovitvami, vzroki in dokazi. Jezik propagande vključuje tudi uporabo sloganov in različnih poimenovanj (Wilson, 1992, 312–13). Slogani naj bi množico ljudi združili v enem skupnem čustvu, poimenovanja pa želijo pri ljudeh oblikovati sodbo o nas samih ali drugih brez preverjanja dokaza, na katerem sodba temelji. Po njegovem mnenju propagandist nagovarja dva človekova instinkta, in sicer sovraštvo in strah, pri čemer „grda“ imena daje posameznikom, skupinam, narodom ter rasam, za katere meni, da bi jih ljudje morali obsojati ali zavračati.

Glede uporabe jezika v propagandni namen v hrvaških oz. srbskih medijih lahko ugotovimo, da je bila predhodnica vojne v Bosni in Hercegovini vneta in zelo čustvena propaganda, ki je skoraj dosledno sledila opisanemu vzorcu uporabe jezika. Te dejavnosti so se nadaljevale tudi v obdobju, ki je predmet naše analize – razpihovanje čustev, pripisovanje krivde nasprotni strani in opravičevanje lastnega početja. Ko se je vojna končala, se je podobna propaganda nadaljevala – poraženec opravičuje svoj neuspeh, zmagovalec (če je v tej vojni sploh bil kdo zmagovalec) povečuje svojo zmago. In čeravno bo propagandni jezik sčasoma vsaj za zunanjega opazovalca spremenil svojo obliko, bosta njegova informativna vrednost in čustvena nabitost za v vojno vpletene strani ostali enaki. Zanje

13 Kot poroča Gheorghiu (1998, 3), sta vladi Hrvaške ter Bosne in Hercegovine resnično najeli ameriško agencijo za stike z javnostmi Ruder Finn & Rotman, da predstavi njuno plat resnice ameriški javnosti. Eden od zaposlenih v agenciji je v intervjuju dejal, da niso ničesar vedeli o dogajanju v Jugoslaviji, da za Bosno in Hercegovino sploh niso vedeli, kje je. A agencija je uspela javnosti predstaviti preprosto zgodbo o „dobrih in slabih fantih“, ki je v nadaljevanju delovala sama po sebi. Glede odgovornosti agencije do javnosti je cinično dejal, da so oni profesionalci in da niso nagrajeni za svojo moralnost.

bo ta jezik prinašal enako čustveno sporočilo: sporočilo nezaupanja, negotovosti in v nekaterih primerih tudi sovraštva (Kotnik, 1997).<sup>14</sup>

**Kritičnost do vira informacij.** Pri vprašanju uporabe virov informacij smo dali poudarek verodostojnosti virov in njihove uporabe. Tudi zelo verodostojen vir je namreč lahko uporabljen selektivno in s tem manipulativno. Državljeni od predstavnikov oblasti pričakujejo tako informacijo o aktualnem dogajanju kot določeno usmeritev glede zaželenega ravnanja. V procesu spreminjanja mišljenja in vedenja ljudi je zelo pomembna opora na strokovnjake za določeno področje. Ko je tak vir sprejet kot verodostojen na določenem področju, se lahko nanj opremo tudi v drugih podobnih primerih, saj je vzpostavljeno temeljno zaupanje. V primeru vojne propagande je pomembno preveriti, na katere vire so se opirali mediji in na kakšen način so jih uporabljali. Pri tem izhajamo iz prepričanja, da je želja propagandista zmanjšati število virov na minimum, saj se s tem hkrati ožijo možnosti za različne interpretacije dogodkov.

Prek proučevanja odnosa do vira informacij smo poskušali odgovoriti na vprašanje, kdo zagotavlja informacije in na kakšen način nacionalna televizija priznava ali zanika verodostojnost vira informacij. Skladno s propagandnim modelom je javno pojavljanje dovoljeno zgolj elokventnim in komunikativno kompetentnim, z drugimi besedami, tistim, ki so se sposobni gibati znotraj parametrov, ki jih vsiljuje želja po nadzoru prevladujoče interpretacije dogodka, iz katere vsak posameznik izvleče svoje razumevanje informacije, ki jo ponuja medij (Bašić, 1997). Analiza pokaže, da je bilo vsem glavnim srbskim in hrvaškim protagonistom vojne v Bosni in Hercegovini dovoljeno nastopati v srbskih oz. hrvaških medijih. Tako srbska kot hrvaška televizija tudi sicer pogosteje uporabljata vire informacij, ki so jim naklonjeni, medtem ko nenaklonjene vire uporabljata zelo redko in še takrat na način, ki utruje lastne medijske in socialne konstrukte realnosti.

