

МАНИПУЛАЦИЈА У ОНЛАЈН МЕДИЈИМА БиХ

Сажетак: Широка распрострањеност, практичност, једноставност, могућност избора и прије свега ниска цијена само су неке од предности онлајн медија које привлаче све већи број реципијента који се информишу преко интернет платформе. Али поред предности онлајн медији имају и недостатке. Информације се често пласирају анонимно, врло брзо и лако се шире, тешко се контролишу и демантују што омогућава и олакшава манипулацију. Да ли и у којем броју онлајн медији у БиХ пласирају манипулативне садржаје, колико поштују правне и етичке кодексе при извјештавању и да ли су и колико ефикасна регулаторна тијела и законска регулатива онлајн медија у БиХ? У овом раду бавићемо се управо тим.

Кључне ријечи: манипулација, интернет, онлајн медији, етика, законска регулатива

1. Уводна разматрања

Нови медији нису могући без интернета. Ово потврђује и чињеница да ни једна озбиљна новинска, радио или телевизијска кућа није пропустила да оснује властиту веб страницу. Поред веб издања традиционалних медија ту су и медији који се остварују само путем интернета – портали, блогови, друштвене мреже итд.

Поред свих предности и позитивних страна интернет има и недостатке. С обзиром на његову широку распрострањеност и глобални досег, манипулација у онлајн медијима је доста лакша. Данас скоро сваки корисник интернета може креирати и пласирати (лажну) информацију, изрећи сопствени став о неком догађају, личности или појави, преусмјерити пажњу с важних на неважне ствари и сл. Поред тога контроле и цензуре на интернету скоро и да нема. Иако постоје етички кодекси за интернет новинарство веома је тешко одредити санкције, односно систем кажњавања за оне који их прекрше.

У Босни и Херцеговини (БиХ), као и у осталим земљама у региону, интернет новинарство још увијек није на нивоу као у развијеним земљама. Ипак, та тенденција је у порасту, јер се сваким даном све више људи, поготово младих, укључује онлајн. Повећањем броја корисника интернета повећава се и број медија, али и простор за манипулацију. Узмемо ли у обзир да је БиХ земља са

специфичним националним саставом и државним уређењем, да је друштво у њој стално укључено у процесе етничких, политичких и других подјела, раскола и неслагања, можемо констатовати да су у једној таквој ситуацији медији углавном наклоњени неке и да су склони манипулацији.

Иако се манипулација углавном одвија преко средстава масовног комуникарања, у овом раду ћемо покушати објаснити медијску манипулацију, њену заступљеност у онлајн медијима, те представити неке од метода медијске манипулације. Покушаћемо доћи до одговора колико онлајн медији у БиХ пласирају манипулативне садржаје, да ли поштују правну регулативу и етичке кодексе? Одговор на ова питања покушаћемо добити кроз квалитативну анализу садржаја одабраних онлајн медија у БиХ. Анализираћемо како су онлајн медији извјештавали о повратку Момчила Крајишника из Хага и о организовању дочека у Палама поводом његовог доласка.

2. Појмовно одређење манипулације

Манипулисање је старо колико и људска цивилизација. Људи су манипулисали једни другима и били манипулисани од свог настанка. Међутим, сам појам манипулације, односно онако како се он данас тумачи почиње с 20. вијеком.

Сама ријеч вуче коријен из латинског језика и кованица је од двије ријечи: *manus* – рука + *pulare* – угладити, глачати, додиривати, пипати. У почетку појам манипулације односио се на обраду неког предмета помоћу вјештог коришћења руку.

Данас појам манипулације обично има пежоративно значење и у већини случајева означава односе међу људима који врше утицај једни на друге да би остварили неки лични циљ или групни интерес. „Манипулација је пронициљиво, вјешто и спретно (данас би рекли стручно) руковање или управљање стварима и/или људима да би се остварио неки жељени циљ“ (Шушњић, 1999: 35).

Међутим, манипулација има најбољи ефекат кад жртве овог чина нису свијесне да су изманипулисане, то јесте када су саме убијеђене у оно што им манипулатор представља. Тако, Емил Влајки истиче да је манипулација „превара која се изводи тако да жртве тога нису свјесне, јер им се аргументација манипулатора чини логичном, тако да суштински гледано, оне (несвјесно) учествују у варању себе“ (Влајки, 2007: 275). И Филип Бретон такође наглашава да се „манипулацијом заиста тежи стварању слике стварности која изгледа као да јесте стварност“ (Бретон, 2000: 19).

