

## МЕДИЈСКЕ ПРЕСУДЕ У ДИСКУРСУ СРПСКЕ ДНЕВНЕ ШТАМПЕ

**Сажетак:** У савременом, дигиталном друштву сведоци смо свакодневних промена. Све постаје роба, па чак и информација. Без обзира да ли је у питању медијска вест или обично мишљење написано на друштвеним мрежама, информација се претвара у производ који има своју цену, потрошаче и тржиште. Још са настанком масовних медија појављују се бројне комуникационе теорије које покушавају да одгонетну како садржаји утичу на производњу понашања, која врста порука најбоље производи одређене ефекте и какве су дугорочне последице на друштво? Квантитативном и квалитативном анализом садржаја насловних страна шест дневних новина у Србији (*Информер*, *Вечерње новости*, *Блиц*, *Курир*, *Данас* и *Ало*), у интервалу од 17. јануара до 1. фебруара 2021. године, истраживане су карактеристике модела и наратива који се користе у приказивању случаја познатог српског редитеља и учитеља глуме Мирослава Мике Алексића који је осумњичен за сексуално злостављање ученица. Користећи теорију дневног реда, теорију оквира, као и теорију хиподермичке игле покушаћемо да дођемо до одговора – да ли и у којој мери можемо да се „одбранимо” од медијских мишљења којима нас свакодневно „бомбардују” и могу ли медији „осуђивати” пре правних институција.

**Кључне речи:** дискурс, штампа, наративи, комуникационе теорије, манипулација.

Прве две деценије XXI века суштински мењају наше свакодневно окружење, а да много пута тога нисмо ни свесни. Енормно учешће „нових медија” постало је део наших свакодневних навика - од коришћења мобилних телефона, смс-ова и мејлова, преко детињастог стављања „3Д наочала” да би видели нову димензију *виртуелне реалности*, до честе и претеране употребе *видеоигрица* или *четовања* на социјалним мрежама које су нас дефинитивно одвојиле од света традиционалних игара и детињства. У царству „глобалног села” све

више се осећамо изгубљеним и несигурним, тако да ушушкани у топле наративе медија који нас окружују покушавамо да разумемо шта нам се то дешава и са којим проблемима се свет суочава? Нова цивилизација не може се разумети кроз старе комуникативне обрасце, јер дигитална агенда друштвених медија са алгоритмовима и кликовима редизајнира стара гледишта, судове, аргументе и мишљења, тако да се слике које су се некада подразумевале као закључци у пракси могу изгледати другачије од реалних. У фокусу наше пажње биће промене које настају у медијској индустрији, односно промени дискурса којима се привлачи пажња аудиторијума и повећава време присности са рецепијентима.

Стари модел новинарства, промовисан у златно доба штампе, као ширење готових, једносмерних информација полако се повлачи пред налетима нових теорија које образују савремену матрицу информационо-комуникационих струјања, декларативно омогућавајући свима да говоре о свему и сваког тренутка! „Битно се мењају садржај и смисао људске интеракције, јер се комуникациона моћ усмерава ка полуобразовним масама које под утицајем медија промовишу потрошачки конзумеризам”.<sup>1</sup> Нит која увек повезује медије крије се у њиховој невидљивој моћи да утичу на ставове и понашање аудиторијума. У позадини се прикривало како је њихов директни утицај тешко установити, при чему су бројне комуникационе теорије имале задатак да их идентификују, структурирају и објасне. Пропагандно усмерене поруке обликују мишљења људи, али и перспективе из којих посматрају одређени друштвени проблем креирајући поделе, конфликте, сличности или разлике... Интернет је променио новинарство, али и укинуо географију и временска ограничења, што је у пракси означило отворено тржиште информација и битку за ексклузивом, рејтинзима и тиражима. Настала је трка за сензацијама, спектаклима, аферама и спинованом догађајима који ће својим клијентима обезбедити жељени публицитет и славу, макар по цену губљења етичности и запостављања професионалних новинарских стандарда.

У суштински измењеним околностима, са свих страна вребају поруке са основним задатком да нас информишу, али и жељом да намаме, заведу и убеде. Јевтовић, Петровић и Арачки скрећу пажњу на модел ЗК – *кратко, крупно и креативно* – као нови мото комерцијалних грабљиваца који креирају амбијент у коме данас живи и ради новинар. То је блиско тумачењу Сњежане Миливојевић како „медији много више учвршћују него што мењају постојећа мњења.”<sup>2</sup> Ова теоретичарка добро запажа како масмедији раде у циљу спровођења идеологије, „како би промовисала одређена значења и погледе на свет и како би служила једним друштвеним интересима више него другим”.<sup>3</sup> При томе, за наше истраживање важан је став да популарне форме кроз које се идеологија шири готово неприметно, финијим стратегијама убеђивања не морају

---

<sup>1</sup> Јевтовић З, Петровић Р. и Арачки З. (2014): Жанрови у савременом новинарству, Јасен, Београд, стр. 16

<sup>2</sup> „Дакле, медијске поруке врло мало, или чак ништа, не могу да измене у когнитивном пољу појединца али зато помажу да се учврсте ставови који већ постоје.” Више у: Миливојевић, С.: Јавност и идеолошки ефекти медија, *Пешчаник*, 2009.

<sup>3</sup> Исто.

бити само политички садржаји. Теопретичарка медија то констатује јер поруке које се дефинишу као неполитичке су заправо најважније за разумевање савремене културе, док популарни медијски садржаји „гарантују трајност и прихватљивост преовлађујућег „смисла стварности. Њиховом анализом припремљен је терен за касније разматрање хегемоније, која је у оквиру медијских студија, најзначајније подручје идеолошког деловања медија.”<sup>4</sup>

Промена перспектива важна је за демократичност сваког друштва, јер бавећи се *Другима* медији обликују стварне детерминанте друштвеног понашања. Отуда у средишту нашег интересовања карактеристике модела и наратива који се користе у приказивању случаја познатог српског редитеља и учитеља глуме Мирослава Мике Алексића, осумњиченог за сексуално злостављање ученица. Проучавањем доминантних наратива и дискурса у медијима можемо добити јасну слику о било којој друштвеној теми и њеној заступљености, па самим тим и значају који јој се даје. Схватање медијских учинака постало је друштвено важно и одговорно питање, јер располућено и дубоко подељено српско друштво и у овом случају има дијаметрална гледишта: од оних по којима је власт спиновала аферу у одређеном тренутку како би маргинализовала своје унутрашње несагласје и случај Јовањица, до прича како је осумњичени типичан ретро-националиста са маскама које треба скинути? Морални миље у којем се наши животи одвијају добрим делом је резултат инструментализације огромне количине информацијског вишка који се генерише у пропагандном балону руморне и информативне комуникације.