**Ikonografija.** Ikonografija oz. uporaba simbolov je ena od tehnik, ki jo propagandist uporablja za vzbujanje čisto določenih občutkov v javnosti, in sicer prek nezavednega prenosa ali asociacij. Govor je o vizualnih simbolih oblasti, ki so oblikovani, da bi izzvali določena čustva. Ob proučevanju propagande je pomembno preveriti obstoj ali neobstoj ikonografskega označevanja oblasti in opredeliti vidik vseprisotnosti te posebne oblike vizualne predstavitve. Ikonografija, ki nenehno obdaja politika ali vojaškega poveljnika, namreč le-tega neposredno povezuje z vrednotami, ki jih poosebljajo ikone oz. simboli. Simboli odražajo dve bistveni značilnosti vsake ideologije in oblike propagande: suge-

14 Po vojni naj bi medije v Bosni in Hercegovini preoblikovali skladno z mednarodno priznanimi standardi (Gheorghiu, 1998), vendar je raziskava „Mirovne operacije, mediji in javnost v nekdanji Jugoslaviji“ razkrila, da so medijske navade v podaytonskem obdobju pri večini ljudi ostale v glavnem enake kot med vojno (gl. Malešič, 2000). Javnost se sicer večinsko strinja, da so svobodni in neodvisni mediji predpogoj za doseg trajnega miru, vendar ljudje medije izbirajo glede na svojo (in njihovo) nacionalno pripadnost. Analiza medijske krajine pokaže, da v Bosni in Hercegovini obstajajo trije različni medijski sistemi, javnomnenjska raziskava pa razkrije, da obstajajo tudi tri različne javnosti, ki se z njimi ujemajo. Žal to ujemanje temelji skorajda izključno na nacionalni pripadnosti. Tudi v Srbiji se nekaj let po podpisu daytonskega sporazuma ni veliko spremenilo, saj kot poroča Goff (1999, 13–14), so srbski mediji že mesece pred Natovimi zračnimi napadi na ZRJ spomladi 1999 Nato proglasili za „brutalnega, fašističnega agresorja“, etnične Albance pa za „nasilno, pokvarjeno človeško podraso“.



stibilnost in poudarek na vrednotno obremenjenih sporočilih ter nadzor ali predstavljanje vsaj navidezno temeljnih in skupnih interesov.

V raziskavi smo ugotovili, da so bili v propagandne namene najpogosteje uporabljeni verski simboli,<sup>15</sup> državni in paradržavni simboli ter zgodovinski in kulturni spomeniki, prav tako pa smo opazili uporabo vojaških simbolov, ki so spremljali določeno sporočilo. Srbi so pogosto uporabljali svoj grb, ki med drugim vsebuje štiri črke S, ki so jih tolmačili z besedami „*samo sloga Srbina spašava*“. Kar zadeva hrvaško posocialistično oblast, pa se je težko izogniti vtisu, da je z uvedbo simbolov, uniform in oznak, ki so bili skoraj identični tistim v Paveličevi NDH, prispevala k občutku ogroženosti srbskega prebivalstva na Hrvaškem. Če to povežemo z nacionalistično evforijo, ki je spremljala prve večstrankarske volitve spomladi 1990 in referendum decembra istega leta, ter izrivanje državljanov srbske narodnosti s položajev v državi in javni upravi, teritorialni obrambi in civilni zaščiti se slika še bolj izostri.

