



Сваки објективнији посматрач политичких и друштвених прилика у Србији сагласиће се са констатацијом да наши штампани и електронски медији, осим ретких изузетака, нису ни слободни, ни независни. У власништву страних компанија или богатих појединаца, велика већина наших радио и телевизијских станица и новина беспоговорно спроводи уређивачку политику која има неколико својих „кумира“ – Европу, евроатлантске интеграције, суочавање са „лошом прошлошћу“, денацификацију и децентрализацију. Директно или индиректно, помоћу политичких притисака или финансијског условљавања, најмоћнија компонента владајуће коалиције – Демократска странка – знатно уобличава њихов рад, односно информативни програм, одабир вести, коментаре и анализе. Веома развијен смисао за политички маркетинг и склоност ка медијским манипулацијама омогућавају овој странци да и поред врло лоше економско-социјалне ситуације у земљи одржава свој рејтинг на релативно високом нивоу. С друге стране, несумњиво је, такође, да је Српска напредна странка политички актер који већ следеће године на изборима може да порази демократе и наследи их у улози „српског кормилара“. Зато је ово добра прилика да погледамо шта нам заиста нуде „напредњаци“ – суштинске друштвене промене или само персоналну ротацију, медијску слободу или партијску пропаганду и једноумље?

Српска напредна странка представља политички уникат у Србији – њу директно и нескривено опслужују два медија – дневни лист *Правда* и радио-станица „Фокус“. Тако нешто не поседује чак ни Демократска странка, чији је утицај на медије посреднији и перфиднији. Посебан медијски феномен репрезентује радио-станица „Фокус“, која има националну фреквенцију, и која би стога морала да води колико-толико уравнотежену уређивачку политику, односно да у свом програму који се бави друштвено-политичким питањима промовише целокупан српски страначки спектар. Међутим, последњих дана, недеља и месеци ова радио-станица се преобразила у најпримитивније страначко гласило, које на српском аудиторијуму увежбава обрасце класичног пропагандног деловања. (Иако, у принципу, на истој СНС-линији, чиин се да је «Правда» током последњих догађаја ипак била знатно одмеренија и пристојнија.)

У једној студији посвећеној пропаганди њен аутор каже како је Хитлер био свакако у праву када је говорио да масама треба дуго времена да нешто схвате и упамте, па је стога понављање неопходно (Ellul, 1973: 17). Оваквог модела комуникације са својом публиком доследно се држе и водитељи радио-станице „Фокус“. Већ неколико месеци, тачније од почетка ове године, са ове радио-станице стално се могло чути како ће

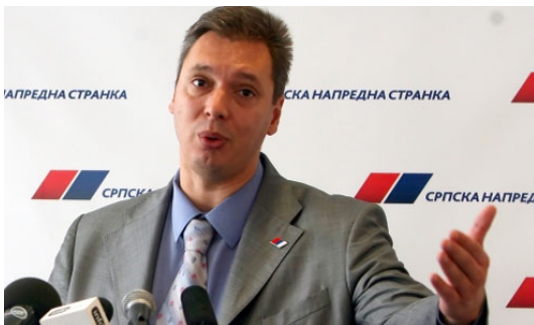
Српска напредна странка митинзима (масовним окупљањима) изнудити од владајућег режима расписивање ванредних парламентарних избора. Митинг ове странке у фебруару представљао је тест – како за СНС (како је организована и колико присталица може да изведе на улицу), тако и за поменути радио-станицу (колико је успешна у подухвату мобилизације и индоктринације маса). Пошто је митинг заиста био веома посећен, и страначки челници и њихови пропагандисти могли су задовољно да трљају руке. Међутим, обични грађани и симпатизери СНС-а нису баш имали много разлога за задовољство. Митинг, осим што је послужио као вентил да се „издува“ и каналише бес народа, суштински није ништа променио нити на српској политичкој сцени, нити у тзв. реалном животу. Влада Србије је опстала, председник Републике је наставио да води своју „маркетиншку“ политику, а социјално-економска ситуација је из дана у дан све очајнија. Поред тога, осиромашене, огорчене и понижене људе из Лесковца, Пирота или Ужица није баш упутно цимати и потезати на пут од сто, двеста или више километара само да би два сата стајали на београдском асфалту и слушали говорнике, па макар то били Томислав Николић и Александар Вучић.