Ипак најобухватнију дефиницију манипулације дао је Ђуро Шушњић у својој књизи *Рибари људских душа*. Он каже да се „манипулација може одредити као смишљен, систематски и контролисан поступак или скуп поступака помоћу којих манипулатор, користећи симболичка средства, у за њега погодним психосоцијалним условима, одашиље у масу, преко средстава комуникације,

одређене поруке, с намјером да утиче на увјерења, ставове и понашање великог броја људи, тако да би се они у стварима о којима не постоји општа сагласност, а за које су животно заинтересовани, усмјерили према убјеђењу, ставовима и вриједностима, манипулатора, а да тога нису ни свјесни“ (Шушњић, 1999: 42).

Кад говоримо манипулацији свакако не можемо заобићи америчког лингвисту и научника Ноама Чомског. Он у својој књизи *Тиха оружја за тихи рат* издваја десет стратегија манипулације људима.¹

1. **Преусмјеравање пажње.** Пажњу јавности преусмјеравати са важних проблема на неважне. Презапослити јавност поплавом небитних информација, да људи не би размишљали и стекли основна сазнања у разумијевању свијета.
2. **Стварање проблема.** Ова метода се назива и „проблем-реаговање-рјешење“. Треба створити проблем, да би дио јавности реаговао на њега. На примјер: изазвати и преносити насиље са намјером да јавност лакше прихвати ограничавање слободе, економску кризу или да би се оправдало рушење социјалне државе.
3. **Поступност промјена.** Да би јавност пристала на неку неприхватљиву мјеру, уводити је постепено, „на кашичицу“, мјесецима и годинама. Промјене које би могле да изазову отпор, ако би биле изведене нагло и у кратком временском року, биће спроведене политиком малих корака. Свијет се тако временом мијења, а да то не буди свијест о промјенама.
4. **Одлагање.** Још један начин за припремање јавности на непопуларне промјене је да их се најављује много раније, унапријед. Људи тако не осјете одједном сву тежину промјена, јер се претходно привикавају на саму идеју о промени. Сем тога и „заједничка нада у бољу будућност“ олакшава њихово прихватање.
5. **Употреба дјечијег језика.** Када се одраслима обраћа као кад се говори дјечи, постижемо два корисна учинка: јавност потискује своју критичку свијест и порука има снажније дејство на људе. Тај сугестивни механизам у великој мјери се користи и приликом рекламирања.
6. **Буђење емоција.** Злоупотреба емоција је класична техника која се користи у изазивању кратког споја, приликом разумног просуђивања. Критичку свијест замјењују емотивни импулси (бијес, страх, итд.). Употреба емотивног регистра омогућава приступ несвјесном, па је касније могуће на том нивоу спровести идеје, жеље, бриге, бојазни или принуду, или пак изазвати одређена понашања.
7. **Незнање.** Сиромашнијим слојевима треба онемогућити приступ механизмима разумијевања манипулације њиховим пристанком. Квали-

¹ Стратегије манипулације људима по Чомском можемо наћи на више линкова на интернету. Ми смо их преузели са портала Бука. Текст доступан на: <http://www.6yka.com/novost/15833/comski-deset-strategija-manipulacije-ljudima>

тет образовања нижих друштвених слојева треба да буде што слабији или испод просјека, да би понор између образовања виших и нижих слојева остао непремостив.

8. **Величање глупости.** Јавност треба подстицати у прихватању просјечности. Потребно је убједити људе да је („ин“, у моди), пожељно бити глуп, вулгаран и неук. Истовремено треба изазивати отпор према култури и науци.
9. **Стварање осјећаја кривице.** Треба убједити сваког појединца да је само и искључиво он одговоран за сопствену несрећу, усљед оскудног знања, ограничених способности, или недовољног труда. Тако несигуран и потцјењен појединац, оптерећен осећајем кривице, одустаће од тражења правих узрока свог положаја и побуне против економског система.
10. **Злоупотреба знања.** Брз развој науке у последњих 50 година ствара растућу провалију између знања јавности и оних који га посједују и користе, владајуће елите. „Систем“, заслугом биологије, неуробиологије и практичне психологије, има приступ напредном знању о човјеку и на физичком и на психичком плану.

На основу досад истакнутог можемо рећи да манипулација представља поступак подређивања појединаца, друштвених група, јавности, комуникацијске процедуре, комуникацијских канала, комуникацијских субјеката и медија одређеној врсти интереса.