**Sidranje vizualne in tekstualne informacije.** Pri tej propagandni prvini gre za iskanje povezav med besedilom in sliko, ki sta del informacije. Kljub dobi televizije in interneta se dogaja, da stereotipizirano besedilo spremljajo različne vizualne podobe oz. da se isto besedilo pojavlja ob različnih slikah, saj je namen propagandista poenostaviti podobo vojne in jo narediti razumljivo povprečnemu gledalcu.

Na podlagi svojega modela smo ugotavljali (ne)združljivost med verbalno in vizualno informacijo. Naša domneva, da je vojna v Bosni in Hercegovini pokrita predvsem s stereotipiziranim vizualnim besedilom, ki zvesto spremlja določen tip informacije, se je potrdila. Na podlagi takšnega stereotipiziranja vojne je možno predvideti sliko, ki spremlja besedilo, tako da je vojna kljub množici drugih informacij, predstavljenih javnosti (vsaj kar zadeva srbsko televizijo), televizijsko „nevidna“ (Bašić, 1997, 84). Vojna v Bosni in Hercegovini ni bila spektakularna, ampak ritualna. Zaradi tega ne more biti predstavljena celovito, ampak fragmentarno. Tako hrvaška kot srbska televizija sta v ta namen uporabljali različne tehnike. Če pogledamo poročila iz Sarajeva, opazimo, da srbska televizija prikazuje mesto z določene oddaljenosti (na primer s točke topniških položajev okoli Sarajeva), od koder je nemogoče videti stopnjo uničenosti mesta. Nasprotno pa hrvaška televizija prikazuje slike znotraj mesta (na primer s točke potencialnih tarč), na katerih so razvidni uničenje stavb, beg ljudi pred ostrostrelskimi krogli in žrtve obstreljevanja z granatami.

## KONTEKST PROPAGANDE

**Okolje propagande.** Propaganda se povezuje s prevladujočim razpoloženjem časa, zato je pomembno razumeti vzdušje danega trenutka. Kateri procesi in dogodki so ključni, kako jih je najbolje interpretirati, kakšna so pričakovana stanja v družbenem okolju, katera stanja prevladujejo: vojna, mir, zaščita človekovih pravic? Kakšno je prevladujoče javno razpoloženje v mednarodni skupnosti, kakšen je širši kontekst procesov, v katerih sodelujemo? V primeru nekdanje Jugoslavije v začetku devetdesetih let govorimo o vojnih razmerah, pri čemer je proučevani prostor zaznamovan z velikimi civilizacijski-

15 Smrke (2007) v tem kontekstu govori o religiozni mimikriji.

mi, kulturnimi, religioznimi in zgodovinskimi razlikami med sprtimi narodi – te so bile žal največkrat uporabljene v propagandne namene. Nekatere razlike so bile celo umetno ustvarjene in potencirane in namesto, da bi razlike skupnost bogatile in jo plemenitile, so postale vzrok nesoglasij ter konfliktov, kar so mediji zlorabljali pri izvajanju propagande.

**Javnost.** Proučevanje javnosti je ključno za razumevanje propagande, pri čemer je pomembno, ali propagandist naslavlja zgolj segment določene populacije ali celoto. Postopek širjenja različnih mnenj, stališč, idej, prepričanj in vedenjskih oblik mora biti prilagojen značilnostim ciljnega občinstva. Izhajamo iz predpostavke, da je politična kultura ciljne skupine tista, ki določa uporabo različnih propagandnih tehnik. Tradicionalna ciljna skupina propagande je splošna javnost, aktivnost pa je lahko usmerjena tudi na manjše skupine znotraj javnosti, kot so posebne interesne skupine, kulturna elita, določeni družbeni sloji in celo posamezniki, posebno tisti, ki veljajo za mnenjske voditelje.

Za vsako propagandno organizacijo je ključno, da doseže ustrezen odziv javnosti, pri čemer so komunikacijska dejanja učinkovitejša, če odražajo obstoječa mnenja, prepričanja in nagnjenja. Cilj torej ni spreminjati politične lojalnosti javnosti ali njenih prepričanj do rasnih, verskih, nacionalnih ali drugih pomembnih vprašanj, ampak ponovno nastaviti občutke glede teh prepričanj. Sporočilo ima večje učinke, če ima ciljna javnost občutek, da so ideje plod dogajanja v javnosti sami, ne pa da jih kdo vsiljuje od zunaj. Propagandist želi zgolj usmerjati obstoječe vzorce razmišljanja in vedenja. V primeru naše analize domnevamo, da javnost na začetku devetdesetih let ni bila dovolj sofisticirana in je bila v imenu višjih (nacionalnih) interesov pripravljena sprejeti večje spremembe v prevladujočem skupku vrednot, norm in vedenjskih vzorcev, ki so jih prek medijev vsiljevale politične oblasti (prim. Cvrtila, 1997).

