

ОДНОС ВОЈСКЕ С МЕДИЈИМА У ОРУЖАНИМ СУКОБИМА

Др *Славољуб Ранђеловић*, пуковник*
Мр *Ксенија Ђурић-Атанасиевски***

Правовремено упућивање информација на праве адресе путем медија представља ширење утицаја и моћи, које се по значају може мерити с ефектима прецизно усмереног оружја. Показало се да потцењивање моћи медија да обликују ставове јавног мњења може пресудно да утиче на исход рата. Искуство НАТО-а из 1999. показало је да је у кризном менаџменту неопходно дати више простора медијским активностима и обуци новинара, будући да ће се савремени сукоби водити у средишту пажње медија, а брзина преноса информација може тактичким акцијама дати стратегијски утицај. Могућности медија да брзо реагују, готово увек у реалном времену неког догађаја, и да драматизују ситуацију, ствара притисак на доносиоце политичких одлука – они одлуке доносе брже (имају мање времена за размишљање), него било када у људској историји. То повећава шансе за доношење погрешних одлука.

Кључне речи: *војска, медији, рат (оружани сукоб), односи с јавношћу (Public Relations) и јавно мњење.*

Увод

Досадашњи ратови (светски, локални), по правилу, почињали су тек после медијских кампања, којима је нападач настојао да у сопственој и широј јавности оправда агресију, углавном скривајући своје циљеве под маском залагања за универзалне вредности. Поред тога, жртва таквог медијског сукоба – најчешће асиметричног, у погледу ангажованих медија и информационих капацитета, може само да се нада да ће јавност прозрети намере противника и стати на страну оног ко је стварно угрожен и чији би аргументи објективно требало да буду веродостојнији.

* Аутор је запослен у Институту за стратегијска истраживања Министарства одбране Републике Србије.

** Ауторка је запослена у Управи за односе са јавношћу Министарства одбране Републике Србије.

Пре више од два миленијума Сун Цу, загонетни кинески ратник и филозоф, писао је да се „оружана борба сматра корисном, али и опасном“ и да „није највеће умеће увек побеђивати у биткама“, већ да је „најбоље победити непријатеља без борбе“.¹ Креатори медијског рата најдоследнији су „верници“ његове филозофије, будући да је победа у медијском сукобу предуслов за успех и у оружаном борби. Међу следбеницима Сун Цуа, очигледно, био је и славни војсковођа Наполеон,² јер је тврдио „да се од четири непријатељски настројена дневна листа треба плашити више него од хиљаду бајонета“.³ Забележено је да је Наполеон финансирао „један лист у Лондону, који је требало да популарише његову завојевачку политику и да истовремено ствара расположење међу Енглезима њему у прилог“.⁴

У двадесетом веку медији су доживели снажан развој (посебно електронски) и, све више, постали неразлучиви део свакодневног живота. С обзиром на пораст значаја медија у животу како појединца, тако и друштва у целини медијска сфера доспела је у жижу интересовања политичара и војсковођа – оних који су одлучивали о питањима мира и рата. Они су, у складу с природном особином сукоба да се шири у све друштвене сфере, ратовање проширили и у домену медија. Будући да је историја показала да је у свим ратовима долазило до промене стратегије и тактике у зависности од напретка ратне технике и у медијском рату су се мењали методи, циљеви и тактички поступци – у зависности од карактеристика и развоја самих медија.

Сатанизовање српског народа у аустроугарској и немачкој штампи уочи Првог светског рата, током којег су у првом плану медијског надметања били новине и телеграф, а знатно мање радио, показало је како се медији могу (зло)употребити у ратне сврхе. Пропаганда (нијансирана од беле, преко сиве, до црне) била је најчешће примењивана техника. Њена је „боја“ зависила не само од садржаја порука, него и од тога да ли се обраћала сопственој јавности или светској. Основни задаци пропаганде били су да убеди, пре свега, домаће становништво – грађане, у оправданост рата и остварљивост ратних циљева, да непријатеља покаже у што горем светлу и придобије планетарну наклоност за државну политику. Главни носилац пропагандних порука били су штампани медији, а њихови представници постали су незаобилазни део војних штабова.

Ратна искуства пропагандиста после Првог светског рата примењивана су у економској сфери, ради задовољавања потреба бржег индустријског развоја и технолошког напретка. Усавршавана су постојећа средства и развијана нова за што обимније и ефективније ширење пропагандних порука.

¹ Сун Цу: *Умеће ратовања*, Alnari, Mono & Мађана Press, Београд, 2002, стр. 56.

² Наполеон I Бонапарта (1769–1821), француски војсковођа, државник и цар.

³ Новичић, Драгослав: *Величина човека*, Идеа, Београд, 1999, стр. 229.

⁴ Михаиловић, Вуко: *Пропаганда и рат*, Војноиздавачки завод, Београд, 1984, стр. 20.

Крајем тридесетих година прошлог века у Совјетском Савезу развијен је чак и пропагандни авион, који је био опремљен за припрему, уређивање и штампање новина током лета до територије изнад које би штампани пропагандни производи били бачени.⁵

У Другом светском рату примена радија и звучних филмова за ширење пропагандних порука задобија примат над штампаним медијима. Са звучника, постављених на местима на којима је било највише пролазника, ориле су се пропагандне поруке, које некад нимало нису скривале тежњу њихових аутора да, у првом реду, обману сопствено становништво. Било је то време Гебелса чија је крилатица, „*сто пута поновљена лаж почиње слушаоцима све више да звучи као истина*“, постала синоним за пропаганду без икаквих скрупула. Такву пропаганду, вођену у складу с макијавелистичком максимумом да „*циљ оправдава средства*“, аналитичари су после рата назвали црном пропагандом.

Медији ни после Другог светског рата нису изгубили моћ. За време Хладног рата медији су били главни индикатор његовог интензитета. Будући да су се могућности нових медија (да шире пропагандне и друге поруке) повећавале, они су постајали све значајнији. Војне интервенције и ратни сукоби после Другог светског рата показали су да је агресор углавном настојао да створи услове који би му омогућавали што брже остварење циљева агресије. Паралелно с дејствима оружаних снага коришћена су и друга средства: дипломатска на међународном плану, психолошко-пропагандно деловање, дејства специјалних снага, ослонац на потенцијалне снаге колаборације и слично. Показало се да су медији, ако су још и подстицани психолошким дејствима, способни да слику рата измене у складу са интересима центара моћи који их контролишу. Тиме су медији заузели незаобилазно место у оружаним сукобима, а зарађене стране биле су приморане не само да толеришу присутност новинара, него и да их и штите, како би обавили редакцијске задатке.

Према америчким научницима (Алвин и Хајди Тофлер), распрострањење моћи прецизно усмераваним информацијама путем медија, постало је „управо толико значајно, као и прецизно усмеравање оружја“ уз напомену да ће „нови медији то учинити могућим до степена без преседана“.⁶ Колико је то гледиште истинито, показало се у јесен 1990, када је у САД спроведено истраживање ставова јавности у потрази за одговором на питање због којих би разлога Американци били спремни да подрже савезничку интервенцију на Ирак. „Резултат је показао да би анкетирани били за интервенцију искључиво у случају кад је реч о спречавању Садама Хусеина да дође

⁵ Опширније: „Неколико појединости о 'Максиму Горком' – авион-штампарија за пропаганду“, *Ратник*, свеска IV, Београд, април 1934, стр. 117–119.

⁶ Тофлер, Алвин и Хајди: *Рат и антират*, Паидеиа, Београд, 1998, стр. 200.

до атомске бомбе. Два дана касније Џорџ Буш је у једном од својих говора лансирао мисао како је Садаму потребна још само година да направи атомску бомбу иако су стручњаци сматрали да би тако нешто могло да се оствари тек за пет до десет година“.⁷

Улога медија у Првом заливском рату

У рату против Ирака⁸ 1991, познатијем као *Рат у заливу*, без обзира на то што су се заклињали у слободу медија, војни команданти коалиције помно су ограничавали деловање новинара у чију би наклоност посумњали.

Војна цензура у Првом рату у Заливу била је знатно ригорознија у поређењу с било којим до тада вођеним ратом. У потпуном нескладу са стварношћу, представници војних власти савезничких снага су „упорно и енергично“ негирани и саму могућност да цензура постоји, иако нису порицали да постоје *Оријентациони приручник* и *Правилник о понашању акредитованих новинара*.⁹ У тим документима са еуфемистичким насловима (јер се у ствари радило о увођењу цензуре), које је савезничка команда обелоданила само два дана пре почетка операције *Пустињска олуја* – 14. јануара 1991. године, дефинисана су правила за уређивање и писање извештаја и за рад новинара на територијама на којима се води оружана борба. Америчка политика према слободи медија формулисана је у документу Пентагона под названом *Анекс Фокстрот*.¹⁰ Већина новинарских извештаја је долазила с брифинга које је организовала војска. Само одабраним новинарима било је дозвољено да посете фронт и интервјуишу војнике. Те посете су увек биле реализоване у пратњи официра и биле су предмет претходног одобрења војске и накнадне цензуре, наводно због тога да осетљиве информације не би доспеле у руке непријатеља, али у стварности да би се сакриле политички неугодне информације.