## Теоријски оквир рада

Чињеница је да нам у све богатијем и разуђенијем информацијском амбијенту медији усмеравају пажњу на одређене проблеме и сугеришу на важна друштвена питања. Они то раде кроз избор и приказ тема у вестима, извештајима, интервјуима и другим жанровима. Зато је важно полазиште овог рада теорија дневног реда (енгл. *Agenda Setting Theory*), једна од најмоћнијих медијских вештина јер начином на који медији бирају и представљају одређену тему, „те утицајем који тај одабир и представљање имају на то како ће јавност перципирати дату тему” креира се слика о неком догађају или процесу.<sup>5</sup> Према овој теорији, две су основне функције медија масовног комуницирања: додељивање статуса и наметање друштвених норми. У нашем случају дневне новине додељују статус одређеним темама, питањима, проблемима, појединцима или организацијама тиме што више или мање говоре о њима, или их уопште не помињу, и што успостављају хијерархију њиховог статуса редоследом, обимом и формом *порука*, као и уредничким интервенцијама. Мирко и Невена Милетић објашњавају како медији „целином посредованих садржаја

<sup>4</sup> Миливојевић, С., Критичка традиција у истраживању медија: културне студије, *СМ*, Београд, 2008: 42.

<sup>5</sup> H.I. Chyi, M. McCombs (2004) *Media Salience and the Process of Framing: Coverage of the Columbine School Shootings*, *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Vol.81, No.1. str.23.

сугеришу норме и вредности, који су у складу са нормативним поретком и преовлађујућим вредносним системом у друштву. Остваривање ових функција могуће је у спречи са специфичном дисфункцијом медија масовног комуницирања – тзв. *наркотичком дисфункцијом*”.<sup>6</sup>

На ову теорију се надовезује и *теорија оквира* која нам објашњава на који начин медији пласирају информације, односно, како се дефинише проблем и „прозор” кроз који ћемо да их посматрамо. Теорија оквира или *framinga* представља интерпретативни оквир медијске стварности.<sup>7</sup> Појам оквира се може односити на један или више догађаја, али исто тако може се користити „тако да бира и истиче једна, а прикрива друга обележја стварности на начин који казује доследну причу о проблемима, њиховим узроцима, моралним импликацијама и решењима.”<sup>8</sup> Фрејминг је важан јер се у спиновањима јавности „не користи само за одабир вести јер реципијент користи постојеће интерпретативне оквири, већ да би на основу извештавања развијао нове оквири. Постоји међусобно деловање између оквири у текстовима вести и оквири код јавности. На темељу оквири уобичајеније је тексту приписати одређено значење”.<sup>9</sup> Оквир обликује перцепцију маса, често имлицирајући узрок, али и решење проблема. Ентман (Entman), који се међу комуниколозима посебно бавио овом темом, прецизира да уоквиравање укључује „укупну комуникацију текста или поруке с циљем да се промовише одређени аспект једне перцепције стварности и да се тај аспект истакне на тај начин да подржава специфичну дефиницију проблема, узрочне интерпретације, моралну евалуацију и третман препорука”.<sup>10</sup> „Оквир или фрејм је отисак моћи” – додаје даље Ентман, што имлицира и на значај који му он придаје у анализи публикованих наратива.

У лаичкој јавности одомаћено је схватање да медији својим извештавањем често претходе доношењу политичких одлука, тако да било која форма стигматизације, демонизације или таргетирања фаворизује позицију актера који је мета писања. „Ако штампа у Србији креира реалност под утицајем политичко-корпоративних интереса онда медијска реалност може бити различита од објективне реалности, што потенцира опасност погрешних представа које се обликују у свести аудиторијума?”<sup>11</sup>

---

<sup>6</sup> Милетић, М. и Милетић, Н.: *Комуниколошки лексикон*, Мегатренд универзитет, Београд.

<sup>7</sup> Термин оквир (фраме) установио је Гофман (Goffman)м, дефинишући га као „интерпретативну шему која омогућава појединцима да лоцирају, сагледају, идентификују и означе појаве или животна искуства”. У: Erving Goffman, *Frame analysis: An essay on the organization of experience*, 1986: 21.

<sup>8</sup> Entman R. (1996): Reporting Environmental Policy Debate: the Real Media biases, према Tomić, Z. *Odnosi s javnošću – teorija i praksa*, Zagreb, Sarajevo, 2016: 195.

<sup>9</sup> Kunczik, M. i Zipfel, A: Uvod u znanost o medijima i komunikologiju. Zaklada Friedrich. Ebert, Zagreb, 2006. 105.

<sup>10</sup> Robert M. Entman, „Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm”, *Journal of Communication*, 1993, pp. 51–58 .

<sup>11</sup> Јевтовић, Зоран „Ко говори у дневној штампи Србије”, из зборника „Веродостојност медија, донети медијске транзиције, ФПН, Београд, 2011: 178.

## Методологија

У овом раду примењивали смо квалитативну и квантитативну анализу садржаја шест дневних новина у Србији у периоду од 17. до 1. фебруара 2021. године (*Информер*, *Вечерње новости*, *Блиц*, *Курир*, *Данас* и *Ало*). Према доступним подацима, анализиране новине имају велику читаност, а неки од њихових портала су међу најпосећенијим у земљи, па се може рећи како својим писањем утичу на ставове читалаца. Истраживали смо какве су насловне композиције коришћене у приказивању случаја учитеља глуме Мирослава Мике Антића, осумњиченог за сексуално злостављање ученица (познатих глумица). Желели смо да укажемо на то да ли и у којој мери дневна штампа усмерава друштвену агенду у приступу проблему сексуалног насиља над женама у српском друштву? Да ли медији, и како, својим насловима подстичу атмосферу у којој жене неће ћутати? Интересујући се за ужи предмет истраживања нећемо дубље улазити у етичност извештавања јер би то могла бити посебна тема неког рада.

У оквиру сваког броја анализиран је укупан садржај насловних страна и издвојене су оне на којима се на било који начин обрађује тема повезана са Мирославом Алексићем (наслови везани за сведочење глумица Милене Радловић и Иве Илинчић, реакције људи из света културе, као и изјаве адвоката и других заинтересованих личности). У анализи нисмо разматрали да ли је на насловним странама ово централна или периферна тема, односно само елемент неке друге теме или део ширег контекста. У укупан узорак су укључени сви елементи насловне композиције (наднаслови, наслови, поднаслови), као и делови текста на насловној страни (карактеристични за *Данас*), у којима је споменут редитељ Алексић. Простор који је обухваћен истраживањем је територија Републике Србије на којој су дистрибуиране наведене новине.