Analiza hrvaške oz. srbske javnosti pokaže pomen politične kulture kot ključne določnice javnosti, ki je ciljna skupina propagandne dejavnosti. Mediji imajo v tem procesu ambivalentno vlogo. Njihov vpliv na javnost omejuje obstoječa politična kultura, hkrati pa so mediji eden od dejavnikov socializacije, ki občutno učinkujejo na razvoj politične kulture ljudi. Značilnost srbske in delno tudi hrvaške javnosti je bila relativno nizka izobrazbena raven, ki je eden od temeljnih pogojev za uspeh poenostavljene propagande, polne temeljitih zasukov, ki se lahko zgodijo praktično čez noč (Milinković, 1997, 165–166 in 175–176). Srbski mediji so velikokrat v propagandne namene uporabljali preproste mitske podobe in folklorne simbole, ki so vstavljeni globoko v zavest javnosti, s čimer so želeli prikazati, da se pretekli mitski ali zgodovinski dogodki ponovno dogajajo (Milinković, 1997, 168).

Cvrtila (1997, 157) je poročal, da je politično kulturo kot določnico javnosti treba obravnavati kot dinamičen koncept, še posebno v tranzicijskih državah, ki prehajajo iz socialističnega v demokratičen politični sistem. Del hrvaške javnosti je bil v preteklosti navajen na diktat oblasti in na nekritično sprejemanje določenega odnosa, mnenja ali stališča, skladno s pričakovanji oblasti – in to je bilo moč v veliki meri zaznati tudi v vojnem času. Mediji so javnost zasuli z različnimi vrstami informacij in pri tem bodisi uveljavljali nove vedenjske vzorce bodisi zagovarjali stare. V konfliktnih in negotovih razmerah je bila stopnja strpnosti do različnih idej in usmeritev nizka, v ospredje pa so stopili predsodki, ki so predstavljali pomemben vedenjski okvir javnosti.

**Propagandisti oz. struktura propagandne organizacije.** Propagandno dejavnost običajno izvaja organizacija, ki ima močno vodstvo in je centralizirano ustrojena, z jasno hierarhično strukturo. Ta organizacija, ki je po svoji strukturi in načinu delovanja podobna drugim velikim organizacijam, kontinuirano ter dosledno podaja sporočila z vnaprej določeno temeljno vsebino. Struktura organizacije zagotavlja artikulacijo specifičnih ciljev in sredstev za njihovo uresničitev; na voljo ima širok izbor medijev, prek katerih posreduje propagandna sporočila. Treba je poudariti, da je zgolj na podlagi analize medijskih sporočil zelo težko razkriti strukturo propagandne organizacije, zato ostaja vprašanje o tipu propagandne organizacije bolj ali manj neodgovorjeno. Vendar, kot smo že nakazali, so v srbskih in hrvaških medijih dobili prostor vsi ključni propagandisti, se pravi srbski oz. hrvaški politični ter vojaški voditelji iz Bosne in Hercegovine: za hrvaško propagando bi celo lahko rekli, da je je bilo toliko, kolikor so bili mediji odprti in na razpolago bosansko-hercegovskim Hrvatom, medtem ko so imeli v srbskih medijih domači propagandisti vidno vlogo.