3. Медијска манипулација, интернет новинарство и онлајн медији

Медијску манипулацију најједноставније можемо дефинисати као варку, обману, превару, подвалу, којом манипулатор управља циљаном групом, а за то користи масовне медије. То је у ствари смишљено баратање нетачним подацима, извргнутим чињеницама и лажним интерпретацијама како би се остварила контрола над рецепијентима.

Манипулација јавности путем масовних медија је стварање слике која одговара одређеним интересним групама. Она је углавном прикривена уређивачким поступцима, и да би се открила потребно је обратити пажњу на ствари у контексту теме, садржаја као и друштвених околности у којим се манипулативна порука преноси.

Раденко Удовичић у својој књизи *Вјеродостојност медија – теоријске и практичне дилеме* износи 15 метода медијске манипулације.

1. **Нетачан податак.** Може да буде последица медијске непрофесионалности или фиксиране намјере аутора. У сваком случају последица његове употребе је разорна за функцију медија у јавности.

2. **Манипулација подацима.** Подразумјева коришћење података који немају елементарне наводе који би дали кредибилитет тим подацима. Најпознатији примјери ове методе јесу употреба података о броју жртава у Јасеновцу (подаци који варирају од 70 до 700 хиљада жртава) или подаци о броју жртава у Сребреници (од 1800 до 8200 и стално расте).
3. **Подметнута вијест.** Подметнута вијест се сматра најгорим видом манипулације. Таква вијест је углавном измишљена или је заснована на полуистини. Један од најбољих примјера ове вијести је „вијест“ о поновном уласку руских трупа у Грузију из фебруара 2010. године.
4. **Анкета.** Анкета је илустрована форма реаговања јавности поводом неког догађаја о којем медиј извјештава. Она не може бити став јавности, јер се до ставова јавности долази методама истраживања а не изјавама случајно изабраних грађана. У овом случају новинар најчешће одговоре вади из контекста, те селективно прихвата само оне одговоре који су подобни за доминирајући став.
5. **Негативна селекција и пристрасност.** У овој методи манипулација се не састоји у искривљавању података или њиховој нетачности већ у избору само оних информација које у негативном свијетлу показују догађај, његове актере или неку појаву. Јавности се сугеришу једностране, негативне слике, а изостављају се или занемарују позитивне, односно оне које би у другачијем свијетлу представиле догађај, ток догађаја, односно особу или појаву о којој се пише.
6. **Неправовремена информација.** Правовременост је један од кључних критерија за остваривање информативне функције медија. Временом објављивања се може манипулисати, односно бирати најповољнији тренутак објављивања како би се постигла повољна ситуација за остваривање циљаног ефекта.
7. **Један извор.** Новинарско правило је да се у извјештавању о свим контроверзним догађајима, поготово гдје постоје различити углови гледања и гдје је јавно мњење подијелено, користи више извора информација. Ова метода подразумијева некориштење више извора већ само једног, односно сагледавање догађаја или појаве из само једног угла.
8. **ТВ и радио перформанс.** ТВ и радио перформанс спадају у новије облике манипулације са великим посљедицама за јавност. Електронски медији са својим креативним техничко-технолошким могућностима високог утицаја на перцепцију гледалаца могу послужити за различите облике манипулације. Сликвит примјери ове методе су Велсова радио драма о искрцавању марсоваца и ратни дневници Српске радио-телевизије чији је уредник и водитељ био Ристо Ђого.
9. **Оригинални и одглумљени документ.** У настојању да прича о интересантном догађају буде што увјерљивија и телевизијски занимљи-

вија, телевизије знају прибијећи комбиновању оригиналних докумената и инсценирању стварног догађаја. Ова метода користи се углавном са информативном задршком, односно у документарним програмима. Овакав начин продукције „документарне истине“ веома је склон манипулацији.