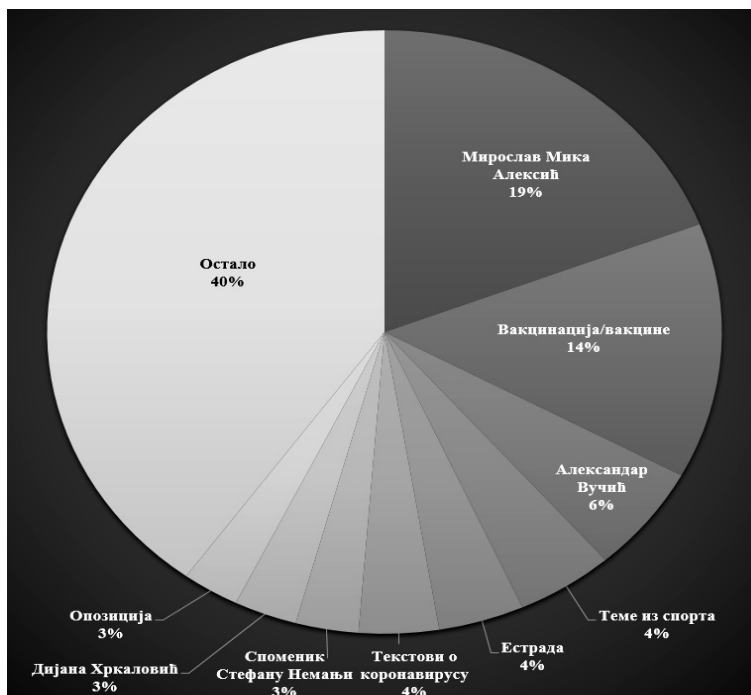
## Резултати истраживања

У посматраном временском интервалу објављено је укупно 365 текстова који су обрађивали 86 различитих тема. Од тога, питање које је у фокусу нашег истраживања помињано је 70 пута, што указује да му је штампа дала значајан публицитет (од тога 12 наслова су реакције на исповест глумице Милене Радловић). „Штампа можда у највећем броју случајева није успешна у томе да говори људима шта да мисле, али она је изванредно успешна у томе да људима каже о чему да мисле.” (Mc Combs and Shaw, према Радојковић, Ђорђевић 1981, 128). Ово је један од основних постулата *теорије дневног реда* (*agende setting theory*), чији су утемељивачи Мек Комбс и Шоу. Заправо оштра оптужба за силовање убедљиво је највише помињана на насловним странама, при чему је презумпција невиности потпуно заборављена.<sup>12</sup> Тема која се такође у

<sup>12</sup> Једна од најважнијих уставних и међународноправних гаранција окривљеног јесте управо *претпоставка невиности*. Наиме, реч је о процесном механизму којим се окривљени ослобађа терета да докаже своју кривицу. Аналогно томе се терет доказивања кривице окривљеног пребације на супротну страну, односно на тужиоца. Медији не треба да унапред суде ухапшеном јер је он невин све док се не докаже супротно!

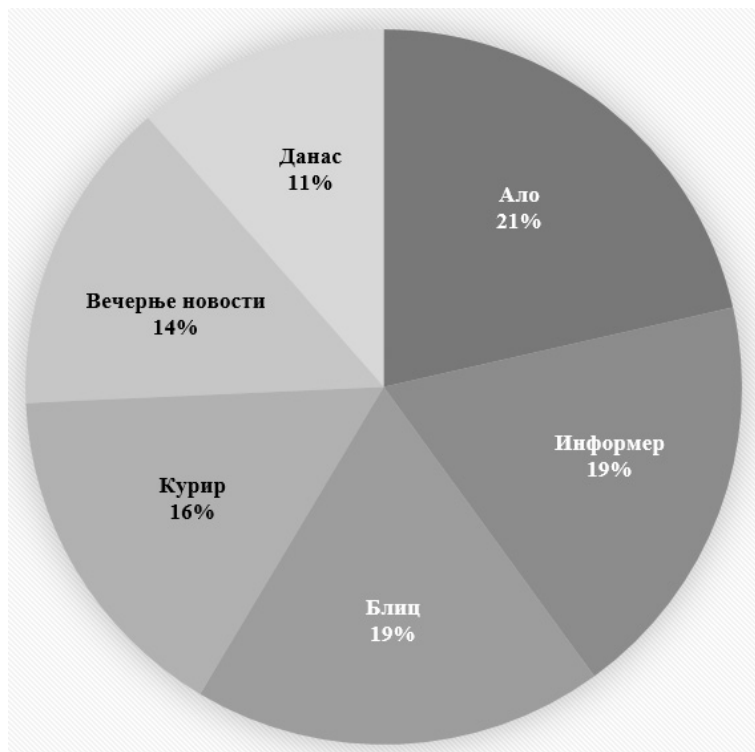
значајном проценту задржавала пажњу аудиторијума јесте вакцинација и коронавирус (50 пута), затим председник Србије Александар Вучић 22 пута (од чега је 10 наслова било посвећено афери „прислушкивање”). Ваљало би нагласити и да се још 11 текстова повезују са извештавањем о прислушкивању председника државе, а у којима се помиње бивша државна секретарка МУП-а Дијана Хркаловић.

ГРАФИК 1 - Удео тема у укупном броју насловних блокова (или текстова) на насловницама анализираних дневних штампа у Србији.



Према теорији жанрова и кодексу професије новинари не би требало да износе тврдње, да се укључују у расправе или да доносе своје судове о сукобљеним позицијама, али наша анализа ће показати да у српској штампи то није случај! Актуелна су извештавања о новом соју корона, као и споменику Стефану Немањи који је свечано отворен у овом периоду. Међутим, тема која се намеће у свим штампаним издањима је наводно силовање од стране познате јавне личности, које је својим детаљима и наративима подигло јавност на ноге. Први текст објављен је у *Блицу* 17. јануара 2021. године, са насловним блоком „Више малолетница прошло кроз пакао у школи чувеног учитеља глуме – Мирслав Мика Алексић нас силовао и злостављао – Милена Радуловић: Ово је монструозна мрежа интелигентно склопљена у највишем кругу друштва, од најранијих година упакована у најплеменитије форме уметности и религије човека који, корак по корак, зна шта ради и с предумишљајем долази до циља”. Последњег дана анализе текст је објављен једино у *Алоу* и то „Сексолог Александар Милошевић: Алексићу не треба простата да би силовао!”

ГРАФИК 2: Појединачни удео анализираних дневних штампа у Србији у укупном броју насловница везаних за случај Мирослава Мике Алексића у посматраном периоду.



Посматрајући квантитет извештавања, уочава се да готово сви имају континуитет осим новина *Данас* (осам текстова на ову тему), али не треба игнорисати ни податак да је ово новина која има викенд двоброј. Највише простора овој теми дали су дневни листови *Ало*, *Курир* и *Информер* (укупно 56%), па можемо да закључимо како таблоидне новине циљају на снажнији утицај у јавности. Полутаблоиди *Вечерње новости* и *Блиц* такође имају висок удео у аудиторијуму (скоро трећина текстова), а изазову није одолела ни озбиљна штампа (*Данас* 11%). Селебрити особе увек привлаче високу пажњу медија, посебно када је скандал у питању, а драматизацији доприносе детаљи који свакодневно испливавају на површину, дижући тираже и читаност штампе. Насиље над женама у Србији је доста честа појава, али занимање за овај случај је увећано због чињенице да су жртве познате младе глумице.<sup>13</sup> Осетљиве, деликатне, прикривене и недостојне информације снажно утичу на човеково понашање, посебно када угрожавају слободу и достојанство појединца. Са

<sup>13</sup> Најмање 22 жене изгубиле су живот током 2020. године због насиља у породици. „Седам жена убијено је ножем, пет секиром, три пиштољем, три су пребијене до смрти, једна је убијена аутоматском пушком, једна активирањем бомбе, док су две жене убијене на друге начине”, наводи се у саопштењу невладине организације Аутономни женски центар. Према подацима невладиних организација, годишње се пријави око седамдесет силовања, што је тек петина од стварног броја

једне стране осећаји беспомоћности и резигнације; са друге охолости и господарења Другима - у јавном простору креирају илузију подршке једној или другој опцији.