Srbska televizija je v svojem poročanju manifestirala t. i. pristop pranja možganov, saj so bila poročila o vojnem dogajanju številna in sorazmerno dolgotrajna ter so predstavljena v splošni matrici, ki se je običajno končala s posebnim poročilom ali intervjujem, včasih celo kot dodatek k dnevniku, tako da bi še dodatno mobilizirali javnost. Iz tega se posredno da sklepati, da je šlo za premišljeno in organizirano delovanje, ki je bilo usmerjeno iz enega propagandnega središča. Na to kaže tudi dejstvo, da so mediji, civilne oblasti na področju informiranja in vojaški informacijski organi javnosti posredovali enaka splošna sporočila o vojnem dogajanju. Na drugi strani pa je bila propaganda hrvaških medijev, kar zadeva njihov odnos do vojne v Bosni in Hercegovini, rahlo protislovna, na trenutke celo zmedena, kar verjetno kaže na odsotnost organiziranosti propagandne dejavnosti. Vendar pa je bila organizirana propaganda usmerjana na vojne in kasneje polvojne razmere na Hrvaškem.

## ZAKLJUČEK

Mirovni posredniki in zunanji opazovalci dogodkov v nekdanji Jugoslaviji v začetku devetdesetih let prejšnjega stoletja so medije v vojnah na tem območju prepoznali kot enega ključnih akterjev, saj v svojem poročanju omenjajo zlorabo televizije in drugih medijev s strani nacionalistične politike za širjenje sovraštva in nestrpnosti ter vzbujanja občutka ogroženosti. Omenjajo tudi propagando, pretvarjanje, laži, nemoralnost, brezvestnost, populizem in vojno hujskaštvo. Iz njihovih pričevanj je razvidno, da so politične elite prevzele popoln nadzor nad ključnimi mediji, še posebno nad najvplivnejšo televizijo. Nadzor je vključeval odstavlanje nelojalnih in postavljanje lojalnih urednikov, članov uredništva ter novinarjev. Dogajale so se tudi druge oblike zastraševanja in discipliniranja urednikov in novinarjev, nekateri so celo izgubili življenje v nepojasnjenih okoliščinah. To dokazuje, da je bila **vloga medijev** v vojnah na območju nekdanje Jugoslavije **bolj ali manj instrumentalna**, kljub temu pa posamezni uredniki in novinarji, skupaj s politiki, nosijo svoj del **moralne odgovornosti** za spodbujanje in zaostrovanje konfliktnih razmer in zločine, ki so sledili.<sup>16</sup>

16 Gheorghiu (1998, 6) je svoje poročilo ilustriral z izjavo dvaindvajsetletne Maje S.: "Ko se je vojna začela,

Podlago za proučevanje propagande v srbskih in hrvaških medijih je predstavljal teoretični model, ki zajema vsebinske, diskurzivne in vizualne ter kontekstualne prvine. Splošna primerjava delovanja medijev na Hrvaškem in v Srbiji na točki vsebinskih prvin modela pokaže, da so srbski mediji propagando utemeljevali na ogroženosti obstoja srbskega naroda in njegovi pravici, da živi v skupni državi, pri čemer se je propaganda povezovala z ideologijo agresivnega nacionalizma, temelječega na potvarjanju zgodovinskih dejstev in religiozних primeseh. Ključno vlogo pri izvajanju propagande so imele tudi rutinske laži, selektivna izguba spomina in teorija zarote, ki je Srbe prikazovala kot žrtev oblikovanja nove svetovne ureditve po hladni vojni. Hrvaška propaganda je prav tako temeljila na izrazitem nacionalizmu, ki je bil tudi zgodovinsko utemeljen, medtem ko so bili hrvaški Srbi predstavljeni kot privilegirani narod, ki se upira spremembam. Mediji so uporabili dejstvo, da je bila država žrtev agresije in da je izvajala obrambno vojno. Propaganda je hkrati širila strah pred pravoslavljem in še posebno pred islamsko vero, ki je dobivala zagon v Bosni in Hercegovini. Zunanji simboli novonastale države, ki so spominjali na čas 2. svetovne vojne in Paveličeve NDH, so še dodatno spodbudili strah srbskega prebivalstva pred Hrvati, ki jih je uradna srbska propaganda obravnavala kot genocidni narod. (De)konstrukcijo nacionalnega spomina so mediji v obeh državah spodbujali za uveljavitev novih, praviloma nacionalističnih in tudi verskih vrednot, ki naj zapolnijo vrzel, ki jo je prinesel razpad starega režima. Uporabljena je bila tudi matrica „mi“ in „oni“, ki je „drugega“ slikala kot nesprejemljivega in ogrožajočega. Skupne točke medijskega poročanja so bile zelo redke, pa še te so bile interpretirane na povsem nasprotni način, torej lahko ugotovimo, da so srbski oz. hrvaški mediji, to še posebno velja za obe državni televiziji, slikali dve različni realnosti vojne, kar pomeni, da so jo pokrivali zgolj fragmentarno in celo ritualno (prim. Bašić, 1997, 84).