Ограничења у информисању била су инспирисана искуствима из претходних ратова: Вијетнамског рата, Фокландског рата, односно ратова у Гре-

⁷ Интервју Мишела Колона (*Mishell Colon* – новинар белгијског недељника *Solidaire*, аутор књиге *Пажња медији! Медијске лажи у време заливског рата*), белгијском листу *Телемостик (Telemoustique)*, *Политика*, 23. августа 1993, „Из стране штампе“, стр. 6.

⁸ Први заливски рат – почео 2. августа 1990, а завршио 28. фебруара 1991.

⁹ Никшић, Стеван: „Рат у заливу: новинари и цензура“, *Новинарство*, број 1, Југословенски институт за новинарство, Београд, 1991, стр. 34.

¹⁰ *Анекс Фокстрот* је документ од десет страница, који је садржавао до тада највеће рестрикције Пентагона за медијско извештавање. У њему је, поред осталог, аутор написао: „Представници медија морају да буду праћени све време. Понављам, све време.“ Прес-пулови су омогућили Пентагону да контролише ко од новинара и под којима условима може да разговара с војницима, као и шта може да буде објављено.

нади и Панами. Наиме, током Вијетнамског рата америчка војна цензура у првом реду настојала је да из новинарских извештаја избаци податке „стратешког и тактичког карактера, податке о распореду војних јединица, њиховом кретању, бројној снази, врсти наоружања“ – оне податке за које се сматрало да могу користити противничкој страни.

Међутим, догађаји су показали да су „најразорније дејство, код америчке публике, имале баш слике америчких војника у том рату; слике мртвих и рањених младића; сведочанства о њиховом губитку илузија, разоружању, дроги... Стога су многи и данас уверени да је Америка, заправо, изгубила вијетнамски рат код куће. Да је била поражена телевизијском сликом рата, да је њена армија била принуђена да капитулира под притиском домаћег јавног мњења, који су били шокирани оним што су отуда јављали ратни извештачи и што је виђено на телевизијским екранима...“¹¹

Показало се да потцењивање моћи медија да обликују ставове јавног мњења може пресудно да утиче на исход рата. У Пентагону се још користи израз „вијетнамски ефекат“ који сугерише да су медији криви за Вијетнамски рат.¹² Стога су војни команданти у односима с новинарима после Вијетнамског рата применили принцип потпуне контроле – не само у погледу садржаја информација, него и о боравку и кретању новинара на подручју које је захваћено војним дејствима.

Први случај потпуне контроле медија десио се у време Фокландског рата 1982. године. У тој операцији која се водила на удаљености од 12.000 километара од Лондона, британска морнарица омогућила је акредитовање само британским новинарима. У вези с тим, 27 новинара могло је да прилоге својим редакцијама шаље искључиво „преко војних комуникационих мрежа, пошто су их војни цензори претходно прегледали и одобрили“.¹³ При том, слање филмског и телевизијског материјала није било дозвољено, а додатне информације медијима достављало је Министарство одбране британске владе, путем званичних брифинга и билтена.

Слично су поступили и Американци приликом акције у Гренади 1983. године. Они су три стотине званично акредитованих новинара за праћење операције сместили у хотел удаљен 250 километара од епицентра сукоба. Када је операција завршена, пребацили су новинаре „на лице места“, где су могли само да чују званичан опис догађаја из угла америчких војних власти.

Према том „рецепту“, са двоструко већим бројем акредитованих новинара, поступано је и 1989, приликом америчке оружане интервенције у Панами. Новинари су, најпре, три дана задржани на аеродрому у САД са којег

¹¹ Никшић, Стеван: исто, стр. 37.

¹² Biernatzki, W.: *“Terrorism and Mass Media, Communication Research Trends”*, Center for the Study of Communication and Culture, Santa Clara, California, 2002, стр. 8.

¹³ Никшић, Стеван: исто, стр. 38.

је требало да крену пут Панаме, док терен није „потпуно рашчишћен“. Када је прва група новинара коначно стигла у Панаму, с образложењем да постоје разлози за њихову личну безбедност, новинари су поново задржани на аеродрому, а затим (под стражом) смештени у хотел где им је уприличен вишечасовни брифинг (брифинг, а не конференција за штампу, на којој би, евентуално, могли да поставе и неко питање).

Војска је била ефикасна у спречавању да америчка јавност буде узнемирена потресним ратним сликама и да сазна шта се заиста догодило и у једном и у другом случају. Да ли су новинари обавили редакцијске задатке, само је реторичко питање. Показало се да модел потпуне информативне контроле може да функционише.

Тај модел је стриктно примењен и у операцији у Заливу 1991. године. Пентагон је управљао извештавањем тако што је створио систем „пула“ – изабрани новинари су могли да оду на фронт да прикупе материјал, а затим су га делили с другим новинарима. Међутим, ни одабрани новинари нису могли да буду сведоци оружаних дејстава. Већина новинара је могла да извештава само са званичних брифинга, док су ретки новинари добили могућност да се придруже неким мање значајним јединицама.

Поједини амерички званичници¹⁴ сматрали су да је то био „рат у коме је извештавање било најбоље“: Новинари се нису с тим сложили. Ономогућавање приступа ратним збивањима, за њих је у пракси било својеврсна цензура. Новинари су, да би обавили професионалне задатке, били принуђени да траже начин да заобиђу војне баријере. Нису само новинари били незадовољни – и војници су били фрустрирани што домаћа јавност није видела њихове победе.¹⁵

На основу прилога чији су аутори новинари (који су били под контролом америчких и других војних представника), може се закључити да „није могао да буде снимљен ни један мртав или рањени амерички (или савезнички) војник на бојишту“. Они су могли бити виђени само у болници и то онда када је било саопштено да „ране нису опасне“ и да лекари „успешно обављају свој посао и указују помоћ“. Ирачки војници снимани су само како се предају, али није могао да буде снимљен ни један убијен или тешко рањен ирачки војник.

Слике разарања, лешева и цивилних жртава рата амерички контролори медија допуштали су само у ретким приликама: када је требало показати злочине Ирачана над цивилним становништвом Кувајта. И, веома рестриктивно, у приликама којима је опрезно грађена слика о Израелу, као „неудужној жртви“ после дејства ирачких „скадова“ на циљеве у тој земљи. Међутим, разорне последице сличних дејстава ирачких ракета на циљеве у Саудијској Арабији никада нису биле приказане јавности.¹⁶

¹⁴ Чејни, Дик, у то време, секретар за одбрану САД.

¹⁵ Као што је била тенковска борба коју је водила Прва оклопна дивизија. Уместо тога, много више извештаја је било о борбама marinaца који су при својим снагама имали неколико новинара.

¹⁶ Никшић, Стеван: исто, стр. 39.

За разлику од Американца, Ирачани су малобројне и одабране представнике медија, који су се у време рата нашли на територији под њиховом контролом, обилато снабдевали материјалом о разарању цивилних објеката и снимцима цивилних жртава савезничког бомбардовања.

Током рата у Заливу 1991, с аспекта снага коалиције, циљ медијског рата било је задобијање подршке, пре свега сопственог јавног мњења, али и светског. После завршетка рата критичари су тврдили да су влада и медији обманљивали јавност и да је извештавање у пулу било „пораз“ слободе медија. Информисање је имало крајње селективан карактер. Стога су до информација долазили привилеговани – само проверени новинари. Осталим посленицима у медијима био је забрањен приступ свим важнијим ратним збивањима, под маском бриге за њихову безбедност. Гледаоцима је, уз најаву директног преноса, с десетинама секунди закашњења – довољним да се непожељне сцене избаце, сервирана телевизијска слика о рату која је више личила на пропагандни спот, него на ратни извештај.¹⁷ На сликама су доминирали ратни хероји, а жртава као да није ни било. У такву слику гледаоци су, у почетку, поверовали. Међутим, публика је, нарочито у европским земљама, после само неколико дана рата, „схватила да су ратни извештаји строго цензурисани и да се из њих практично ништа не може сазнати“.¹⁸

Поједини аналитичари су закључили да је таква слика рата у основи последица коришћења модерне, високософистициране и компјутеризоване војне технологије, где војници с велике и безбедне удаљености бирају и дејствују на циљеве притиском на дугме и на основу приказа на монитору рачунара виде што се догодило, као да је реч о некој видео-игри која је намењена деци. Нажалост, истина је другачија. У стварности, слика рата је пажљиво конструисана и обликована, а расположива технолошка достигнућа само су омогућила да она буде емитована у реалном времену.