10. **Манипулација насловом.** Добар наслов треба да буде експресиван и занимљив и да у што краћој форми означи суштину текста који слиједи. Корак даље од ове легитимне улоге наслова јесте избор бомбастичних порука које нису суштина у тексту, а затим и оних које су измишљене и које читаоца одводе у смјеру у којем ни аутор није намјеравао. Иза тога слиједи чиста манипулација – наслов у искривљеном значењу или са нетачном чињеницом и закључком манипулише читаочевом перцепцијом и његовим закључком.
11. **Атрибути.** Старо новинарско правило гласи: служи се што мање атрибутима и бићеш вјеродостојнији с аргументима. Новинари се често користе атрибутима (нпр. „криминалац“, „фашиста“, „лопов“, „лажов“, „злочинац“ и сл.) кад немају чврсте аргументе за своју причу, а ако и имају они се губе пред масовношћу атрибута.
12. **Злоупотреба свједока.** Класичан облик манипулације свједоком је избор „подобног свједока“ који може да има снажан утицај у јавности, поготово ако је она већ фрустрирана медијским и политичким манипулацијама.
13. **Извлачење из контекста.** Најизразитији примјер ове методе је ускраћивање цјелине, односно цитирање само дијела саговорникове изјаве на основу које се губи смисао и контекст који носи цјелина и сугерише став или оцјена коју саговорник није имао. Тиме се реципјенти доводе у заблуду.
14. **Употреба стереотипа.** Медијско баратање стереотипима је најпогоднија врста манипулације и ресурс за усмјеравање друштвених процеса у жељеном правцу. Иако у сваком стереотипу има истине, та истина није увијек примјењива и зависи од друштвеног контекста.
15. **Предимензионирање.** Ова метода подразумева давање много веће пажње и значаја појединим догађајима у односу на њихов контекст и улогу у стварном животу (Удовичић, 2012: 63–73).

Неке од ових метода користимо као варијабле у доказивању наше тезе.

Интернет новинарство² (engl. online journalism) директно је повезано с развојем интернета који крајем 20. вијека постаје медиј масовног комуникарања који окупља највећи број корисника.

Историја интернет новинарства почиње крајем 20. вијека, тачније у мају 1992. године када *Чикаго трибјун* (Chicago Tribune) пласира прво издање онлајн дневних новина (Chicago Online). Након тога слиједи *Њујорк тајмс* (The

² Синоними: мрежно новинарство, електронско новинарство, онлајн новинарство.

New York Times) и Би-Би-Си (BBC) који су на вебу од 1994. године, а затим и *Вашигтон пост* (Washington Post) који своје онлајн издање представља 1995 године. Фаза иницирања посебних новинарских интернет сајтова почиње 1996. године, а годину дана касније доживљава свој пуни развој. Свјетска мрежа већ 1998. године има 4925 посебних издања интернет новина (Гоцини, 2001).

Интернет новинарство можемо дефинисати као форму новинарства која се остварује путем интернета као медија. Татјана Тапавички Дуроњић истиче да је „интернет новинарство оно новинарство које своје садржаје дисеминује јавности посредством електронске технологије. Оно ствара медијски садржај, поседује засебну технолошку структуру, повезано је са већ конструисаним медијским институцијама, има своје кодексе за рад и преноси информације у различитим формама до масовне публике“ (Тапавички Дуроњић, 2008: 65).

Данас свака озбиљна медијска кућа има своје онлајн издање. Поред интернет издања традиционалних медија, ту су портали, блогови, друштвене мреже и сличне форме **онлајн медија** путем којих се корисници интернета могу информисати. „Кључни процес који је омогућио развој нових медија (те је ’уграђен’ у платформе на којима их користимо или у канале њихове дистрибуције, а још више и у све садржаје) је процес конвергенције. (...) Конвергенцији је могуће приступити из аспекта *мреже* (полази од претпоставке да ће сви начини преноса нудити све услуге и садржаје) *корисника* (универзални конвергентни уређаји омогућиће доступност свим садржајима и услугама), те *повезивања досад различитих сектора* – такозвана интерграција ЗСИ (ЗС – *content, computing, communication*). Синергијски ефекти комбиновања различитих медија, платформи и начина презентације информација и садржаја обично су полазили од релативно једноставне идеје: више различитих услуга, производа и садржаја заједно ће донијети нова побољшања или предности, а тек ће се на разини цјелине моћи оцјенити шта се све промјенило на боље“ (Перушко, 2011: 205, 206).

Када говоримо о предностима онлајн медија ту су свакако брзина, једноставност коришћења, практичност, ниска цијена, глобална доступност у свако доба, широка могућност избора итд.

Једна од највећих предности која се приписује онлајн медијима јесте појава двосмјерне комуникације и интерактивне публике. Та публика не само да активно прима медијске садржаје и даје им своје значење и смисао, већ има могућност да их мијења, преобликује, па и да учествује у креирању садржаја и да их дистрибуише даље. То значи да онлајн медији укидају монопол над информацијама које су имали новинари и уредници у медијском систему прије њиховог настанка.