Analiza diskurzivnih in vizualnih prvin propagande pokaže, da je bil v srbskih medijih uporabljen jezik zelo dramatičen, celo epski in čustven, poln pretiravanja, z izraženim namenom črno-belega načina prikazovanja realnosti. Za hrvaške medije je bila med drugim značilna uporaba lingvističnega purizma, ki je uveljavljal stare hrvaške izraze in s tem povečeval razliko do srbskega jezika. Kritičnosti do vira informacij v medijih nismo zasledili, prevladovala je opora na srbske oz. hrvaške vire. Značilna je bila tudi uporaba različnih (para)državnih, verskih, vojaških in drugih simbolov, s čimer so propagandisti želeli svoja sporočila povezati z vrednotami, ki jih uporabljeni simboli posebej poudarjajo. Vizualna in tekstualna informacija se v medijih pogosto nista ujemale, enako ali podobno besedilo se pojavlja ob isti sliki in obratno.

Kontekst propagande je opozoril na pomen poznavanja mednarodnega in notranjega okolja, v katerem mediji delujejo in politične kulture javnosti. Domneve o obstoju organizirane in hierarhično strukturirane propagandne organizacije, ki bi bila v ozadju delovanja medijev pa zgolj prek analize medijskih sporočil nismo mogli potrditi.

Ostaja še vprašanje **pravne odgovornosti** za izvajanje agresivne vojne propagande, saj sta tako mednarodno pravo kot tedanje notranje jugoslovansko pravo vojno propa-

---

sem se spraševala, kako lahko jaz prispevam. Ker nisem znala uporabljati puške, sem se odločila postati novinarka”.

gando prepovedovala. Že Društvo narodov je leta 1936 v zvezi z radijskim poročanjem zahtevalo od podpisnic konvencije (28 držav), da zagotovijo poročanje, ki ne bo spodbujalo k vojni ali dejanjem, ki lahko vodijo v vojno (Milinković, 1993; Kearney, 2007). Nürnbergski sodni proces je avgusta 1945 kot zločin proti miru razglasil tako priprave na agresivno vojno kot načrtovanje, iniciranje ali izvajanje vojnih zločinov. Spodbujevalci takih zločinov niso bili po mnenju sodišča nič manj krivi kot njihovi voditelji, organizatorji in izvajalci. Protisemitski propagandist Julius Streicher, urednik časopisa *Der Stürmer*, ki pri izvajanju nacističnih zločinov ni imel vojaške ali administrativne vloge, je bil zaradi zločinov proti človeštvu obsojen na smrt, ker je s propagandnimi dejanji spodbujal poboje in iztrebljanje ljudi. Po 2. svetovni vojni se je za prepoved vojne propagande v 20. členu zavzel Mednarodni pakt o državljanskih in političnih pravicah. Treba pa je poudariti, da Mednarodno sodišče za vojne zločine na območju nekdanje Jugoslavije nobenega od obtoženih vojnih zločinov ni obsodilo zaradi izvajanja agresivne in hujskaške vojne propagande, čeprav je dokaznega gradiva na to temo, to posredno kaže tudi ta članek, več kot dovolj.<sup>17</sup>

---

17 Avtor članka je bil na povabilo tožilstva omenjenega sodišča tudi sam vključen v analizo medijske dejavnosti nekaterih obtoženih, vendar sodišče argumentov tožilstva v zvezi z izvajanjem vojne propagande ni sprejelo in je obtoženim sodilo na podlagi drugega dokaznega gradiva ter pričevanj.