### Анализа - Тематизација извештавања

Медији нас, својим избором тема, као и начином на који нас информишу, упућују на оно што је „важно”, као и „на шта да обратимо пажњу”. У вртлогу информација, човек из страха да неће моћи све да их обради, све више се ослања на медије. „Прихватајући здраво за готово медијску понуду једностраних, униформних и опрезно прерађених порука, човек губи свест о томе да је све даље од истине и да гуши властите потенцијале за стварање значења и самостално приписивање смисла појавама о ком су га известили медији”<sup>14</sup>. На насловној страни дневне новине „Блиц” 17. јануара освануо је наслов „Мирослав Мика Алексић нас силовао и злостављао”. Пошто дневне новине увек претходно вече на свом порталу објаве шта нас очекује сутрадан у штампаном издању, ова вест је као бомба осванула на свим порталима, али ју је у принтаном облику имао само „Блиц”. Ексклузивна информација са бомбастичним одјеком била је толико снажна да је Алексић исте вечери и званично ухапшен!

Слика 1.: Насловне стране анализираних новина 18. јануара 2021.



<sup>14</sup> Стојковић, Ивана; Петковић Велибор „Медијска представа о природним катастрофама у Србији – манипулација и дезинформације”, стр. 328

Глумица Милена Радуловић је у интервјуу за исте новине испричала да су она и неколико девојака, од којих су неке и малолетне, пријавиле полицији да их је силовао или сексуално узнемиравао власник школе глуме: „*Шест година сам била у школи Мике Алексића када ме је силовао. Имала сам 17 година. То се није догодило једном. Понављало се*”<sup>15</sup>. У интервјуу је тврдила да је у питању систем злостављања који је темељно грађен деценијама. О детаљима злостављања није причала, већ је рекла: „*Мика је водио рачуна да се то (сексуално злостављање, прим. нов.) догоди у току часа, али у соби поред оне у којој су били остали ученици, или у периоду када се због пријемног на ФДУ интензивира рад. Није остављао простор да неко посумња да се ту дешава нешто толико ужасно*”<sup>16</sup>. Појединац који конзумира медијске садржаје „предаје се погрешном уверењу да *знати* за дневни проблем значи *учинити* нешто у вези са њим”, тврде Лазарсфелд и Мертон у тексту „*Масовно комуницирање. Популарни укус и организована друштвена акција*” (*Mass Communication. Popular Taste and Organized Social Action*, 1960). Морална брига се шири јавним просторима, чиме расте и број актера који би желели да изнесу своје вредносне судове о актуелној теми. Какви наслови нас чекају већ сутрадан? Од анализираних дневних новина на свакој видимо ову тему. Међутим, приметна је разлика у начину извештавања. *Данас* је као ударни наслов имао „*Страшна прича глумице отворила Пандорину кутију*”, док је у *Вечерњим новостима* извештавање било у форми питања – „*Редитељ Алексић силовао ученице?*” Остали су говорили о школи страха и давали Алексићу епитете попут „*манијак, педофил*”...<sup>17</sup> Социјална мобилност читалаца исцрпљује у самом чину *рецепције* порука, психичким механизмима идентификације и пројекције, којима се надомешта реална друштвена акција.

Селектованим, обрађеним, али и конструисаним причама медији се труде и да наметну доминирајући наратив као начин мишљења.<sup>18</sup> Улога и значај скандала у свакој заједници детерминисани су статусом који им медији додељују, а у штампи их је најлакше уочити анализом насловних страница. При томе, креирање насловних блокова, избор чињеница и аргумената, углова интерпретирања, величина фотографије или слова, интензитет објављивања и сличне технике усмеравања пажње показују значај теме и приступа који развијају уреднички тимови. Медијски оквир је „процес у којем се тема приказује из одређеног угла, могуће и из више углова, и публика се позива да изведе одређене закључке”<sup>19</sup>. Начин на који ће се одређена проблематика интерпретира-

<sup>15</sup> <https://www.blic.rs/vesti/hronika/milena-radulovic-miroslav-mika-aleksic-optuzbe-silovanje-seksualno-zlostavljanje/5fj8cjv>

<sup>16</sup> <https://www.blic.rs/vesti/hronika/milena-radulovic-miroslav-mika-aleksic-optuzbe-silovanje-seksualno-zlostavljanje/5fj8cjv>

<sup>17</sup> Према Кодексу новинара Србије „Новинар је дужан да поштује правило претпоставке невиности и не сме никог прогласити кривим до изрицања судске пресуде”

<sup>18</sup> Стивен Корман (Steven R. Corman) са групом америчких стручњака за пропаганду разликује „причу” и „наратив”. Отудао причу дефинише као „низ догађаја, који укључују учеснике и деловање, који су засновани на жељи (која често потиче из конфликта) и која води до стварног или пројектованог разрешења те жеље”, док је сам наратив „систем прича које деле теме, форме и архетипове” (2011, р. 36-37).

<sup>19</sup> Џајлс, 2011:161

ти, као и интензитет објављивања, визуелно одређивање места и простора на насловној страни, зависи од уредничке оријентације медијске куће. Управо због све веће доступности информација и брзине којом се оне преносе, посебно су интересантни садржаји дневне штампе, јер у њима можемо да препознамо идеолошке поруке које су прилагођене интересима владајућих структура. Терија је то давно препознала кроз хиподермички модел у којем „масовни медији ‘убризгавају’ идеје, ставове и диспозиције за деловање пасивним, атомизованим, за манипулацију изузетно пријемчивим појединцима. Свака порука има за циљ да изазове промене у ставовима/понашању у складу са интенцијама пошиљаоца.”<sup>20</sup> У свим верзијама С-Р теорија које су се појављивале све до шездесетих година двадесетог века (поткожне (хиподермичке) игле, теорија магичног метка...), комуникација је једноставан, линеарни процес усмерен на мишљење појединца, док се у новије време таргетира већи аудиторијум.

И теорија и пракса новинарства у свету сагласни су у оцени важности насловне структуре текста, која представља симболички мамац за освајање пажње читалаца<sup>21</sup>. Када говоримо о медијском извештавању о осумњиченом Алексићу можемо да уочимо карактеристичне обрасце. Издања попут *Вечерњих новости* обавештавају да се шири круг злостављаних и како су се појавиле нове оптужбе за силовања, *Данас* пише о причи која је покренула лавину и оснажила Србију. *Блиц* 19. јануара доноси исповест друге глумице Иве Илинчић са насловом „Стидела сам се зато што ме је злостављао – *Шест година сам ћутала. Буквално ником нисам рекла. Ни мами, ни тати, ни сестри, ни тадашњем дечку, садашњем...Никоме. Стидела сам се, преузела сам његову срамоту, осећала сам се као саучесник. Била сам мала, нисам схватала да нисам саучесник већ жртва једног изразито интелигентног човека*”. У том тренутку *Ало* напада глумце који иступају јавно да коментаришу тему, уз осуду „срамно понашање – зашто ћутите?”. Овде се препознаје исправност размишљања Стјуарта Хола (Stuart Hall), једног од оснивача британских студија културе, који констатује да ствари немају значење по себи, већ да га добијају на основу договора унутар заједнице. Језик је стуб сваког друштва, „репрезентациони систем”, посредством којег можемо да саопштавамо наше мисли, осећања и идеје, при чему значења зависе од „језичких игара”, односно од дискурса. Хол издваја језик јер се њиме продукују репрезентације које дају значење објектима и лицима која се представљају (Hall 2014).