Употреба медија у нападу НАТО на СРЈ

Средства за информисање, посебно у ратним условима, имају велику улогу у правовременом обавештавању грађана о питањима која су значајна за одбрану земље, а објекти и средства намењени за масовну комуникацију

¹⁷ Први заливски рат је, ипак, био први оружани сукоб у којем се појавило извештавање „уживо“. Неке америчке екипе, које су боравиле у Багдаду још пре напада, омогућиле су да снимци (истина удаљених) пројектила који погађају град буду готово истовремено емитовани на телевизијским мрежама као што је Си-Ен-Ен. Осим тога, екипа телевизије Си-Би-Ес путовала је с јединицама (с прве линије фронта) и помоћу сателитске трансмисије успела да пошаље свом студију слике неких од борби. Та екипа је стигла у Кувајт дан пре америчких снага и пратила је директно њихов улазак у град.

¹⁸ Никшић, Стеван: исто, стр. 40.

један су од примарних циљева почетног удара нападача и његових електронских дејстава (потврдила је агресија НАТО алијансе на Савезну Републику Југославију, у пролеће 1999). Иако су вођени пројектили и ракете најпре усмеравани на репетиторе и центре везе, НАТО се, упркос томе што је било јасно да је реч о флагрантном кршењу међународног права, није либио ни да дејствује по цивилним медијским кућама.¹⁹

Према признању портпарола Џемија Шеја, НАТО је током „косовске кампање“ имао доста проблема у односима са јавношћу. Шеј је оценио да је извештавање светских медија, односно медија земаља учесница у бомбардовању Југославије, често било супротно интересима Алијансе.²⁰ Посредно, Шеј је признао да је југословенска страна у конфликту имала квалитетне односе с медијима и да је на тај начин остварила и одређене успехе.

Западни медији, према којима је првенствено била усмерена пропагандна активност у седишту Алијансе, насупротив очекивањима стратега НАТО, у раду су користили југословенске изворе и своје извештавање заснивали на појединачним причама и трагичним случајевима, директним последицама бомбардовања и дејствима НАТО авијације по цивилном становништву и цивилним објектима. Наиме, присутни новинари у Србији и Црној Гори, могли су на лицу места да сниме и документују ужасне последице бомбардовања, које су службеници НАТО алијансе лаконски и цинично назвали „колатералном штетом“. Ти службеници, у његовом седишту говорили су новинарима о српским злочинима, како би оправдавали акције Алијансе – могли су само да се надају да ће им поверовати на реч, јер као доказе нису имали снимке с терена.

Поред недостатка снимака и фотографија, НАТО је, према Шеју, имао и других проблема у организовању своје комуникације с медијима. Бомбардовање се продужило, иако је према првим незваничним прогнозама (не медија, него високих војних званичника) очекивано да траје тек неколико дана. То је за медијске посленике био знак неуспеха мисије и на тај начин су се и постављали према људима у Алијанси задуженим за информисање. Такође, западни новинари, који верују да „објективност захтева дебату“ и да она не постоји уколико нису представљени погледи и с друге стране, изражавали су сумњу у званичне податке или им нису веровали у потпуности.

У тражењу начина да утиче на сопствене и светске медије како не би изједначавали вредности „агресора“ и „западних демократија“, представници за медије НАТО алијансе своју активност засновали су на сталном пона-

¹⁹ Зграда Радио-телевизије Србије у Абердаревој улици у центру Београда бомбардована је 23. априла 1999; Пословни центар „Ушће“, у којем је радило осам медија, бомбардован је 21. и 27. априла; зграда Телевизије Нови Сад, од 3. маја ракетирана је из дана у дан док није разорена; уништени су сателитска станица РТС у Ивањици, телевизијски торањ на Авали, репетитор на Јастрепцу и многи други објекти намењени преносу информација.

²⁰ Shea, Jamie: “The Kosovo Crisis and the Media: Reflections of a NATO Spokesman”, NATO’s Nations and Partners for Peace, January 2000, стр 39, 46.

вљању поруке о „моралном праву на акцију“, у вези с тим, понављали су флоскулу да „чак иако има жртава, то не умањује моралну супериорност онога што НАТО предузима, јер је право на страни Алијансе“. На другом каналу за континуирани утицај на медије биле су конференције за штампу и брифинзи, на којима су говорили званичници, људи који уживају поверење својих гласача и јавног мњења. Тим видовима непосредног информисања НАТО је успео да окупира медијски простор светских медија. „Јутарњи и поподневни брифинзи у НАТО, као и брифинзи у Лондону и Вашингтону, омогућили су да ни један ТВ гледалац у свету не може да избегне поруку НАТО“. Стално су даване нове информације, чиме су новинари спречавани да се упуштају у тражење критичких прича.

Шеј је формулисао и „поуке које је НАТО извукао из косовске кампање“. Прва од њих је упозорење да се не очекује савршенство у раду са штампом у кризи или конфликту. „Критичка штампа не значи да НАТО не успева да пренесе своју поруку. Вероватно ће увек бити инцидентна и ненамерних последица о којима ће медији писати, без обзира на најбоље намере НАТО да држи медије фокусиране на велику слику и на (пуно) морално оправдање за своју акцију“, констатује Шеј.

„Косовска кампања“ показала је да НАТО нема институционализовану организацију за рад с новинарима од момента конфликта или неизбежне кризе и да је његов прес-сервис створен пре свега за мировне операције. Искуства из комуницирања с медијима током бомбардовања Југославије показала су да је неопходно боље снабдевање службеника прес-сервиса информацијама из Команде НАТО. Према процени портпарола највећа штета кредибилитету организације нанета је у време када информативна мрежа није функционисала и када је НАТО каснио у објашњењу догађаја. Према Шеју неопходно је у сличним интервенцијама, посебно ваздушним кампањама, да се обезбеде слике с лица места, „јер у ТВ ери, када нема слике нема ни вести“. Такође, НАТО „није имао довољно информација о противнику“, а тек после неколико недеља били су ангажовани стручњаци који су могли да прате југословенску штампу и ТВ.

Искуство из 1999. показало је да је у кризном менаџменту неопходно дати више простора медијским активностима и обуци новинара. Дошло се до закључка да прес-сервис НАТО алијансе треба да буде више укључен у сценарио за планирање кризног менаџмента. То се посебно односи на оне државе – чланице Алијансе, чије становништво није подржало акцију и које је организовало сталне протесте због бомбардовања Југославије. За посебно осетљиве чланице било је потребно обезбедити тим за праћење ситуације, што НАТО током читаве кампање није имао.

Насупрот мукама НАТО да у сусрету с новинарима буде уверљивији, у СРЈ је коректно комуницирање с представницима медија, посебно иностраних, од почетка било засновано на отворености и поверењу. И војна и цивилна гласи-

ла²¹ објављивала су ратна издања и афирмисала оправданост супротстављања агресији, патриотизам и слободу, као универзалне вредности. Стратегија отварања приступа иностраним медијима показала се веома делотворном. Контрола кретања на терену и домаћих и страних медијских посленика била је у прихватљивим границама (због искустава из Заливског рата у којем су новинари некад утицали на откривање и маркацију циљева), али им рад није био онемогућаван, нити су били принуђени да до информација и вести долазе искључиво преко војног Прес-центра, који је свакодневно издавао билтен намењен новинарима.

Поред званичних брифинга, новинари на југословенској страни могли су да извештавају и о информацијама из других извора. Без обзира на то што је портпарол НАТО тврдио да су Срби спроводили строгу контролу медија и протерали педесетак страних новинара који су постављали незгодна питања, истина је била другачија. У то, могли су да се увере и сами новинари. Комуникатори НАТО желели су да наметну тезу да је извештавање из Југославије строго контролисано. Међутим, иако невољно, признали су да новинари с лица места нису били довољно уверљиви да српске снаге контролишу извештавање. Да би то надоместио, Си-Ен-Ен је увео праксу да сваки извештај свог новинара из Београда пропрати реченицом: „Извештај је цензуриран од стране југословенске војске“.

Упркос тим настојањима, новинари нису успевали да поткрепе тезе с којима су долазили: „*преа*, о страдању Албанаца; *друга*, да НАТО бомбардује само војне циљеве; и *трећа*, да подршка руководству земље слаби“. Српска страна им је готово у свему излазила у сусрет, али је њихов закључак могао бити само супротан од очекиваног. Они ревноснији и мање одани професији, приклонили су се измишљању.