Међутим, као и сви други, и онлајн медији имају своје недостатке. Највећи од свих је свакако систем контроле над онлајн медијима, односно непостојање адекватне законске регулативе. Иако постоје етички кодекси за интернет новинарство, уредници и новинари онлајн медија су склони њиховој злоупотреби и непоштовању, јер је тешко одредити санкције, односно систем кажњавања за оне који их прекрше.

Такође и неке предности онлајн медија могу бити и мач са двије оштирице, поготово када говоримо о брзини и укључивању публике у процес креирања медијских садржаја. У том случају информације се често пласирају анонимно, врло брзо и лако шире, а тешко спрјечавају и демантују.³

Сви ови фактори који су наведени као недостаци онлајн медија и те како омогућавају и олакшавају манипулацију.

Уредница портала Мондо Весна Керкез истиче да се на једном веб порталу може за један сат наћи афера, реакције и закључак или рјешење. „Дакле, брзина је основна и највећа предност онлајн медија, али је и кључна ствар код манипулације“ (Керкез, 2013: 3).⁴

Она даље наводи да ако изузмемо то да медији манипулишу другима, такође постоји и манипулација самих медија. Она се огледа у форсирању неважних ствари, да би се фокус новинара скренуо са нечега о чему партија, власт или моћници не желе да се извјештава (Исто, 8).

Такође оно што и те како повећава могућност манипулације преко онлајн медија је и (не)провјеравање информација. Већина људи који се информишу преко онлајн медија не провјеравају информације, поготово ако оне звуче реално и могуће. Комуниколог Енес Османчевић истиче да „провјера тачности информација на интернету зависи од медијске/електронске писмености корисника. Чар интернета и јесте у томе да свако може публицирати. Но, треба водити рачуна о томе ко пласира информације, на ком медију, у ком облику и на који начин. Ту детекцију отежава такозвано 'сору-paste' новинарство у којем се информација преноси у много онлајн медија без навођења извора“ (Османчевић, 2013: 5).⁵

4. Манипулација у онлајн медијима БиХ

БиХ је специфична по много чему. Земља која још увијек трпи посљедице рата, која пролази кроз политичку, економску, културну па и медијску транзицију, у којој живи велики број неписменог и необразованог становништва, као и медијски неписменог, затим земља специфичног националног састава, као и државног уређења, са поремећеним системом вриједности и односа унутар самог друштва... веома је погодно тло за манипулацију.

У таквој једној средини медији су углавном наклоњени неке и манипулишу на различите начине, пажљиво бирају и пласирају информације и теме,

³ Један од најбољих примјера ове констатације је вијест која је објављена 10. октобра 2012. године да је умро познати сарајевски пјевач и кантаутор Кемал Монтено. Вијест је први објавио сарајевски портал „Source.ba“, а затим се брзо проширила, јер ју је преузело још неколико портала, одмах се нашла и на друштвеним мрежама, а чак ју је објавила и енглеска верзија Википедије.

⁴ <http://www.etratika.net/drustvo/13486-manipulacija-u-onlajn-medijima>

⁵ Исто.

стварају вјештачке афере, циљано бирају саговорнике који ће потврдити оно што медији или они који управљају медијма желе „прогурати“. Разлоге оваквог стања можемо тражити и у политичким притисцима на медије, економској егзистенцији медија, непрофесионалности кадра који ради у медијима и власништву медија. Чини се да сваки од ових фактора помало доприноси доминантности манипулативних садржаја у онлајн медијима.

Нажалост и законска регулатива је наклоњена таквом систему функционисања. Тијело које је задужено да прати рад онлајн медија у БиХ је Вијеће за штампу. Вијеће је саморегулаторно тијело и у складу са принципима медијске саморегулације, његов рад огледа се у праћењу поштивања Кодекса за штампу и онлајн медије у БиХ. У складу с овим кодексом, Вијеће не може новчано казнити, суспендовати или затворити медијске куће. Потенцијалне спорове између јавности и штампе и онлајн медија, Вијеће за штампу у БиХ рјешава користећи се искључиво новинарским средствима, као што су: право на одговор, објављивање исправке, извињење и деманти. То значи, ако Жалбена комисија Вијећа за штампу процени да је одређени медијски садржај прекршио принципе Кодекса за штампу и онлајн медије, медиј у којем је објављен тај садржај дужан је објавити исправку. За све остале озбиљније случајеве кршења медијских слобода у БиХ, релевантни су закони о заштити од клевете, имплементирани у оба ентитета (Вијеће за штампу и онлајн медије, 2013).⁶