Таблоидни журнализам привидно води бригу о жртвама, док у позадини кроз привид њихове славе стимулише природни инстинкт људи да се интересују за животе селебритија. Тако *Курир* преноси „Микине заповести: овако је говорио девојчицама – све су жене курве, можете да будете елитне проститутке или уличарке”, док *Информер* износи „шокантне детаље из истраге: Мика силовао и девојчицу од десет година”. Наредних дана у таблоидима можемо да

<sup>20</sup> Корене оваквих размишљања видимо још код Шенон - Виверовог модела масовне комуникације (“ко каже, шта, коме, којим средствима и са каквим ефектима”). Више у: Shannon Claude Elwood (1948), "A Mathematical Theory of Communication", *Bell System Technical Journal*, 27, pp. 379–423 & 623–656, July & October, 1948.

<sup>21</sup> Теоретичари тврде да скоро 70 одсто читалаца у новинама прво прочита наслове, а онда се опредељује ком тексту ће посветити ширу пажњу (Јевтовић и др., 2014: 56).

видимо епитете попут монструм, мучитељ, силоватељ, животиња, хохштаплер, „да ли је нормалан”, као и здравствено стање осумњиченог „Мика нема простату и не може да силује”. *Блиц* се бави темама као што су „истражујемо како и зашто нам се догодио Мирослав Антић”, „необјашњиве сцене у центру Београда – Алексић у притвору, а његова школа и даље ради”, преноси нову исповест неименоване жртве са насловом „Силовао ме је скоро сваког уторка, седам месеци”, како је Алексић контролисао своје жртве итд. Таблоиди упозоравају да постоје „манијаци из високог друштва: Мика није једини, сексуални предатори вребају у школама, на факултетима, у болницама...”<sup>22</sup> На свакој насловној страни имамо информацију о сведочењима глумица Милене и Иве, као и колико су дуго давале исказе. Што се тиче другачијих наслова, односно, нечега што је у „одбрани” осумњиченог, на насловници *Курира* 23. јануара имамо „Бестидни потез учитеља глуме: Срамно: одбрана Мике Алексића покушава да релативизује злочин сликом жртве са силоватељем” и сутрадан у *Новостима* изјаве заступника жртава и браниоца осумњиченог „Југослав Тинтор: Подмећу да нема довољно доказа; Зоран Јаковљевић: Медији преузели улогу судија”. Лавина која је покренута у јавности кулминира исповестима на друштвеним мрежама, па тако не чуди што је на насловној страни *Данаса* 21. јануара упозорење да се „предатори пријаве држави, а не друштвеним мрежама”.

Нове „теорије завере” појављују се када *Курир* 25. јануара објављује ексклузиву „Мучитељ – Милена Радуловић написала сценарио и снима серију која ће описати све страхоте из Микине школе”. Наредних дана, са насловних страна овог листа сазнајемо да је Бјелогрлић први прочитао сценарио и да су се професори следили кад су сазнали да је Миленин сценарио истинита прича. Други таблоиди (Ало) нам преносе бруталну поруку коју је глумица послала силоватељу „Пи\*ко, ја сам Милена!” Јавна комуникација у штампаним медијима обично одсликава ставове политичких, економских, културолошких и других интересних актера и група, који из сенке утичу на уређивачку политику, како би постављањем информацијске агенде (*agenda setting*), уоквиравањем (*framing*) и прајмингом (*priming*) испровоцирали одређене менталне реакције. Када се делови стварности селектују као значајни, стављају се у одређени референтни оквир чиме се повећава или смањује њихова изложеност аудиторijуму. У том контексту значајан је и појам тематског уоквиравања, којег Роберт Ентман (Robert Entman), види као процес „одабира и истицања одређених аспеката неких догађаја или тема и њихово повезивање тако да се промовише одређено тумачење, вредновање и/или решење” (Entman и Kastels 2014, 197).

## Резултати:

### Таблоидизација са мирисом пресуде

Из анализираног садржаја можемо да закључимо да је део медија акценат ставио на извештавање о случају, док су други инсистирали на сензацио-

<sup>22</sup> Курир, насловна страна 21.1.2021.

налистичким насловима, па могло би и да се каже да су емоционалним конструкцијама покушали да изазову моралну панику како би увећали продају. Извештавање о друштвено комплексној теми каква је сексуално злостављање све је даље од непристрасних, објективних и веродостојних представа, већ углавном информација постаје добро упакован производ који никога не оставља равнодушним. Медијски оквир кроз који је јавност извештавана очигледно је наметнут. То добро илуструје наслов *Курира* који 22. јануара доноси вест да је „Мирослав Алексић 35 година сексуално напаствовао ученице”. Овакви наслови не могу да испровоцирају аналитичку свест код читалаца. Зато морамо да поставимо питање – какав и чији је интерес креирање овакве медијске агенде?

Уколико подржавамо став да медији својим извештавањем утичу на креирање ставова код публике, онда носе и одговорност за морални развој или посрнуће друштва. Примењујући Ентманово схватање о *селекцији и истцању* као два нераздвојна елемента у конструисању медијских оквира уочавамо како различите интерпретације истог догађаја у различитим новинама не нуде критички избор као резултат комуникације, већ оснажују једнодимензионалну слику која унапред сугерише кривца. Ентман је то предвидео када је наводио како „оквири имају најмање четири локације у комуникацијском процесу: комуникатор, текст, прималац и култура,<sup>23</sup> Таблоидизација је променила систем пажње обичног конзумента медијских порука, тако што је култура маргинализована и измештена из фокуса. У поремећеном вредносном систему сензационализам и спектакл постају приоритет у медијском извештавању, што дугорочно мења читаво друштво? Циљ нашег истраживања није у проблему одговорности оптуженог Алексића, јер је питање кривице надлежност судских органа, али чињеница је да медијско извештавање о овом случају није било професионално етично. Кодекс новинара Србије наводи да „наслов текста/прилога подлеже истим етичким принципима као и сам текст/прилог”<sup>24</sup>.

Насловне стране штампе представљају одраз уређивачке политике, а са њима се сусрећу и они који нису њихови читаоци: да ли случајним погледом док чекају у реду или посредством друштвених мрежа. Мишљења све сегментарнијих јавости и ставови аудиторијума нису увек идентични и разликују се концептуално на најмање три начина: прво, мњења се сматрају видљивим, вербалним одговорима на проблем, док су ставови предиспозиције или тенденције. Друго, иако оба претпостављају прихватање или неприхватање, ставови се више односе на афекат (фундаментално допадање или недопадање), а мњења много више на когниције (на пример, свесну одлуку да се подржи или супротстави извесној политици). Треће, и можда најзначајније, став је традиционално концептуализован као глобална, трајна оријентација ка генералној класи појава, док је мњење више ситуационо, односи се на посебан проблем у одређеном сетингу. Такође, на многим телевизијама у јутрањем програму пос-

---

<sup>23</sup> Robert M. Entman, „Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm”, *Journal of Communication*, op.cit., p. 52 .

<sup>24</sup> Кодекс новинара Србије, 2009.