Медији земаља учесница бомбардовања надомештали су за њих неповољне извештаје с терена, из Србије снимцима граница према Албанији и Македонији где су (често уз манипулације, удвојене слике и претеране бројке) доказивали да је у питању „етничко чишћење Албанаца“ и тиме оправдавали циљ своје кампање. На Косово и Метохију је одлазио веома мали број екипа – односно извештавали су углавном они новинари који су се тамо затекли почетком рата. Организован одлазак на Косово и Метохију реализован је први пут када је бомбардован конвој албанских избеглица код Ђаковице. Новинари су се непосредно уверили да су испаљени пројектили из арсенала НАТО и директно су оспорили тврдње његовог портпарола на брифингу (тог дана) у Бриселу, који је тврдио да је то злочин југословенске војске.²²

²¹ Први број ратног издања недељника *Војска* од 27. марта 1999. године. Објављено је четрдесет бројева (640 страница), у тиражу од око два милиона примерака. Највише је било прилога с терена, прича о херојима и жртвама, с доказима о ужасима бомбардовања.

²² На путу Призрен – Ђаковица и у метохијским селима Меја и Бистражин више од седамдесет избеглица цивила албанске националности, који су се враћали у своје домове, погинуло је од пројектила које су лансирани пилоти НАТО. Опширније у: *Трагови нечовештва*, НИЦ „Војска“, Београд, 1999, стр. 82–94.

Страни новинари могли су да се увере да се Албанци с Косова и Метохије слободно крећу у Београду – да живе као и остали грађани и да су као и они подједнако изложени опасности да страдају од бомбардовања. У извештајима је било немогуће избећи те чињенице. Новинарима је у Београду било омогућено коришћење југословенских техничких капацитета, што је омогућило визуелну контролу снимљеног материјала. Једина екипа са (дозвољеном) сопственом сателитском трансмисијом била је екипа Си-Ен-Ен-а. Та селективност је у првом моменту, била дискутабилна, пре свега због незадовољства других екипа, али се показало да је имала корисне ефекте. Екипа америчке ТВ слала је информације у реалном времену, уживо извештавала о бомбардовању воза или стамбених објеката у Алексинцу и коришћењу (према међународним конвенцијама забрањених) касетних бомби приликом бомбардовања Ниша и других места у Србији. Тако су гледаоци телевизије свуда у свету сами могли да закључе колико могу да верују информацијама које су биле пласиране у седиште НАТО. Екипа Си-Ен-Ен-а, такође, извештавала је „надлежне“ о кретању колоне новинарских аутомобила у одласку на неко од погођених места. Ускоро, ни страни новинари нису више били сигурни да неће бити мета бомбардовања, уколико на челу колоне није била екипа Си-Ен-Ен-а.

Док је *Пустинска олуја* обазриво прикривала од гледалаца суровости рата, операција бомбардовања СРЈ је, већ самим називом *Милосрдни анђео*, у старту показала да је основни циљ креатора медијског рата био да манипулисањем информацијама помоћу моћне технике оправда бруталну примену силе. Пренос слике с лица места – они који дејствују уједно и снимају ефекте свог дејства – био је у функцији медијског рата. Циљ таквог информисања јесте приказивање моћи високософистициране технике, уверавање гледалаца у оно што је и без тога било очигледно – у сопствену надмоћ и не превише рафинирано упућивање претње појединим чланицама светске заједнице. Међутим, после склапања примирја, извештаји с терена покварили су слику која је у медијима грађена о успешним бомбардовањима војних састава, а лажне мете и довитљиви поступци маскирања показали су да и манипулације могу бити јалове. Истовремено, обарање Ф-117А било је и крај мита о америчкој недодирљивости. Конкретно оповргавање тврдњи о безбедности пилота који су летели најскупљим борбеним летелицама данашњице, било је уједно и рушење тог главног постулата медијског рата.

Медији у Авганистанском рату

Терористички напад на Њујорк и Вашингтон, 11. септембра 2001, променио је однос медија и власти. Наметнута је потреба да медији посвете највећу могућу пажњу овом догађају брижљиво изабраним информацијама и

сликама и јачањем патриотских осећања јавности. Канали са специјалним садржајима, као што су спортски или музички канали, емитовали су такође само информације у вези с терористичким нападом, а власт је у контроли медија ишла чак дотле да одреди које музичке нумере могу да буду емитоване.

Напад на Авганистан²³ изведен је нешто мање од месец дана после терористичког акта у Њујорку и Вашингтону. Јавност је, према истраживањима јавног мњења, подржавала „рат против тероризма“. Медији су се у том периоду „збили“ и користили самоцензуру²⁴ што је створило утисак опште подршке нападу на Авганистан. Односи с медијима, када је почетак Авганистанског рата у питању, сводили су се на то да Пентагон онемогући одређене информација уз објашњење да је у питању „заштита информација од непријатеља“. То се односило на информације о војним снагама, команди, статусу земље, ефектима кампање у земљи, као и на податке о инфраструктури или техничком нивоу.

Мада је после Заливског рата Пентагон обећао „отвореније извештавање“, приликом припрема напада на Авганистан у јесен 2001, поново се дискутовало о стварању медијског пула. Новинари су показали посебно незадовољство што нису ништа могли да извисте о ваздушном нападу на штаб Муле Омара, који је био тајно бомбардован. У новембру 2001, Пентагон је оформио Канцеларију за стратегијски утицај „која је требало да помогне у америчким напорима да утиче на друге земље како би подржале рат против тероризма“. Али, Канцеларија је била изложена критици од момента када је оформљена. Њујорк тајмс (*New York Times*) известио је да Канцеларија планира да издаје нетачна саопштења за штампу према страним медијима да би манипулисала јавним мњењем и тиме утицала на подршку америчкој политици. У вези с тим, расло је неповерење људи, пре свега – амерички медији могли су да дођу до оваквих саопштења, што би, према изјави секретара за одбрану Рамсфелда, било у супротности са политиком Министарства одбране САД о „неширењу“ информација у јавности. Канцеларија је веома брзо била затворена.

²³ Рат у Авганистану је почео 7. октобра 2001, као одговор на напад на Вашингтон и Њујорк 11. септембра. Почетни циљ инвазије био је да се ухапси Осам бин Ладен, уништи Ал Каида и уклони с власти талибански режим који је пружио уточиште Ал Каиди. У Авганистану постоје две војне операције. Једна операција јесте *OEF – Enduring Freedom* – америчка војна операција која обухвата и неке коалиционе партнере и спроводи се у источним и јужним деловима земље према граници с Пакистаном – око 28.300 војника. Друга операција јесте *ISAF – International Security Assistance Force* – коју је основао Савет безбедности УН, децембра 2001, да би се обезбедио Кабул и околина. У вези с тим, НАТО је добио контролу над *ISAF* 2003. године. Мисија броји 55.100 војника из 41 земље, од којих је 23.300 из САД.

²⁴ Познато је да су двојица новинара који су критиковали реаговање америчког председника на терористички акт 11. септембра 2001, односно рад службе безбедности, добили отказе.

Медијски посленици су тада извршили велики притисак на Пентагон и званичници Канцеларије за односе с јавношћу одлучили су да не консултују неке од команданата у Авганистану, него само да их обавесте о томе да шаљу новинаре и да им се придруже. Тако је четрдесетак новинара добило прилику да се укључи у америчке јединице у Авганистану, а само о једној од операција (Анаконда) објављено је или емитовано око 350 прилога.

У панел-дискусији на америчком Универзитету у Вашингтону о извештавању о „рату против тероризма“ у Авганистану у америчким и европским медијима, организованој 28. јануара 2002,²⁵ могле су се чути замерке европских новинара на извештавање америчких медија. Европске колеге су тврдиле да америчка гласила занемарују цивилне жртве и усредсређују се на појединачне приче, а не на сликање шире ситуације. У исто време, европски и амерички новинари критички су говорили и о односу војних представника према медијским посленицима. Наведено је, на пример, да је једино екипи Си-Ен-Ен-а било омогућено да америчким хеликоптером стигне до Кабула, док је другима речено да, у веома неповољним околностима, сами себи обезбеде транспорт. Одбијање америчке армије да дозволи интервјуе својим официрима и војницима створило је и парадокс овог рата – најпознатији амерички ратник постао је Џон Вокер Линд, који је ухапшен док се борио за талибане.

Медији у Другом заливском рату

Америчка администрација се већ у јесен 2002, после инвазије Авганистана и обарања талибанског режима, спремала за освајање Ирака.²⁶ Ирачком председнику Садаму Хусеину постављен је безоговоран захтев – напад ће уследити уколико ирачки режим не буде кооперативан и уколико америчким истраживачима не докаже да не скрива оружје за масовно уништавање.

Амерички медији су још увек били под утиском (релативно) успешног развоја ситуације у рату против тероризма у Авганистану. Званичници, а посебно амерички председник,²⁷ државни секретар и секретар за одбрану, дневно су говорили о опасности од отпадничког Ирака и претњи коју такав режим представља за САД. Оптужбе су се заснивале на три тезе – Ирак развија

²⁵ Biernatzki, W.: *Исто*.