„Изостанак законске регулативе за оснивање веб портала потпомаже могућност манипулисања. Да бисте основали портал у БиХ не морате имати никакву дозволу, па чак нити упис у било какав регистар. Дакле, препознавање манипулативног садржаја се своди на способност корисника и на његову медијску културу“ (Османчевић, 2013: 10).⁷

У БиХ егзистира велики број онлајн медија. Скоро све медијске куће имају своје онлајн издање. Поред тога ту су портали, блогови... У нашем раду анализирали смо садржај пет онлајн медија, три из Републике Српске (РС), два из Федерације БиХ (ФБиХ) који су пратили или писали о повратку Момчила Крајишника из Хага, те о дочеку приређеном у Палама поводом његовог доласка. То су медији: онлајн издање дневних новина *Прес РС*, онлајн издање дневног листа *Независне новине* и портал *Палелајв* из РС и онлајн издање дневне новине *Ослобођење* и портал *Бука* из ФБиХ.

Прије анализе истаћи ћемо неколико чињеница које су везане за овај догађај, а које ће нам користити у доказивању наше тезе.

Први предсједник Народне скупштине Републике Српске и први српски члан Предсједништва дејтонске БиХ Момчило Крајишник стигао је у Пале 30. августа 2013. године око 20:00 часова, након што је издржао двије трећине казне коју му је изрекао Хашки трибунал. Крајшник је првостепено био осуђен за злочине почињене током рата у БиХ на 27 година затвора, а Жалбено вијеће Хаш-

⁶ <http://www.vzs.ba>

⁷ <http://www.ctrifika.net/drustvo/13486-manipulacija-u-onlajn-medijima>

ког трибунала му је 17. марта 2009. изрекло казну од 20 година. У организацији Општинског одбора Српске демократске странке у Палама, поводом Крајишничког доласка на Градском тргу у Палама приређен је свечани дочек. Дочеку су присуствовали високи функционери СДС-а, као и око 4000 грађана, од којих је било око 500 који су тог дана стигли углавном из источних крајева РС.

Први онлајн медији који се огласио поводом Крајишничког доласка био је портал *Бука*. Већ ујутро у 8:29 часова 30. августа објављена је колумна Драгана Бурсаћа под насловом „Момчило Крајишник – Обрванов последњи лет“.⁸ Овај текст обилује негативним уклоном према догађају, као и према самом актеру.

Одмах на почетку увиђамо манипулацију насловом, гдје аутор погрдним именом назива Крајишника и исмијава његов физички изглед. Такође, и други дио наслова „последњи лет“ је сензационалистички написан и може да одведе читаоце на погрешан закључак. Поред наслова поменућемо и међунаслов: „Српске усташе“, „Обрванова нафта“, „Обрванови академци“ који су такође сензационалистички и манипулативног карактера. Даље у тексту аутор непрекидно етикетира Крајишника атрибутима „чекићар“, „ратни злочинац“, „лопов“, „класични криминалац“, „Момчило феномен читаве РС, а и шире“, „цепарош“, „наш херој Момо“, „шверцер нафтом“, „Младићев хабаб“ и сл. Поред тога пише о свему другом него о самом догађају. Да су „ноћ прије феште утихнули јагањци и прасићи на Романији“, да се „Крајишник навикао на затворске ћелије прије Хага због проневијере у Енергоинвесту“, о сукобу са Биљаном Плавшић за коју каже „да вјероватно није била довољна злочинка, па да јој због тога није био организован дочек“. Аутор тврди и то „како су за Крајишника усташе сви хомосапијенси од западно од Прњавора“, „ће да се запосли на пумпу својих синова која је настала на нафтоносним пољима минулог рата“ итд. Оно што још примјећујемо, а занимљиво је, то је да аутор има позитиван уклон према Ратку Младићу. Назива га „војним руководиоцем тадашње војске РС“, па чак и „генералом“?! То је свакако несвакидашње, јер је Младић у медијима ФБиХ углавном „ратни злочинац“, „монструм“, „кољач“ или евентуално „оптужени за ратне злочине“. Наравно свако зашто има своје зато – аутор текста износи биљешке (нигдје нема податка одакле су те биљешке и да ли су тачне и поуздане) Ратка Младића у којима наводно пише „да је Крајишник 1993. године проневијерио 2,5 милиона долара“.