тоји „прелиставање”, тако да је велики домет информација које „кресе” насловне стране. Иако штампа у трци са дигиталним медијима губи корак, не смемо да занемаримо да је њена улога у форсирању одређених слика у јавности и даље значајна. У највећој мери слике које стварамо о свету заснивају се на основу онога што нам медији кажу: „прецизније, резултат посредованог погледа на свет је тај да приоритети медија снажно утичу на приоритете јавности. Елементи истакнути у медијској агенди постају истакнути, наглашени и у људском уму.”<sup>25</sup> Добитна комбинација за читаност јесте вест која се обраћа срцу читаоца, док страх за безбедност нас и наших најближих расте. Уколико постоје и ласцивне или емоционално трауматичне фотографије, онда је утицај гарантован!

### Закључна разматрања

Политички и медијски системи сваке државе представљају резултат делања актера који имају јаке ресурсе и који су моћни интерпретатори стварности. Уверење да су штампани медији агенти утицаја овим радом је потврђено. Анализа насловних страница шест утицајних штампаних новина у Србији током извештавања о случају наводног силовања од стране учитеља глуме Мирослава Мике Алексића показала је разорну снагу таблоида и клијентелизам сензационалистичких наратива. У садејству са друштвеним мрежама и порталима они су у стању да намећу „правила” и формирају обрасце мишљења, чиме се у идеолошком смислу мења референтни оквир комуникационе парадигме. Да би се процес уоквиравања у извештавању о овом случају објаснио до краја, послужићемо се Ентмановом дефиницијом, у којој он каже да оквири „типично, дијагностификују, евалуирају и преписују” односно да оквири „дефинишу проблеме, дијагностификују узроке, евалуирају узрочнике и њихове ефекте и сугеришу лекове за уочене проблеме”.<sup>26</sup> Таблоидно сивило комерцијализацијом вести и извештаја постепено конструише барометар стереотипа у популарној култури, тако да забава, обмане, вулгарност, гламур, насиље и примитивизам потискују истраживачко, трагичко и одговорно новинарство. У теоријском погледу реактуелизује се чувена мисао Бернарда Берелсона (Bernard Berelson) – „неке врсте комуникације о неким темама, доведених до пажње неке врсте људи, под неким условима, изазивају неке врсте ефеката”.<sup>27</sup> Њену неодређеност неки виде као потврду врхунског академског опреза, док су други ближи тумачењу да је реч о о тешкоћама у доказивању медијског утицаја. Другим речима, медији агендом дневног реда највише учвршћују уверења која већ постоје, док их у стварности веома мало мењају. Јавна сфера и даље је отворени простор за све бројније информације, али да би биле видљиве на

<sup>25</sup> McCombs, E. Maxwell, *The Agenda-Setting Role of the Mass Media in the Shaping of Public Opinion*, 2002:2, dostupno na: [http://www.infoamerica.org/documentos\\_pdf/mccombs01.pdf](http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/mccombs01.pdf)

<sup>26</sup> Robert M. Entman, „Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm”, *Journal of Communication*, op.cit., p. 52 .

<sup>27</sup> Berelson, B. (1950) “Democratic Theory and Public Opinion”, *Public Opinion Quarterly*, 16, 313-330.

друштвеној сцени неопходно је да садрже елементе којима „купују” пажњу аудиторијума. Који комуникацијски модели и који актери ће избити на површину – остаје отворено питање на које је могуће одговорити само емпиријски. То значи да би неко друго истраживање у промењеним околностима (контексту) вероватно дало другачије резултате и теоријске оквире.

## Литература

1. Berelson, B. (1950): “Democratic Theory and Public Opinion”, *Public Opinion Quarterly*, 16, 313-330.
2. Goffman, E. (1986): *Frame analysis: An essay on the organization of experience*, Northeastern University Press edition (reprint), Boston.
3. Entman, R. M.: „Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm”, *Journal of Communication* Volume 43, Issue 4, December 1993.
4. Kunczik, M. i Zipfel, A (2006): *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju*. Zaklada Friedrich. Ebert, Zagreb.
5. Lazarsfeld, P.; Merton, R. (1960): „*Mass Communication. Popular Taste and Organized Social Action*”, University of Illinois Press.
6. Јевтовић З, Петровић Р. и Арачки З. (2014): *Жанрови у савременом новинарству*, Јасен, Београд.
7. Јевтовић, З., „Етичност дневне штампе у Србији”, Српска политичка мисао 2/2011.
8. Јевтовић, З. „Ко говори у дневној штампи Србије”, из зборника „Веродостојност медија, домети медијске транзиције, ФПН, Београд, 2011.
9. Hall, S. (2014). Encoding and decoding the message. In J. Angermuller, D. Mangueneau and R. Wodak (eds.), *The Discourse Studies Reader: Main currents in theory and analysis* (111-121). Amsterdam: John Benjamins, Publishing Co.
10. Halverson, J., Goodall, H. L., Jr., & Corman, S. C., (2011): *Master Narratives of Islamist Extremism*. Palgrave/Macmillan
11. Milojević, A. (2009): Критичка теорија о масовном комуницирању. *СМ-Ћасопис за управљање комуницирањем*, година IV, број 11: 45-78.
12. Milivojević, S. (2008): Јавност и идеолошки ефекти медија, *Пешичаник*, 31.8-2009.
13. Milivojević, S. (2009): Критичка традиција у истраживању медија: културне студије. *СМ-Ћасопис за управљање комуницирањем*, година V, број 8: 29-51.
14. Милетић, М. и Милетић, Н. (2012): *Комуниколошки лексикон*, Мегатренд универзитет, Београд.
15. Радојковић Мирољуб, Ђорђевић Тома, „Основе комуникологије” Факултет политичких наука, Београд, Чигоја штампа, 1981.
16. Tomić, Z. (2016): *Odnosi s javnošću – teorija i praksa*, Zagreb, Sarajevo.
17. H.I. Chyi, M. McCombs (2004) *Media Salience and the Process of Framing: Coverage of the Columbine School Shootings*, *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Vol.81, No.1.

18. Corman, S. R. (2011). Understanding the role of narrative in extremist strategic communication. In L. Fenstermacher and T. Leventhal (eds.), *Countering violent extremism: scientific methods and strategies* (36-43). Washington, DC: NSI Inc.
19. Џајлс, Д (2011): *Психологија медија*, Београд, Clio.
20. Shannon, C. E. (1948): „A Mathematical Theory of Communication”, *Bell System Technical Journal*, 27, pp. 379–423 & 623–656, July & October, 1948

### **Вебографија**

1. McCombs, E. Maxwell, *The Agenda-Setting Role of the Mass Media in the Shaping of Public Opinion*, 2002, dostupno na: [http://www.infoamerica.org/documents\\_pdf/mccombs01.pdf](http://www.infoamerica.org/documents_pdf/mccombs01.pdf).
2. Стојковић Ивана, Петковић Велибор „Медијска представа о природним катастрофама у Србији – Манипулација и дезинформације”: [https://izdanja.filfak.ni.ac.rs/zbornici/2015/download/1383\\_85fb44d09dc842f67f29e8229b83cb6b](https://izdanja.filfak.ni.ac.rs/zbornici/2015/download/1383_85fb44d09dc842f67f29e8229b83cb6b)