Челници СНС-а могли су да упуте својим присталицама две поруке, односно две изводљиве солуције – да буду стрпљиви и сачекају редовне изборе, на којима би се убедљиво победила Демократска странка, или да у петооктобарском стилу крену да заузимају важније државне институције и насилно свргну садашњи режим. За другу опцију дотични двојац није имао нити „петљу“, нити „потврдно климање главом“ из Брисела, у којем се, суштински, „склапају“ све битне одлуке у српској политици. Што се тиче стрпљења, Николић и Вучић су га одавно изгубили. И стога се због недостатка храбрости и стрпљења, а и због изостанка одобрења из „нашег главног града“ – Брисела, руководство СНС-а одлучило да својим симпатизерима понуди трећу (и најневероватнију) опцију – митинзима до превремених избора. При томе, термин превремених избора је неколико пута померан, да би се на крају Српска напредна странка одлучила за децембар, што је у знатној мери обесмислило идеју о томе да се актуелна власт што пре замени новом и квалитетнијом.

Психолошку „обраду“ масе преузела је на себе управо радио-станица „Фокус“. Иако дводеценијски историјат вишепартизма у Србији говори да се превремени избори, суштински, нису никада добијали митинзима, главно лице ове медијске куће – Влада

Ђукановић упорно је данима и недељама убеђивао слушаоце радио „Фокуса“, како ће окупљање народа у априлу, у организацији СНС-а, произвести баш такву последицу, односно одлуку о расписивању избора. Често и просто тврђење, без икаквог резонувања и без икаквих доказивања, једно је од најсигурнијих средстава да се у дух гомиле утури каква идеја, рече Густав Ле Бон (Ле Бон, 2005: 121). Међутим, тврђење има стварног утицаја само под условом да се непрестано понавља, и колико се може истим речима (Ле Бон, 2005: 122). Поменути водитељ доследно се држао оба ова принципа – из дана у дан је неуморно и до бесвести понављао како ће се у априлу нешто крупно десити у Србији, како је то месец одлуке, а митинг невиђена шанса за препород Србије. Још у марту Ђукановић је на крају сваке своје емисије пуштао песму Здравка Чолића „Април у Београду“ како би његови позиви на окупљање били што сугестивнији (мада садржај саме песме нема никакве везе са најављиваним догађајем, нити политиком уопште). Пошто се ни на априлском митингу СНС-а није ништа спектакуларно десило, Томислав Николић је одлучио, очигледно под притиском савести због лоше процене и замајавања јавности, да ступи у штрајк глађу и жеђу и тако испослуже одржавање избора у децембру.



У уређеним демократским државама радио-станица попут „Фокуса“ тешко да би могла да поседује националну фреквенцију. То је једини електронски медиј са националном фреквенцијом у Србији, а вероватно и у региону и шире, у чијим се емисијама водитељи на сав глас хвале својом страначком оријентацијом или припадношћу (СНС-у), отворено и без устезања пропагирају идеје једне (и само једне) политичке организације и величају њене вође. Једини достојан пандан оваквом „Фокусу“ мога би да буде „Пешчаник“, односно Б92 из своје најгоре ЛДП-овске фазе.

Уређивачка политика ове радио-станице је препознатљива – на једног госта из „супротног тора“ долази најмање неколико оних који безрезервно подржавају политику СНС-а. Пошто је Ђукановићева емисија „На линији“ интерактивног карактера (базира се на директном укључивању слушалаца у програм и њиховом разговору са водитељем), свој допринос пропаганди политике СНС-а давао је и „верни аудиторијум“ – тзв. фокусовци. Реч је углавном о доконим људима, који се преко радија жале како немају „ни за ‘леба деци“, иако, гле чуда, могу да одвоје новац за непотребне телефонске импулсе. Поједине особе са стварним или измишљеним именима редовно се јављају и учествују у овој емисији, хвалећи до изнемоглости СНС и њен лидерски двојац,