Из анализе овог текста можемо препознати скоро све методе манипулације. Аутор манипулише насловом и поднасловима, манипулише подацима, нема ниједног извора за тврдње које износи, извлачи податке из контекста, пристрасан је и прави негативну селекцију. Такође, користи се атрибутима и стереотипима и предимензионира ствари. Стиче се утисак да се ова „колумна“ могла написати и без догађаја који је очигледно био само повод. Поред свега овога текст обилује и разним вулгаризмима, непримјереним за новинарско писање, па чак и у колумни.

⁸ Текст доступан на: <http://www.6yka.com/novost/43233/dragan-bursac-momcilo-krajisnik-obrvanov-posljednji-let>

Други текст који смо анализирали је извјештај који је објавило онлајн издање дневног листа *Ослобођење* 30. августа под насловом „Повратак пумпације“.⁹ За разлику од претходног текста овај се бави догађајем. Међутим, и код овог текста прво што уочавамо је манипулација насловом који се може тумачити на разне начине. Такође и међунаслови имају сличне карактеристике: „Паљани незаинтересирани“, „Жели спрати љагу“. Друга метода манипулације коју препознајемо је манипулација подацима којом аутор текста жели да минимизира догађај. Он тврди да су „улице пуне, Паљани незаинтересовани и да знају за Момчила Крајишника само због пумпе коју посједује његова породица, да је присутно око 500 људи углавном придошлица“. Реченицама „на ономе што се назива градским тргом у улици Вука Караџића“ и „у позадини су рекламе Фабрике духана Сарајево које прекривају огромни тржни центар Конзум, најмонументалнију грађевину поратних Пала“, аутор минимизира и сам град Пале, негативном селекцијом и пристрасношћу, које можемо пронаћи кроз читав текст. И у овом тексту не остају атрибуту: „пумпација“, „осуђени ратни злочинац“, „ратна српска пријестолница“, „величанствени скуп“, „велики догађај“, „свечани моменат“. Анкета је метода коју такође уочавамо. Узет је став „само групе младића“ што значи да се селективно приступило и искористили су се само они одговори који су подобни за доминирајући став медија. С тим у вези имамо само један извор, а не сагледавање догађаја из другог угла. Када сагледамо овај текст као цјелину можемо комотно утврдити и методу подметнута вијест.

Медији Републике Српске су углавном догађај повратка Момчила Крајишника преносили чисто фактографски одговорима на 5W+Н питања и слагањем изјава говорника са дочека. Методе манипулације које смо проналазили су предимензионарање, пристрасност, један извор као и нетачан податак.

У извјештавању портала *Палелајв* нисмо наишли ни на једну методу према којима смо идентификовали манипулацију.¹⁰

У тексту онлајн издања дневне новине *Прес РС*¹¹ који је објављен 30. августа пронашли смо манипулацију кроз методе нетачан податак и предимензионарање. Аутор текста пише „да се на Палама окупило око 8000 људи“.

У тексту онлајн издања листа *Независне новине*¹² који је објављен 30. августа такође смо идентификовали ове двије методе. Овај текст доноси информацију да „скуп осигуравају јаке снаге полиције РС“ што је нетачан податак којим се покушава предимензионирати ситуација. Сви ови медији извјестили су о овом догађају користећи само један извор, односно сагледали су га из једног угла.

Ову, нешто бољу, ситуацију кад је у питању извјештавање онлајн медија из РС о овоме догађају можемо објаснити тиме што овај догађај сам по себи

⁹ Текст доступан на: <http://www.oslobodjenje.ba/vijesti/bih/povratak-pumpadzije>

¹⁰ Текст доступан на: <http://www.palelive.com/aktuelnosti-pale/momcilo-krajisnik-stigao-kuci-foto>

¹¹ Текст доступан на: http://www.pressrs.ba/sr/vesti/vesti_dana/story/43843/Kraji%C5%A1nik+stigao+na+Pale!.html

¹² Текст доступан на: <http://www.nezavisne.com/novosti/bih/Krajisnik-Skinucu-sa-sebe-etiketirano-zlocinca-207269.html>

има позитиван уклон по РС. Такође треба напоменути да су и остали онлајн медији у БиХ извјештавали о овом догађају на сличан начин. Из ФБиХ су стизале оптужбе и минимализација и догађаја и актера, а из РС углавном пристрасност и преувишенирање.