## MEDIA TRIALS IN THE DISCOURSE OF SERBIAN DAILY PRESS

**Summary:** In a contemporary and digital society we have been witnessing frequent changes and everything has become a commodity, even a piece of information. Whether it is news in the media or an opinion written on social media, information is transformed into a product that has its own price, consumers and market. Since the occurrence of the mass media, numerous communication theories have been emerging which try to interpret how content affects the construction of behavior, what type of message produces certain effects and what are the long-term consequences for the society? Applying the quantitative and qualitative content analysis of the front pages of the six daily newspapers in Serbia (*Informer*, *Večernje novosti*, *Blic*, *Kurir*, *Danas* and *Alo*) between January 17 and February 1, 2021 we investigated the characteristics of the models and narratives used in presenting the case of the well-known Serbian director and acting teacher, Miroslav Mika Aleksić, who has been accused of sexually abusing female students. Using the theory of the agenda, the framework theory, as well as the hypodermic needle model, we will try to provide an answer to the question – whether and to what extent we can “defend” ourselves from media opinions which keep “bombing” us every day and can the media “reach a verdict” before legal institutions.

**Keywords:** discourse, press, narratives, communication theories, manipulations

The first two decades of the 21<sup>st</sup> century have fundamentally changed our everyday environment, with us being unaware of it many times. The enormous participation of “new media” has become part of our daily habits – from using mobile phones, text messages and emails through the childish habit of wearing “3D glasses” to see a new dimension of the *virtual reality*, to frequent and excessive use of *video games* or *chatting* on social media that have definitely separated us from the world of traditional games and childhood. In the empire of the

“global village” we are feeling more and more lost and insecure, and so nicely wrapped in the warm narratives of the media around us we are trying to understand what is happening to us and what problems is the world facing? The new civilization cannot be understood through the old communication patterns, because the digital agenda of social media has been redesigning the old views with algorithms and clicks, so the images that were once understood as conclusions in practice may look different from the real ones. Our attention will be focused on the changes occurring in the media industry, specifically the changes in the discourse which attracts the audience’s attention and increases the time of closeness with the recipients.

The old model of journalism, promoted in the golden age of the press, as the dissemination of instant, one-way information is slowly retreating before the wave of new theories forming a modern matrix of information and communication flows, declaratively allowing everybody to talk about everything and in every moment!

“The content and meaning of human interaction are changing significantly, because the power of communication is directed towards the semi-educated masses, which under the influence of the media, promote customer consumerism.”<sup>1</sup> The line connecting the media lies in their invisible power to influence the attitude and behavior of the audience. In the background, the truth about the difficulty of establishing their direct influence was hidden, while numerous communication theories had the task of identifying, structuring and explaining them. Propaganda-oriented messages shape people’s opinions, but also perspectives from which they observe a certain social problem and create divisions, conflicts, similarities or differences...The internet has transformed journalism, but also eliminated geography and time constraints, which in practice marked an open market of information and the battle for exclusivity, ratings and circulations. Moreover, this caused a chase for sensations, spectacles, affairs and fabricated events which will provide their clients the desired publicity and fame, even at the cost of losing ethics and neglecting professional journalistic standards.

In fundamentally changed circumstances, messages with the main task of informing us are lurking from all sides, but also with the intention of alluring, seducing and convincing us. Jevtović, Petrović and Aracki draw attention to the 3K model – *short, large, creative* – as a new motto of commercial predators who create the environment in which a journalist lives and works today. It is close to the interpretation of Snježana Milivojević that “the media much more strengthen than change the existing opinions”<sup>2</sup> Also, Milojević very well observes how the mass media function in order to implement an ideology, “in order to promote certain meanings and worldviews and to serve one social interest more than the

---

<sup>1</sup> Jevtović, Z., Petrović, R., & Aracki, Z. (2014). Žanrovi u savremenom novinarstvu. *Beograd: Jasen*.

<sup>2</sup> “So, media messages can very little or not at all have the power of changing the cognitive field of an individual, but that is why they help strengthen the already existing attitudes.” See: Milojević, S. (2009): *Publicity and Ideological Effects of the Media, Peščanik*

other.”<sup>3</sup> In addition, it is important for our research to believe that popular forms through which the ideology spreads almost unnoticeably, with finer strategies of persuasion do not have to signify only political content. The media theorist stated this because the messages defined as non-political are actually the most important for the understanding of contemporary culture, while the popular media content “guarantees continuity and acceptability of the prevailing sense of reality”. Their analysis prepared the ground for the later observation of hegemony, which is the most important area of the ideological activity of the media within the media studies.”<sup>4</sup>

The change of perspectives is important for the democracy of any society, because in addressing the problem of *others* the media shape the real determinants of social behavior. Hence, in the center of our interest are the characteristics of the model and narratives used in presenting the case of the famous Serbian director and acting teacher, Miroslav Mika Aleksić, suspected of sexually assaulting female students. By analyzing the dominant narratives and discourses in the media, we can obtain a clear picture of any social topic and its representation, as well as the importance given to it.

Understanding the media effects has become a socially important and responsible issue, because the disorganized and deeply divided Serbian society has two diametrical viewpoints: from those who believe that the government fabricated the affair at a certain moment in order to marginalize its internal disagreement and the Jovanjica case, to the speculations that the suspect is a typical retro-nationalist yet to be exposed? The moral surroundings in which our lives are taking place are largely the result of the exploitation of vast amounts of information surplus, generated in the propaganda bubble of rumored and informative communication.

### Theoretical framework of the paper

As a matter of fact, in the increasingly affluent and diverse information environment, the media direct our attention to certain problems and suggest important social issues through the selection and presentation of topics in the news, reports, interviews and other genres. Therefore, the important starting point of the paper is the *agenda setting theory*, one of the most powerful media skills. The way the media select and present a certain topic, *how such selection and presentation will impact the public and its perception of that topic*, an image of an event or process is created.<sup>5</sup> According to this theory, there are two main functions of the mass media communication: granting status and imposing social norms. In our case, daily newspapers assign status to certain topics, issues, problems, individuals or organizations by addressing them more or less, or not mentioning them at all and by establishing a hierarchy of their status in a specific

<sup>3</sup> Same.

<sup>4</sup> Milivojević, S. (2008). Kritička tradicija u istraživanju medija: kulturne studije. *CM, Beograd*

<sup>5</sup> H.I. Chyi, M. McCombs (2004) *Media Salience and the Process of Framing: Coverage of the Columbine School Shootings*, *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Vol.81, No.1. p.23

order, scope and forms of messages, as well as editorial interventions. Mirko and Nevena Miletić explain how the media “with the unity of mediated content propose norms and values, which are in accordance with the normative order and the prevailing system of values in the society. The implementation of these functions is possible in conjunction with a specific dysfunction of mass media communication – the so-called *narcotic dysfunction*.”<sup>6</sup>

This theory is followed by *framing*, which explains how the media present information, how the problem is defined and the “window” through which we will observe them. The framework theory or *framing* presents an interpretive framework of media reality.<sup>7</sup> Also, the term framework may refer to one or more events, but can be also used “for choosing and emphasizing one, and concealing other features of reality in a way which points to a consistent story about problems, their causes, moral implications and solutions.”<sup>8</sup> “Framing is important because in spinning of the public, “it is not used only to select news just because the recipient uses the existing interpretive frameworks, but to develop new frameworks based on reporting.