и жалећи се истовремено како се тешко живи (што је, у суштини, тачно). Међутим, озбиљније аргументације и расправе на овом радију и у овој емисији нема. Уколико се у програм јави слушаалац који не дели одушевљење СНС-ом, Николићем или Вучићем, изрази сумњу у њихове намере или способности, или чак доведе у питање сврсисходност европских интеграција, речити Ђукановић (иако са најчешће врло слабом аргументацијом), одмах упада у реч саговорнику, прекида га, а може се чути и његова „учтива“ фраза упућена неистомишљенику – „молим вас не лупетајте“. Наравно, за неког ко није новинар, већ пропагандиста, овакав поступак је сасвим оправдан и разумљив – пропаганда не може да толерише било који сегмент мишљења ван своје сфере; она не може да толерише било коју врсту независности (Ellul, 1973: 12).

Мање талентован и речит је Угљеша Мрдић, који дефицит реторских способности надокнађује ентузијазмом. Његово вођење програма уживо 18. априла у вечерњим сатима такође је представљало типичан образац пропагандног деловања. Људи углавном мисле да пропаганда значи лагање. Ипак, уместо са лажима, права (и ефикасна) пропаганда пре барата са полуистинама, делимичним истинама или истинама извученим из контекста. Тачно је да је неколико хиљада присталица СНС-а те вечери поводом штрајка глађу и жеђу Томислава Николића протестовало испред зграде председништва Србије, међутим, Мрдић је тај број увећао на чак 15 хиљада, уз напомену како се временом на хиљаде људи придружује протесту. Хипотетички, да је обичан грађанин у унутрашњости Србије слушао само радио станицу „Фокус“ стекао би утисак да се на улицама Београда „ваља река људи, и у престоници одвија својеврсна „плишана револуција“. Посебно је било занимљиво Мрдићево комуницирање са присталицама СНС-а из унутрашњости који су јављали како се наводно и у њиховим градовима одвијају велики протести, и његова питања типа – „на чију је страну стала полиција и да ли је полиција уз народ“? Овако срочена питања могла су да створе импресију да се говори не о Краљеву или Чачаку, већ о Мисурати или Ацдабији, јер полиција „заузима“ страну тек онда када почну физички конфликти и када „проговори оружје“, док иначе, уколико је све мирно, само врши своје рутинске дужности.



Посебан стил комуникације и вокабулар на радио „Фокусу“, гаји водитељ Дејан Анђус, који иначе прати спортска дешавања. Док се Мрдић клони ружних речи, Анђус (попут Ђукановића у последње време) на радију са националном фреквенцијом често воли да за неистомишљенике (демократе, радикале, социјалисте, поједине новинаре, аналитичаре, спортске функционере) употребљава следеће изразе – болесник, лопужа, кербер, продана душа, дебелгуза, плаћеник, перач пара, мафијаш... Ова аргументација а

d
hominem

последњих дана била је резервисана за сваког ко није показивао довољан степен разумевања за одлуку Томислава Николића да започне свој штрајк глађу и жеђу. Колико

су такве (дис)квалификације тачне – да ли је неко заиста мафијаш или лопужа – Анђуса и његове слушаоце превише не занима. Маси, која је објекат пропаганде радио „Фокуса“, пријају овако „тешке“ речи јер распаљују страсти и доводе до посебних душевних стања (узбуђености и помахниталости).

С друге стране, за лидере СНС-а су намењени само афирмативни и похвални изрази. Због одлуке о штрајку глађу и жеђу Томислав Николић је у коментарима водитеља и слушалаца радио „Фокуса“ задобио димензије и одлике скоро па митског бића – он је истовремено мученик, „библијски лик“, месија – и тешко ономе ко доведе у питање кредибилитет напредњачког лидера. При томе, нико од водитеља није проблематизовао оправданост таквог геста, посебно због тога што Николић није тражио изборе одмах, већ у децембру ове године – до када би народ у Србији још неких две стотине дана морао да економски и социјално пропада.