²⁶ Други заливски рат је почео 20. марта 2003, када су САД и Велика Британија с неколико других нација отпочеле напад. Багдад је пао 9. априла, а 1. маја амерички председник Џорџ Буш је прогласио крај већих борбених операција.

²⁷ Према једном истраживању амерички председник Џорџ Буш је до почетка агресије на Ирак више од 900 пута у својим иступима у јавности и медијима поменуо опасност од ирачког оружја за масовно уништавање.

оружје за масовно уништавање и представља опасност за националну безбедност САД и европских савезника, ирачки режим ради против сопственог народа, а посебно против етничких мањина и, на крају, тај режим подржава тероризам. Највише је била коришћена теза о опасности да ирачки режим произведе нуклеарно оружје или да употреби хемијско или биолошко оружје. Будући да је било тешко искористити било коју чињеницу која би могла да буде у вези с ирачким председником Садамом Хусеином и Ал Каидом, као глобалном терористичком организацијом, ова теза је била само спорадично коришћена и од америчких званичника и од медија. Међутим, она је имала посебан ефекат на јавност, која је била још увек под утиском 11. септембра.

Док се припремало за напад на Ирак америчко министарство одбране желело је да избегне проблеме који су постојали у медијском извештавању о војним операцијама у Авганистану и у Заливском рату. Будући да су односи медија и војске у претходним америчким интервенцијама били неадекватни и да су стварали фрустрације с обе стране, Пентагон се одлучио на другачији приступ у предстојећој интервенцији у Ираку. Већ од јесени 2002, војска и медији почели су неуобичајене припреме за рат, које су се заснивале на стратегији „уграђивања“ (*embed*) новинара у јединице, како би медији били у могућности да јавности прикажу рат на другачији начин, него раније – уживо с ратишта и то у реалном времену.

У октобру 2002. године помоћник секретара за одбрану за односе с јавношћу Викторија Кларк, стручњак за пи-ар и њен сарадник Брајан Витман обавестили су три водеће америчке ТВ куће да планирају да омогуће новинарима да се придруже трупамa које би требало да освоје Ирак. Идеја о укључивању новинара није била нова, али је овог пута била јединствена по обиму, припремама и броју новинара који ће бити ангажовани.

Као главне циљеве овакве стратегије информисања Пентагон је истакао: неутралисање настојање непријатеља да дезинформише домаћу и страну јавност и остваривање подршке америчкој политици у глобалном рату против тероризма. На основу анализе дотадашњих проблема у односима с медијима Пентагон је закључио да је офанзивна акција једини начин да се постигне информативна доминација.

Креатори ове стратегије понудили су медијима приступ америчким војницима, маринцима и морнарима – уз једино ограничење да новинари поштују и примењују правила. Један од разлога због чега је одабран приступ „уграђивања“ новинара, агресивније и креативније него икада раније, била је и чињеница да у данашње време, за разлику од периода Другог светског рата, Корејског или Вијетнамског рата, јавност има много мање контаката или знања о војсци. Добровољна војна служба је условила то да је мало Американаца било у војсци или да има блиске рођаке у оружаним снагама. Једина знања о војсци добијана су преко медија, па се донекле оправдано претпостављало да само новинари који су живели трупни живот могу да на-

праве уверљиве приче о војницима. Веровало се да ће стални контакти новинара с јединицама и њихово присуство у борби омогућити да америчка јавност на прави начин буде обавештена о професионализму војника, њиховој одличној обучености и квалитету опреме.

Идеју о „уграђеним“ новинарима прихватио је секретар за одбрану Доналд Рамсфелд и начелник Здруженог генералштаба генерал Ричард Мајерс, али је председник САД, баш као и потпредседник, у прво време био против те идеје да би је тек у новембру (невољно) прихватио. У новембру 2002. године команданти трупа били су спремни да укључе новинаре у своје ратне планове. Односи с јавношћу су постали део оперативног планирања, а не, као што је раније био случај, корисник нечега што је направљено раније и без њиховог учешћа.

Током јесени настављени су састанци између званичника Пентагона и новинара штампаних медија, телевизије, радија и интернета из Вашингтона. Први изазов за новинаре било је овладавање војним жаргоном, а затим су наступили састанци техничких стручњака и медија с људима из војне технике о видео опреми, трансмисијама и другим техничким детаљима.

Обе стране имале су резерве према овом плану. С једне стране, војни лидери су страховали да би присуство новинара могло да угрози њихове оперативне планове. Плашили су се да би придружени чланови могли да открију непријатељу њихову локацију, а нису ни желели да обезбеђују додатни транспорт. Страхovali су за безбедност новинара, али и за појаву могућих шпијуна.

С друге стране, новинари су бринули да би јавност могла да их види само као „навијаче“ војске, а не као независне посматраче. Они су имали бојазан и да би војска могла да цензурише или, чак, да им забрани поједине текстове. Новинари су, такође, сматрали да би војска могла да их спречи да виде ствари које би могле да негативно утичу на слику јавности о војсци, односно, да би их војска могла сувише контролисати. Бринули су, такође – какве ће односе моћи да успоставе са припадницима војске или да ли ће опрема моћи добро да функционише усред пустиње. Главни уредници су, такође, били забринути – да ли смеју да ризикују животе својих запослених само зато да би добили текст или слику с лица места. Многи су инсистирали да се у војску укључе само новинари и репортери добровољци. На пример, Си-Би-Ес је у Авганистан послао само оне своје чланове који су могли да одговоре физичким изазовима живота и рада с војницима. Било је, међутим, и неколико медија који су своје професионалце упутили на задатак у Авганистан под принудом.

Изван новинарско-војних кругова долазиле су критике – сматрало се да новинари неће моћи да слободно извештавају када путују под опасним околностима и зависе од заштите војске. Такође, било је сумњи да ће се новинари, који само виде борбу око себе, бавити мање значајним стварима и биће у немогућности да дају ширу перспективу и садржајније прилоге.

Новинари и главни уредници су сами почели да планирају уграђивање у војску уз помоћ колега који су у „придруживању“ већ имали искуства. Медијски посленици су знали да новинари „нису много добри у планирању, већ да боље реагују на догађаје и кризу“ па су морали да планирају не вести већ „извештавање“, посебно у периоду када су извори вести ограничене. Ово се односило посебно на телевизијске мреже које нису могле да пошаљу велике четворочлане екипе (новинар, продуцент, сниматељ слике и звука), већ само екипе од два члана.

Секретар за одбрану издао је, у новембру 2002, наредбу командантима свих војних видова и обавестио их да ће водити са собом медијске професионалце – америчке, али и стране – уколико САД крену у рат са Ираком. Команданти су морали да одговоре на питање колико њихова јединица може да прими новинара. Пентагон је очекивао око 200 места. Био је веома изненађен када је већ до средине јануара, и упркос скепси појединих високих војних званичника, добио одговор да би могло да буде смештено у јединице од 400 до 500 новинара. Седамдесет одсто места било је предвиђено за националну штампу, 20 одсто за инострану и 10 одсто за новинаре у војним базама.

Тај број новинара се повећавао тако да је у америчке оружане снаге било укључено више од 775 америчких и међународних новинара. Од осамдесет жена новинара половина је била смештена на носачима авиона. Поред представника медија била је и екипа Ал Џазире, катарске телевизије која је често била веома критична према америчкој политици. Пентагон је одређивао број новинара, а официри задужени за односе с јавношћу директно су одлучивали где да их пошаљу – да ли ће то, на пример, бити артиљеријска јединица или брод.

Пентагон је припремио уговоре у којима се захтевало да новинари и камермани поштују строга правила: нису могли да носе оружје, напуштају додељену јединцу, возе сопствена кола или да се независно крећу; морали су да обезбеде своје сопствене јакне, шлемове и одећу за заштиту од оружја за масовно уништавање. Поред тога, било им је забрањено да извештавају о мисији која је у току или да извештавају о специфичним завршеним, одложеним или отказаним мисијама или операцијама које би се извеле у будућности, а нису смели ни да припремају „*off the record*“²⁸ интервју с војним особљем нити да пробију ембарго који је наметнут ради „безбедности операције“. Једно од правила на којем је војска инсистирала јесте да командант на терену може привремено да забрани слање прилога, уколико сматра да прилог може да угрози његове војнике или наредну мисију.

Медијски професионалци који су били прихваћени за укључивање у војне јединице прошли су једнонедељни курс који је организовала војска. Поред тога што су се привикавали на војнички живот, они су били у могућности да упознају и људе с којима ће се кретати током војних дејстава у Ираку.

²⁸ Интервју без претходне припреме, директно у диктафон.