Прегледом извјештаја Вијећа за штампу и онлајн медије БиХ¹³ није било жалби и приговора на извјештавање анализираних медија о овом догађају.

5. Закључна разматрања

Прогрес технологије свакодневно мијења медијску слику и јасно је да будућност припада онлајн медијима. Медијске куће се морају прилагођавати таквом начину функционисања, односно морају разумјети начин живота данашњих корисника медија и прихватити њихов начине комуницирања.

Међутим, као што смо видјели из досадашњег теоретског и емпиријског истраживања, све новине које долазе са модернизацијом са собом носе и бројне опасности и те како су склоне злоупотребама. Тако је и са манипулацијом. Она постоји тамо гдје постоји интерес и функционише непримјетно и суптилно. Иако је присутна у средствима масовног комуницирања од памтивјека, онлајн медији, због специфичности које их карактеришу, са собом су донијели једну нову димензију њене примјене и кориштења.

Кад су у питању онлајн медији БиХ можемо констатовати заступљеност манипулативних садржаја у њима. Квалитативном анализом текстова које су 30. августа 2013. године објавили портал *Бука* и онлајн издање дневног листа *Ослобођење* из ФБиХ, те портал *Палелајв* и онлајн издања дневних листова *Прес РС* и *Независне новине* из РС, идентификовали смо скоро све методе манипулације које смо користили као варијабле. Овакво стање свакако није резултат једног узрока, јер чињеница је да је БиХ специфична држава по много чему. Стога и за рјешавање проблема манипулативних садржаја у онлајн медијима потребно је координисано дјеловање различитих друштвених субјеката.

Првенствено треба учити како препознати манипулацију и на тај начин је спријечити у свим сегментима. Ово се прије свега постиже писменошћу и образовањем, а затим и медијском писменошћу становништва.

Што се тиче самог новинарског посла, иако на мрежи, новинари би требало да се воде етичким и професионалним начелима и поштивању регулативе. Ипак, квалитет информације је најважнији, јер они који обмањују јавност бомбастичним, непотврђеним или, у најгорем случају, нетачним информацијама, стичу само краткорочну пажњу.

Активно учествовање јавности на интернету је нови задатак новинарства, јер управо интернет омогућава комуникацију с онима који су прије били само

13 Извјештај доступан на: http://www.vzs.ba/index.php?option=com_content&view=article&id=1413:2013-godina&catid=22:kratak-pregled-albi-po-godinama&Itemid=23

примаоци информација. Међутим, веома је важно изградити свијест о самом учествовању и колику то одговорност носи.

Стога, у времену и на простору када извјештавање не служи само за пренос информација и догађаја, већ и креирање одређеног типа идеолошке или неке друге манипулације, морамо бити опрезни било гдје, а поготово „на мрежи“.

Литература

- Бретон, Ф. (2000). *Изманипулисана реч*. Београд: Клио.
- Влајки, Е. (2007). *Увод у комуницирање постмодернизма*. Бањалука: ФПДН. Гоцини, Ђ. (2001). *Историја новинарства*. Београд: Клио.
- Тапавички Дуроњић, Т. (2008). *Компјутерска култура и модерни медији*. Бањалука: Филозофски факултет.
- Шушњић, Ђ. (1999). *Рибари људских душа*. Београд: Чигоја штампа.
- Удовичић, Р. (2012). *Вјеродостојност медија – теоријске и практичне дилеме*. Сарајево: Медиа план институт.
- Перушко, З. (2011). *Увод у медије*. Наклада Јесенски и Турк, Загреб, Хрватско социолошко друштво.

Онлајн извори

- <http://www.6yka.com/>
<http://www.vzs.ba/>
<http://www.etratika.net/>
<http://www.nezavisne.com/>
<http://www.oslobodjenje.ba/>
<http://www.palolive.com/>
<http://www.pressrs.ba/>

Miloš Malović

MANIPULATION IN ONLINE MEDIA BiH

Summary: Widespread availability, convenience, simplicity, choice and above all low prices are just some of the advantages of online media which attract an increasing number of recipients who are informed through the Internet platform. But besides the advantages, online media also have disadvantages. Information can be often placed anonymously, quickly and easily spread and it's difficult to control and deny the mand

that facilitates manipulation. Whether and in which the number of online media in BiH market use manipulative content? How they comply with legal and ethical codes in reporting? Whether and how efficient is there gulatory bodies and legal regulation online media in Bosnia and Herzegovina? In this paper we will discuss exactly that.