Нескривена и често иритирајућа пропаганда на радио „Фокусу“ одвијала се чак и у данима пред највећи хришћански празник – Васкрс. На Велики петак ови „велики православци“, изузев Мрдића, наставили су да употребљавају недоличан речник за политичке неистомишљенике, а уместо патријархове са највећим страхопоштовањем читала се „посланица“ европског комесара Штефана Филеа, у којој је он наводно подржао гест Томислава Николића. Такође, међу слушаоцима се вештачки одржавала тензија у погледу Николићевог здравственог стања (да ли ће уопште преживети), иако је од почетка било јасно да лекарски тим око њега нипошто не би дозволио фаталан крај.

Када је Томислав Николић коначно одустао од штрајка и када је замислио о изборима у децембру доживела фијаско, водитељи на радио-станици „Фокус“ почели су да убеђују аудиторијум како је штрајк напредњачког лидера био политички успешан и плодотворан. Наводно, тим штрајком је показано колико су људи на власти бездушни и неосетљиви (као да то српска јавност није већ раније уочила). Све у свему, Ђукановић, Мрдић и Анђус уложили су велики напор да рационализују Николићев поступак и да очигледан неуспех његове стратегије релативизују и чак прогласе за тријумф. Ако читалац ових редова мисли да је то наишло на одбојност међу слушаоцима радио-станице „Фокус“, грдно се вара. Напротив, лишени времена, хтења и капацитета да логички размишљају, већ одраније психолошки „препарирани“, слушаоци овог радија су се масовно јављали у програм да поздраве „нашег Тому“, да му честитају „велики успех“ (иако превремени избори нису обећани) и да му поруче да их и даље води у „нове победе“ (није јасно које).

Ако се читалац ових редова можда запита како је то могуће, може му се узвратити одговором – врло је могуће. У Србији са 350 хиљада потпуно неписмених, са 1,3 милиона

оних који никада нису стигли ни до „мале матуре“ и укупно два милиона функционално неписмених – оних који не могу да разумеју прочитани текст (*Вечерње новости*, 22. април 2011), дисквалификације и погрдни епитети на рачун опонената и непрестана величања лика и дела „највећег Србина данас“ (наравно, реч је о Томиславу Николићу) и те како могу да „пију воду“ и имају ефекта. Поред тога, људски капацитет за заборављање је безграничан – без фасцинантне способности заборављања слушаоци радио „Фокуса“ никада не би могли да славе „успех“ Томислава Николића, који је тек неколико дана пре одлуке о прекиду штрајка обећавао да неће од тог штрајка одустати док се не добију избори у децембру (о ранијим обећањима везаним за седење на стирању да се и не говори).

Легитимно је право водитеља радио „Фокуса“ да имају своје политичке фаворите. Могла би им се прогледати кроз прсте и дискретна благонаклоност према СНС-у. Може се прећи чак и преко неке оштрије речи или квалификације – људски је грешити. Међутим, последњих дана, недеља, па и месеци њихова пристрасност је постала тако очигледна, а острашћеност тако изражена да се у јавности већ јавља запитаност о томе колико је уопште оправдано да оваква радио-станица поседује националну фреквенцију. Уместо да буде медијски сервис свих грађана, без обзира на њихово страначко опредељење, радио „Фокус“ је постао пропагандно гласило СНС-а, које се устремљује на све оне који другачије мисле, говоре или пишу. Аргумент да ни друге медијске куће нису ништа боље није ваљан – не могу се властити пропусти правдати туђим. Коначно, цела прича око деловања ове радио-станице има још један аспект. Уколико једног дана СНС заиста дође на власт, особе које су поменуте у овом тексту могле би, уз још неке друге „напредњачке узданице“, постати главни уредници или руководиоци на тзв. државним медијима. Како би онда изгледао информативни програм РТС-а или садржај, рецимо *Политике*, може да се претпостави...

Коришћена литература

Густав Ле Бон, *Психологија гомиле*, Београд, 2005.

Jacques Ellul, *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*, New York, 1973.

вечерње новости од 22. априла 2011. Текст „Палац се не предаје“.