Пре него што је рат почео 20. марта 2003, готово три хиљаде новинара из целог света је стигло у Кувајт да би добило потребне акредитације за извештавање о рату. Поред новинара који су били укључени у америчке и британске трупе ту су били и новинари који су извештавали о рату из америчких база у Кувајту, затим новинари који су у Главној команди у Дохи, у Катару, извештавали с дневних брифинга, као и већи број самосталних новинара који су изабрали да делују без заштите и ограничења које су имали новинари укључени у трупе и који су извештавали с територије Ирака. Поред тих новинара, Други заливски рат су пратили извештачи из Пентагона и Беле куће и пензионисани војни официри који су били ангажовани за телевизијске анализе.

Новинари – унилатералци, за разлику од уграђених новинара, имали су слободу да извештавају и о ирачкој страни приче или да одлазе у села након што су она била бомбардована, преко преводилаца разговарају са становницима и да без цензуре извештавају о ирачким жртвама. Ти новинари су били у могућности да раде самостално и да не поштују војна правила, али, у исто време, нису могли да рачунају на подршку и заштиту војске уколико им је она била потребна. Пентагон је, с друге стране, бринуо и због њихове безбедности, јер су могли да их убију или ране не само ирачке снаге, него и амерички војници.²⁹ Америчка команда је тако признала да су њени војници убили на балкону багдадског хотела камермана Ројтерса јер су веровали да су у питању снајперисти.

Америчка војска, наравно, није била задовољна радом новинара који нису били под њеном контролом и налазила је да су они „константан извор тензија и велика главобоља за планирање“. Мада није могао да забрани рад тим новинарима, Пентагон је рачунао да ће извештаји репортера укључених у јединице преовлађивати и неутралисати извештаје других новинара. Већина новинара, у САД и у другим деловима света, сматрало је да су њихови текстови били неопходни да би се употпунило ратно извештавање.

Новинари укључени у јединице су, сами за себе постали прича, као и сам рат. Укључени новинари су били нови концепт кризног менаџмента. Они су долазили и из Јапана, Немачке, Француске и Русије, а не само из САД. Ти новинари су привукли неочекивано велику пажњу медија, увек кад су уживо извештавали с ратишта, стварајући субјективни осећај код гледалаца да и сами учествују у рату. Они су нудили драматичну акцију и енергичне коментаре у првом лицу, као да су „водичи“ о рату.

Поједини новинари су били укључени у јединице које су биле далеко од фронта (на носачима авиона), док је само педесет новинара и камермана

²⁹ Један од новинара уграђених у јединицу тврдио је да је њихова безбедност много угрожена, него безбедност самосталних новинара. Новинари у јединицама су, као и јединица, били мета за разлику од новинара који су радили у градовима и у позадини.

могло да буде у јединицама на првој линији. Искуство и поглед на рат зависили су углавном од тога с којом јединицом је новинар имао уговор. Можда парадоксално, али ни новинари на самој линији фронта нису били задовољни што не могу да одговоре својој новинарској знатижељи. За њих је било веома тешко искуство то што су морали да прате мапе, напредовање и распоред трупа, али о томе никако нису смели да извештавају. Неки нису издржали изазов, па је укупно двадесет и шест репортера искључено из јединица. Тај број је обухватао и „унилатералце“, који су привремено били укључивани у поједине јединице.

Рат у Ираку, (март 2003), показао је да су новинари акредитовани при штабовима сукобљених страна имали различит третман. С једне стране, у англо-америчким саставима, представници медија дословце су били у саставу јединица на првим борбеним линијама, тако да су њихови извештаји у потпуној сагласности са ставовима надлежних војних команди, што је потпуно разумљиво, али сасвим у нескладу с новинарским кодексом и општеприхваћеним правилима професије. Током оружаног сукоба у Ираку 2003, медијски рат имао је за циљ да оправда сопствене жртве за које се унапред знало да неће бити ни мале ни безначајне. Стога је медијски приказ рата био уверљив, са првих линија, онај који недвосмислено исказује сву бруталност рата и не скрива опасности по живот војника. Тиме су код публике изазивана осећања беса, огорчености, жеље за осветом. Подршка – без обзира на жртве.

С друге стране, извештаји новинара с ирачке стране о последицама бомбардовања и дејстава по циљевима у ирачким градовима показали су другачију, за нападача мање пожељну слику рата, коју није био у могућности да контролише, иако му није била по вољи, јер је, пре свега, „разбијала“ представу која је била „режирана“ за америчку и светску јавност и изазивала пораст антиратних протеста у свету.

После окончања борбених дејстава у Ираку, многе оцене о укључивању новинара у јединице биле су позитивне. Штампa и телевизија су добиле могућност да објаве прилоге о америчким оружаним снагама какви никада нису били направљени током неког рата. Прилози су направљени помоћу изузетне технике, што им је дало додатну вредност. Пентагон је оценио да су амерички грађани стекли бољи увид у то шта војска ради и „уз каква жртвовања“.

Медијски посленици су такође оценили да је боравак њихових екипа у јединицама имао многе предности – добили су приступ трупама и војним стратегијама што им је помогло да направе боље прилоге и да потврде (или оспоре) званичне извештаје. Новинари су могли да виде и објаве шта се догађало на терену, а не само на основу информација које су филтриране преко војних брифинга, а уграђени новинари су позитивно утицали на односе војске и медија. У току операције новинари и официри су се боље упознали, јер су све време проводили заједно, што се није догодило од Вијетнамског рата.

Међутим, поједини новинари који су били уграђени у јединице нису били задовољни својим радом. Сматрали су да је било лоше то што нису могли да контактирају са ирачким народом, чак ни с онима који су их поздрављали током њиховог похода према Багдаду. Такође, сматрали су да су извештаји с терена, сувише пажње усмеравали на поједине догађаје, док теме које су биле информативно значајније нису добијале никакав публицитет. Америчка јавност је добила само делимичну, окрњену слику ратних збивања, коју су могли да јој пруже новинари из јединица, док је изостала стратешка слика из Пентагона.

Поједини медијски посленици су оцењивали да је укључивање новинара било у ствари само политички циљ администрације и председника будући да много тога није добро праћено и да су читаоци и слушаоци били ускраћени. *Прво*, зато што су медији углавном игнорисали чињеницу да се претходно и у САД постављало питање оправданости рата – новинари су тако постали стенографи разлога које је председник Буш дао за почетак рата. *Друго*, они нису извештавали о ирачкој страни рата, што је супротно неким основним принципима новинарске професије. *Треће*, изостало је и извештавање медија о томе како остатак света гледа на рат, јер нису постојали други извори информисања, осим америчких. *Четврто*, рат је представљен само преко победничких америчких војника, док су изостали кржави, рањени или мртви Американци или ирачки војници. При томе, медији су употребљавали – војни жаргон, који је еуфемистички говорио о убијеним Ирачанима као о „онеспособљавању ирачких мета“. *Пето*, медији и војни стручњаци за односе са јавношћу напустили су Ирак одмах након званичног проглашења завршетка рата, иако је много више америчких војника погинуло после тог датума.

Чињеница јесте да је само неколико гласила извештавало о растућим антиратним демонстрацијама. Медији нису испитивали могуће последице рата и питања у вези с ратом – да ли неко треба да иде у рат или да ли земља треба да иде у рат.

С обзиром на позитивне и негативне оцене стратегије укључивања новинара у јединице, као основног начина извештавања о рату, у америчкој јавности се поставило питање колико је значајан рат у Ираку за будуће војно-медијске односе. Пре свега, мора да се одговори на дилему да ли би укључивање новинара уопште успело да је у питању друга врста рата и шта би се догодило да је он трајао месецима или годинама. Такође, намеће се и питање шта би се догодило да није било довољно времена за припреме, да америчке трупе нису тако лако остваривале победу и да су Ирачани заиста имали (и употребили) оружје за масовно уништење. Значајније за америчке војне односе с јавношћу јесте питање да ли би јавност поново прихватила извештавање по моделу који је видела у Ираку. Још је озбиљније питање да ли би америчка јавност уопште хтела још један интервенционистички рат.

Руско-грузијски рат у Јужној Осетији

Сукоб између Грузије и Русије избио је у августу 2008, не само када велики број новинара на северној хемисфери одлази на годишњи одмор, него баш у време Олимпијаде у Пекингу. Према оној народној изреци „кад нема кише, добар је и град“, уредници су објављивали оно што им је о горућој теми стизало на сто.