## THE ROLE OF MEDIA AND PROPAGANDA IN THE WARS ON THE TERRITORY OF FORMER YUGOSLAVIA

Marjan MALEŠIČ

University of Ljubljana, Faculty of Social Sciences, Kardeljeva pl. 5, 1000 Ljubljana, Slovenia

e-mail: marjan.malesic@fdv.uni-lj.si

## SUMMARY

*The author analyses the role of mass media and propaganda during the armed conflict on the territory of former Yugoslavia in the beginning of nineties of past century. The purpose of the article is to investigate the role of mass media in the process of instigating hostilities among Yugoslav nations and to find out whether they were truly independent, or merely an instrument – and to what extent – of nationalistic political elites. The empirical analysis is based upon theoretical model for the study of propaganda and broad documentation on media activity. The theoretical model consists of propaganda and ideology, especially nationalism, collective and selective memory loss, (de) construction of national memory, the attitude towards “the other”, cases of hard propaganda, anti-propaganda, use of language, source criticism, iconography, the relationship between visual and textual information, the context of propaganda, the public and the structure of propaganda organisation. The author applied content analysis to media reporting, which enabled him to illustrate individual elements of theoretical model with notorious cases of media propagandistic activity. The empirical analysis encompasses the content of media propaganda, its discursive and visual elements, and the context in which propaganda was performed. The analysis reveals the abuse of television and printed media to instigate animosity, intolerance, fear and the feeling of threat among Yugoslav nations. Political elites took over media control by dismissing off the nonconformist editors and journalists, and by intimidating and disciplining media employees. Consequently media spread routine lies, deceptions, populism and war mongering. The role of media in Yugoslav conflicts thus proved to be more or less instrumental and not independent. However, the participating editors and journalists share the moral responsibility for war and its consequences with the political elites.*

*Key words: propaganda, mass media, war, nationalism, propaganda content and context, discursive and visual elements of propaganda*

## VIRI IN LITERATURA

- Barkun, M. (2003):** *Culture of Conspiracy: Apocalyptic Visions in Contemporary America*. Berkely, University of California Press.
- Bašić, S. (1997):** Additional elements of TV-Empirics. V: Malešič, M. (ed.): *Propaganda in War*. Stockholm, Styrelsen För Psykologiskt Förswar.
- Bašić, S. (1993):** Interpretation of the Analysis of the Croatian Press. V: Malešič, M. (ed.): *The Role of Mass Media in the Serbian-Croatian Conflict*. Stockholm, Styrelsen För Psykologiskt Förswar.
- Byford, J. (2006):** *Teorija zavjere. Srbija protiv „novog svetskog poretka“*. Beograd, Beogradski centar za ljudska prava.
- Curtis, L. (1994):** *Ireland. The Propaganda War. The British Media and the Battle for Hearts and Minds*. London, Pluto Press.
- Cvrtila, V. (1997):** Political Culture as a Determinant of the Croatian Public. V: Malešič, M. (ur.): *Propaganda in War*. Stockholm, Styrelsen För Psykologiskt Förswar.
- Čapo Žmegač, J. (2011):** *Strangers Either way. The Lives of Croatian Refugees in Their New Home*. New York-Oxford, Berghahn Books.
- Daugherty, W. E. & M. Janowitz (1960):** *A Psychological Warfare Casebook*. Baltimore, The Johns Hopkins Press.
- Day, G. (1995):** Missed Opportunities in the Balkans? Lessons for Peacemaking and Preventive Diplomacy from the Former Yugoslavia. V: Black, D. R. in Rolston, S. (ur.): *Preventive Diplomacy in the New World (Dis)Order*. Centre for Foreign Policy Studies, Dalhousie University.
- Eyal, J. (1992):** Managing the Balkans. V: RUSI & Brassey's Defence Yearbook 1992. London, Brassey's.
- Gheorghiu, C. (1998):** *Media and Civil War: The Bosnia and Herzegovina Experience (Draft Special Report)*. North Atlantic Assembly.
- Gilboa, E. (ed.) (2002):** *Media and Conflict. Framing Issues, Making Policy, Shaping Opinions*. Ardsley, Transnational Publishers.
- Goff, P. (ed.) (1999):** *The Kosovo News and Propaganda War*. Vienna, The International Press Institute.
- Holbrooke, R. (1992):** *To End a War*. New York, Random House.
- Huntington, S. (1992):** The Clash of Civilizations. *Foreign Affairs*, 72, 3.
- Jović, D. (2003):** *Jugoslavija-država koja je odumrla. Uspomina, kriza i pad Četvrte Jugoslavije (1974.-1990.)*. Zagreb, Prometej in Beograd, Samizdat B92.
- Jowett, G. S. in O'Donnell, V. (1992):** *Propaganda and Persuasion*. Newbury Park, SAGE Publications.
- Južnič, S. (1993):** *Identiteta*. Ljubljana, Fakulteta za družbene vede.
- Kearney, M. G. (2007):** *The Prohibition of Propaganda for War in International Law*. Oxford, Oxford University Press.
- Kotnik, I. (1997):** The Use of Language in Propaganda. V: Malešič, M. (ur.): *Propaganda in War*. Stockholm, Styrelsen För Psykologiskt Förswar.