Вакуум је попунила грузијска влада. Пет дана су дескови страних редакција засипани саопштењима за штампу у којима је грузијска страна у пропагандном маниру упућивала поруке: „Русија наставља нападе на цивилно становништво“, „Оборен авион са нуклеарним наоружањем“, „Испорука енергије угрожена“, „Блокирана хуманитарна помоћ“ и сличне. Касније су „руске агресорске снаге почеле окупацију Грузије“. Грузијска влада је суду у Хагу оптужила Русију за етничко чишћење.³⁰ Све кључне речи, на које просечни западноевропски читаоци новина веома емотивно реагују, биле су у порукама: цивилне жртве, нуклеарно, хуманитарно, окупација, етничко чишћење.

И док су из грузијских извора стизале многобројне поруке чији је мото био исти, када је реч о иностраним медијима, Русија као да је, у информативном смислу, била потпуно без гласа. У вези с тим, чланак који је објављен у *Фајненшел тајмсу* „Грузија каже да је Русија у рату“, ³¹ довољно је и илустративан и индикативан.

У почетку су медији углавном мултипликовали грузијске информативне поруке, али што је сукоб дуже трајао новински извештаји су постајали уравнотеженији, а коментатори су све више увиђали сличност са ситуацијом на Косову и Метохији. Они су осудили двоструке стандарде којима су САД и водеће западноевропске земље, коментарисале одговорност за оружани сукоб у Јужној Осетији. Такође, теразије на којима је мерена кривица за крвави сукоб у новинарским прилозима, све више су се нагињале ка грузијској страни.

Када је реч о односу према новинарима, они који су извештавали за западноевропска гласила лепо су дочекани у Горију и показани су им делови града које су очигледно бомбардовали Руси. С друге стране, Русија није новинарима дозволила да у већем броју уђу у Јужну Осетију. Њена влада није покушала сличну медијску офанзиву, иако такође има пи-ар агенције, (*Г Плус* у Бриселу и *Кечам* у Вашингтону).

³⁰ Председник Михаил Сакашвили говори енглески, жели да уђе у НАТО, шаље војнике у Ирак, школовао се на Харварду и негује добре односе с медијима. Дошао је на власт ружичастом револуцијом 2003–2004. Изјашњава се као демократа. Има пи-ар фирму *Аспект консалтинг*, са седиштем у Бриселу, Лондону и Паризу, која ради и за *Ексон мобил*, *Келогс* и *Проктер и Гембл*. (Вилби, Питер: „Грузија је добила медијски рат“, *Гардијан*, цитирано према преводу у Политици, од 19. августа 2008).

³¹ Питер Вилби, исто.

У сфери медија постојала је још једна димензија конфликта на коју је релативно мањи број упућених обратио пажњу. Компјутерски хакери напали су веб сајтове грузијске Владе неколико недеља пре избијања оружаног конфликта. Портали Владе Грузије су „хаковани“, а посетиоци интернет презентација грузијског председника преусмеравани су на страницу која га представља као модерног Хитлера. Да би им узвратили, Грузијци су нападали сајтове руских медија и власти Јужне Осетије.³² Руско-грузијски конфликт представља први значајан сајбер напад који је пратио оружане борбе.³³

Кратки рат на Кавказу био је рат војника, али је истовремено био и информативни, а у њему је, према оцени многих аналитичара, Грузија боље прошла.

Однос према медијима у оружаном сукобу у појасу Газе

Неписано правило да се новинари увек нађу тамо где се води рат, као да није важило у случају војне операције Израела у појасу Газе.³⁴ Израелске власти су забраниле улазак страним новинарима у појас Газе. Једино је Ал Џазира успела да у ратно подручје упути шест репортера, од којих два раде за њихов сервис на енглеском језику, а четворица за много већу и популарнију арапску верзију програма.³⁵ Инострана гласила принуђена су, у таквим околностима, да се ослоне на информације које долазе из мање поузданих извора – од палестинских слободних новинара. Будући да они нису акредитовани, њихова слобода кретања на терену јесте знатно ограничена. Стога, без обзира на мноштво фотографија, снимака и извештаја у медијима, познаваоци новинарске професије нису задовољни квалитетом медијског праћења оружаног сукоба у Гази.

Од забране уласка новинара на ратно подручје, много озбиљније последице за новинаре биле су оптужбе за одавање тајни непријатељу. Један арапски новинар и продуцент Иранске телевизије са седиштем у источном Јерусалиму кажњени су одлуком окружног суда у том граду јер су, како је навела домаћа штампа, прекршили правила цензуре коју је медијима увео израелски војни врх од почетка напада на појас Газе. Репортер Хадар Шайн (34) и продуцент Мухамед Сарахан (26) оптужени су, да су „одали тајну непријатељу“ тако што су „објавили осетљиву информацију“. Њих двојица

³² „Сајбер рат на Кавказу“, 24 сата, 15. август 2008, стр. 7.

³³ Џозеф С. Нај Јуниор.: „Страх од 'електронског' Перл Харбура“, Данас, 26. децембра 2008, стр. 14.

³⁴ Израелска војна операција „Ливено олово“, према израелским подацима започела је 27. децембра 2008, а завршена је 19. јануара 2009.

³⁵ „Новинари непожељни на фронтима у Гази“, Политика, 14. јануара 2009.

(колико је могло да се разазна из штурих израелских извора), послали су својој матичној ТВ кући извештај о копненом упаду израелске војске у Газу сат раније него што је то било дозвољено по директиви штаба одбрамбених снага Израела.³⁶

Новинари који су на подручју Газе били још пре почетка сукоба (у згради у којој су смештене редакције неколико медијских кућа) били су два пута у опасности да изгубе живот приликом бомбардовања. У вези с тим, Међународна федерација новинара позвала је на гарантовање заштите медија и новинара до краја сукоба. Осмоспратни *Ал Џохара тауер* (Газа) израелске војне снаге су двапут бомбардовале иако је јасно означен као седиште медијског особља. Уништена је сателитска опрема на врху зграде и бар један новинар је повређен, док је у тој згради смештено двадесетак медијских организација.³⁷

Будући да су новинари познатих електронских и штампаних медија у свету онемогућени да уђу у подручје захваћено ратом, заинтересовани широм света остали су ускраћени за информације и извештаје медија с лица места. Представници око шездесет међународних медија и организација „Репортери без граница“ у заједничком саопштењу апеловали су на власти у Израелу да дозволе улазак страним новинарима у појас Газе, при томе су истакнули значај независног извештавања медија о догађајима на тој територији.

Међутим, израелске власти занемариле су не само јавну прозивку, него нису спровеле у потпуности ни одлуку Врховног суда, који је пресудио да је влада дужна да страним репортерима омогући улазак у Газу, како би могли да обављају своје професионалне задатке. Представник израелских оружаних снага, објаснио је да је страним медијима забрањен улазак у ратну зону због сложене и (за њихову безбедност) веома опасне ситуације и да присуство новинара може да угрози и саме војнике.

Представник канцеларије за медије израелске владе оценио је да страни новинари потенцијално могу послужити циљевима противника и да Израел нема разлога да то подржава. Такви ставови су израз уверења израелских власти да су страни новинари наклоњени палестинској страни, које је формирано још у време избијања Друге муслиманске интифаде. У то време израелска страна је била још ригорознија: бојкотовала је британски Би-Би-Си, уз оптужбе дописнице из Јерусалима за антисемитизам.

Приступ у подручје захваћено оружаним дејствима накнадно је забрањен и израелским новинарима, а Међународна федерација новинара (*IFJ*) оценила је да такво ограничавање кретања новинара доприноси неуједначеном и непотпуном извештавању и да би новинарима требало дозволити да се крећу и раде без обзира на војни надзор. С друге стране, амбасаде

³⁶ „Кажњени ТВ извештачи“, *Политика*, 14. јануара 2009.

³⁷ „Новинари непожељни на фронтovima у Гази“, исто.

Израела слале су широм света локалним медијима прегршт информација о акцији у Гази, нарочито када су у питању докази о Хамасовом ракетирању или када је Израел дозвољавао трочасовни прекид ватре ради достављања хуманитарне помоћи. Страни новинари су тражили да баш у току тог трочасовног прекида ватре уђу у те коридоре у појасу Газе, али и тај њихов захтев је одбијен.

Закључак

Према резултатима истраживања о праћењу медија у Србији (720 испитаника старијих од десет година током седмодневног праћења њиховог понашања према медијима), дошло се до следећих резултата: 95,7 одсто аудиторijума – четири сата дневно прати ТВ програм, 44,9 одсто – радио слуша дуже од једног сата, а 38,3 одсто – чита новине. Ти подаци јасно указују на значај појединих медија, будући да већина популације помоћу њих добија највише информација.

У надметању за већу слушаност, гледаност или бројније тираже медији настоје да открију и објаве све што би, према процени новинара, могло да интересује њихову читалачку публику. „У ери вести, штампа не може да чека да репортери стигну. Читаоци желе бомбе, тенкове и биланс жртава. Мора да им се каже ко су добри, а ко лоши момци. Вести су део индустрије забаве“.³⁸

Конфликти привлаче новинаре због тога што стварају драматичну слику која говори сама за себе и максимално утиче на емоције гледалаца. Поред тога, конфликти садрже и различите приче – од праве борбе међу нацијама до људских прича и индивидуалних трагедија, које показују различита људска искуства. Конфликти су релативно ретки догађаји. Прилози о конфликту подижу ниво гледаности и слушаности и дају могућност спољнополитичким и војним извештачима да постану значајнији од својих колега који прате домаће теме.³⁹

„Модерни сукоб ће вероватно бити вођен у средишту пажње медија. Брзина преноса информација може значајно увећати важност релативно минорних инцидената и утицати на мишљење јавности пре него што политичко и војно руководство потпуно анализира чињенице. Резултат тога је да тактичке акције могу имати стратегијски утицај. Овај тренд може ставити политичко и војно руководство под додатни притисак и може утицати на укупно вођење кампање. Међутим, исто тако медији могу бити значајан канал за пласирање позитивних информација ради задржавања подршке јавности и подизања морала нације“.⁴⁰ То тврде аутори Ваздухопловне доктрине Велике Британије.

³⁸ Вилби, Питер: исто.

³⁹ Shea, Jamie: Исто.

⁴⁰ АП 3000 Ваздухопловна доктрина Велике Британије, треће издање, превод, Лондон, стр. 9.

Укључивање новинара у војску има дугу историју у САД. Још у америчко-мексичком рату 1846, цивилни репортери су ишли заједно са америчким војницима да извештавају о биткама. Човек који је добио назив првог модерног војног извештача, *Џорџ Вилкинс Кендал*, био је један од првих придружених новинара и извештавао је из прве руке о рату који је у потпуности подржавао његов лист из Њу Орлеанса. Прави изазов је био тај што је морао да обезбеди да извештаји стигну до листа, зато је развио курирски систем – јахач је носио његове извештаје до источне мексичке обале, а затим су извештаји бродом путовали до Њу Орлеанса.

Од медија се не могу прикрити и мање јавне ствари, а камо ли рат. Где се пуца, ту су и новинари. Без обзира на то да ли команданти на њих гледали с мањим или већим негодовањем,⁴¹ они могу учинити да јавност операцију, која је у стварности била успешна, доживи као потпуно промашену.⁴²

У Првом светском рату новинар Флојд Гибонс био је придружен маринцима и с њима је отишао у Француску. За време Другог светског рата новинари су носили униформе, били акредитовани и практиковали одређену аутоцензуру у извештавању. И за време Вијетнамског рата новинари су имали отворен приступ трупима на фронту. Могли су да се слободно крећу, чак и стопирајући војна возила. Они су морали да имају акредитације и да поштују правила, али је контрола била слаба и током рата је само четири репортера изгубило своје акредитације. Телевизијске мреже су тада по први пут донеле у америчке домове језиве слике рата. Мада је снимцима било потребно два дана да стигну до Америке, то није умањило ефекат на публику која је могла да види америчке војнике како пале села или истерују људе уз поклике „трчи!“ То је у јавности изазвао анксиозност и озлојеђеност и повећало отпор америчкој интервенцији у Вијетнаму. Многи у америчкој војсци зато сматрају да су медији одговорни за повлачење америчке војске из Вијетнама. Мада је овај закључак дискутабилан, вијетнамско искуство је озловољило војнике према медијима и играло је кључну улогу у заштити присуства медија у каснијим конфликтима.

Влада бившег председника САД Џорџа Буша од војске је направила светску пропагандну машину уз наметање строгих ограничења новинарима који

⁴¹ У америчком грађанском рату било је више од пет стотина младих новинара, познатих као „Боемска бригада“ који су извештавали, углавном, за северњачке новине, команданти их нису волели и третирали су их, пре свега, као шпијуне.

У време балканских ратова новинари су били додељивани појединим командама као ратни извештачи, али су команданти од њих и зазирали. „Војвода Путиник, онда још генерал, није никако марио, да му новинари шврљају по бојишту... По његовом плану могао је сасвим лепо победити, а да на бојишту нигде не буде ни једног новинара.“ (Томић, Јаша: *Рат на Косову и Старој Србији 1912. године*, друго фототипско издање, Просвета, Ниш, 1999, стр. 50).

⁴² Сјајне победе Српске војске у балканским ратовима нису имале одјека у широј јавности, јер није било новинара да у својству ратних извештача о њима пишу. То искуство утицало је да српска Врховна команда промени однос према новинарима и да у Првом светском рату оствари знатно бољи медијски учинак.

настоје да објаве истину о ратовима у Ираку и Авганистану, оценио је извршни директор новинске агенције Асошијетед прес⁴³ Том Керли (Curley).⁴⁴

Према Керлију средства информисања морају сместа да преговарају с војском о новим правилима за ратно извештавање, јер „тамо (у рату) ми смо (новинари) једина сила која држи владу под контролом и указује на њену одговорност“ (из говора новинарима на свечаности на Универзитету Канзаса – где је награђен). Пентагон је, како је АП утврдио, наменио 4,7 милијарди долара да ове године потроши за „операције вршења утицаја“ уз ангажовање 27.000 службеника. Истовремено, војска све агресивније задржава информације и омета репортере. У вези с тим, Пентагон држи у тајности неке информације које су раније биле јавне, а официри за контакте с јавношћу прикупе више обавештајних података о новинарима, него што им дају податке – што би требало да им је посао.

Могућности медија да реагују брзо, готово увек у реалном времену неког догађаја, и да драматизују ситуацију, ствара притисак на доносиоце политичких одлука да брже одлучују, уз мање времена за размишљање, него било када у људској историји.⁴⁵ То повећава шансе за погрешне одлуке.

Данашњи политичари проведу готово исто толико времена објашњавајући или оправдавајући конфликт својој публици, колико проведу доносећи одлуке потребне за вођење конфликта. При томе, новинари су увек неповерљиви према информацијама које износе званичници, јер „они то морају да кажу“.

Литература

1. АП 3000 Ваздухопловна доктрина Велике Британије, превод, треће издање, Лондон, 1999.

2. Biernatzki, W.: „Terrorism and Mass Media, Communication Research Trends“, Center for the Study of Communication and Culture, Santa Clara, Volume 21, No.1, California, 2002.

3. Вилби, Питер: „Грузија је добила медијски рат“, Гардијан, превод, Политика, Београд, 19. август 2008.

⁴³ Associated Press (АП) највећа светска организација за прикупљање вести, непрофитна је кооператива која је рад почела извештавањем о Мексичком рату 1846. године. Керли је председник и извршни директор АП (од 2003).

⁴⁴ Том Керли (Curley) на Универзитету Канзаса добио је америчку награду за изванредно новинарство, а признања је добијао и претходне две године („Директор АП: Буш од војске направио пропагандну машину“, Лоренс, Канзас, Бета-АП, 7. фебруара 2009).

⁴⁵ Пример такве исхитрене одлуке јесте одлука америчког председника о повлачењу њених снага из Сомалије, након што је на америчкој телевизији приказана шокантна сцена о развлачењу тела једног погинулог америчког војника улицама Могадиша. Новинари су затражили реаговање председника одмах после првог емитовања таквих снимака и добили обећање да ће сви амерички држављани напустити Сомалију.

4. Колон, Мишел: Интервју белгијском листу „Telemoustique“.
5. Михаиловић, Вуко: *Пропаганда и рат*, ВИЗ, Београд, 1984.
6. Nacos, B.: *Terrorism and the Media: From the Iran Hostage crisis to the World Trade Center Bombing*, Columbia University Press, New York, 1994.
7. „Новинари непожељни на фронтима у Гази“, *Политика*, Београд, 14. јануар 2009.
8. Sheoard, A.: *Narrowing the Gap: Military, Media and the Iraq War*. Cognition Conference Series, Robert McCormick Tribune Foundation, Chicago, 2003.
9. Никшић, Стеван: „Рат у заливу: новинари и цензура“, *Новинарство*, број 1, Југословенски институт за новинарство, Београд, 1991.
10. Сун Цу: *Умеће ратовања*, Alnari, Mono & Мађана Press, Београд, 2002.
11. Shea, Jamie. P.: „The Kosovo Crisis and the Media: Reflections of a NATO Spokesman“, NATO's Nations and Partners for Peace, January 2000.
12. Томић, Јаша: *Рат на Косову и Старој Србији 1912. године*, друго фототипско издање, Просвета, Ниш, 1999.
13. Тофлер, Алвин и Хајди: *Рат и антират*, Паидеиа, Београд, 1998.
14. *Трагови нечовештва*, НИЦ „Војска“, Београд, 1999.
15. Џозеф, С. Нај Јуниор,: „Страх од 'електронског' Перл Харбура“, *Данас*, Београд, 26. децембра 2008.