- Macdonald, D. B. (2002):** *Balkan Holocaust? Serbian and Croatian Victim-Centred Propaganda and the War in Yugoslavia*. Manchester, Manchester University Press.
- Malešič, M. (2000):** *Peace Support Operations, Mass Media, and the Public in Former Yugoslavia*. Stockholm, Styrelsen För Psykologiskt Förswar.
- Malešič, M. (ed.) (1993):** *The Role of Mass Media in the Serbian-Croatian Conflict*. Stockholm, Styrelsen För Psykologiskt Förswar.
- Malešič, M. (ed.) (1997):** *Propaganda in War*. Stockholm, Styrelsen För Psykologiskt Förswar.
- Meier, V. (1996):** *Zakaj je razpadla Jugoslavija*. Ljubljana, Znanstveno in publicistično središče.
- Milinković, B. (1997):** *Propaganda and the Structure of Public in Serbia*. V: Malešič, M. (ur.): *Propaganda in War*. Stockholm, Styrelsen För Psykologiskt Förswar.
- Milinković, B. (1993):** *War Propaganda. The Yugoslav Case*. V: Malešič, M. (ur.): *The Role of Mass Media in the Serbian-Croatian Conflict*. Stockholm, Styrelsen För Psykologiskt Förswar.
- Owen, D. (1995):** *Balkan Odyssey*. London, Indigo.
- Rojecki, A. (2002):** *Media and the New Post-Cold War Movements*. V: Gilboa, E. (ur.): *Media and Conflict. Framing Issues, Making Policy, Shaping Opinions*. Ardsley, Transnational Publishers.
- Silber, L. & A. Little (1996):** *Smrt Jugoslavije*. Ljubljana, CO LIBRI.
- Smrke, M. (2007):** *Religious Models in Civil War: Some theoretical aspects and examples from (pseudo)civil wars in ex-Yugoslavia*. Paper prepared for the workshop 'Mimicry in Civil Wars: The Strategic Use of Identity Signals'. Paris, College de France.
- Splichal, S. (1975):** *Razsežnosti politične propagande*. Ljubljana, Fakulteta za sociologijo, politične vede in novinarstvo.
- Svete, U. & A. Žabkar (2006):** *Irak - poligon za preizkušanje novih vojaških doktrin*. Teorija in praksa, 43, 1/2.
- Traynor, I. (1992):** 'Yugoslavia's Brutal Television War'. *International Press Institute Report*, 41, 2.
- Trocki, L. D. (1989):** *Kosovski problem* (prev. iz ruščine). Ljubljana, Cankarjeva založba.
- Wilke, J. (ed.) (1998):** *Propaganda in the 20th Century. Contributions to its History*. Cresskill, Hampton Press.
- Wilson, S. L. (1992):** *Mass Media/Mass Culture. An Introduction* (second edition). New York, McGraw-Hill.
- Woodward, S. L. (1995):** *Balkan Tragedy. Chaos and Dissolution after the Cold War*. Washington D.C., The Brookings Institution.