There is an interaction between the frames in the news and frames of the public. Based on the frame, it is more common to give the text a certain meaning.”<sup>9</sup> The frame shapes the perception of the mass, often implying the cause, but also the solution to the problem. Entman, who has studied the topic in particular among communications specialists, specifies that framing involves “the overall communication of a text or message in order to promote a particular aspect of the perception of reality and emphasize that aspect in such a way as to support a specific definition of the problem, causal interpretation, moral evaluation and the treatment of recommendations.”<sup>10</sup>

“A frame is an imprint of power”, adds Entman, which implies the importance he attaches to it in the analysis of published narratives. In the layman public, there is a common understanding that the media with their reporting often precede the political decision-making, so that any form of stigmatization, demonization or targeting favors the position of the actor who is the target of writing. “If the press in Serbia creates a reality under the influence of political and corporate interests then the media reality can be different from the objective reality, which emphasizes the danger of misconceptions that are being formed in the consciousness of the audience?”<sup>11</sup>

---

<sup>6</sup> Miletić M., Miletić N.: *Komunikološki leksikon*, Megatrend Univerzitet, Beograd

<sup>7</sup> The term *framing* was put forward by Goffman, defining it as an interpretive scheme that allows individuals to locate, observe, identify and label phenomena or life experiences. See: Erving Goffman, *Frame analysis: An essay on the organization of experience*, 1986, p.21

<sup>8</sup> Entman R. (1996): Reporting Environmental Policy Debate: the Real Media biases; Tomić, Z. (2016): *Odnosi s javnošću – teorija i praksa*, Zagreb, Sarajevo, p. 195

<sup>9</sup> Kunczik, M. & Zipfel, A: Uvod u znanost o medijima i komunikologiju. Zaklada Friedrich. Ebert, Zagreb, 2006. 105

<sup>10</sup> Robert M. Entman, Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm, *Journal of Communication*, 1993, p. 51–58

<sup>11</sup> Jevtović, Z. (2011). Ko govori u dnevnoj štampi Srbije, iz zbornika “Verodostojnost media, dometi medijske tranzicije”, FPN, Beograd, p.78

## Methodology

In this paper, we applied a qualitative and quantitative analysis of the content of six daily newspapers in Serbia for the period 17 January - 1 February, 2021 (*Informer*, *Večernje novosti*, *Blic*, *Kurir*, *Danas* and *Alo*). According to the available data, the analyzed newspapers have a large readership and some of their websites are among the most visited in the country, so it can be concluded that their writing influences readers' attitudes. We conducted a research on what types of headlines were used in presenting the case of Miroslav Mika Aleksić, suspected of sexually assaulting female students (famous actresses). We wanted to point out whether and to what extent the daily press directs the social agenda in approaching the problem of sexual violence against women in Serbian society? Do the media, and how, with their headlines encourage an atmosphere in which women will not remain silent? In expressing the interest for the narrower subject of the research, we will not go further into the ethics of reporting, since that could be a special topic of some paper.

Within every issue, the entire content of the front pages was analyzed and only those in any way related to the topic of Miroslav Aleksić were singled out (the headlines related to the testimonies of the actresses Milena Radulović and Iva Ilinčić, the reaction of people from the world of culture, as well as the statements of lawyers and other interested people).

In the analysis, we did not consider whether this was a central or peripheral topic on the front pages, or just an element of another topic or part of a broader context. The total sample included all elements of headline structures (captions, headlines, subtitles), as well as parts of the text on the front page (characteristic of *Danas*) in which Aleksić has been mentioned. The area covered by the research is the territory of the Republic of Serbia, which is also the place of distribution of the mentioned newspapers.

## Research Findings

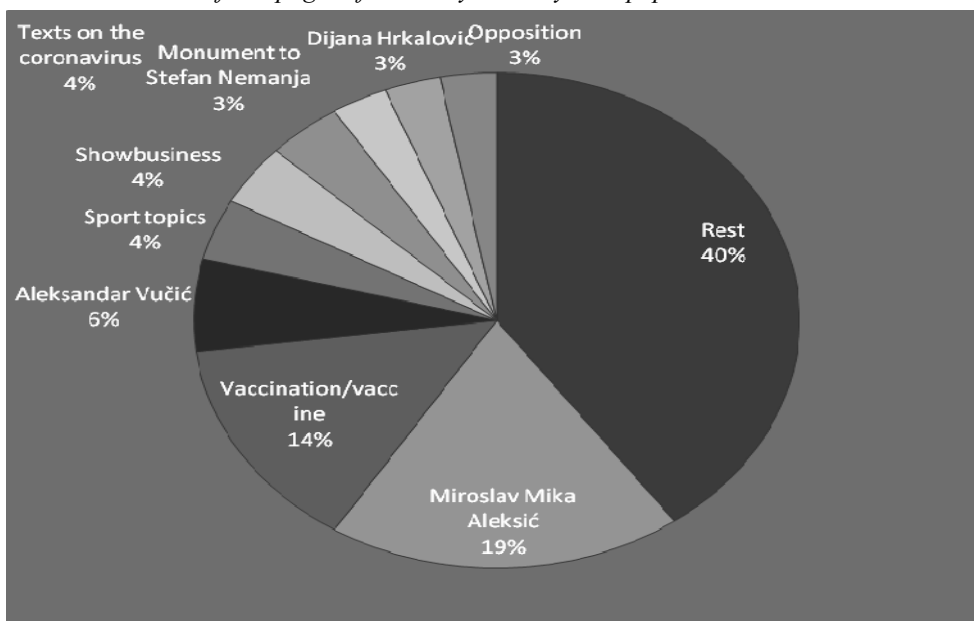
In the observed time interval, a total of 365 texts dealing with 86 different topics were published. Out of that, the issue that is the focus of our research has been mentioned 70 times, which indicates the issue has been given a significant publicity by the press (of which 12 headlines are the reactions to the confessions of the actress Milena Radulović). "The press, for the most part, may not be successful in telling people what to think. However, it is remarkably successful in the task of telling people about what to think." (Mc Combs & Shaw; Radojković & Đorđević 1981, 128). This is one of the basic postulates of the *agenda setting theory*, whose founders are Mc Combs and Shaw. Moreover, the strong accusation of rape was undoubtedly the most mentioned on the front pages, where the presumption of innocence was completely forgotten.<sup>12</sup> The topics that also occu-

---

<sup>12</sup> One of the most important constitutional and international legal guarantees of the defendant is the *presumption of innocence*. Namely, it is a procedural mechanism by which the defendant is

piated the audience's attention in a significant percentage are vaccinations and the coronavirus (50 times), followed by the president of Serbia, Aleksandar Vučić (22 times, out of which 10 headlines were dedicated to the “wiretapping” affair). It should be emphasized that 11 more texts were related to the coverage on the wiretapping of the president, and in which the former state secretary of the Ministry of Interior, Dijana Hrkalović, was mentioned.

Graph 1 – *The share of topics in the total number of headlines (or texts) on the front pages of the analyzed daily newspapers in Serbia.*

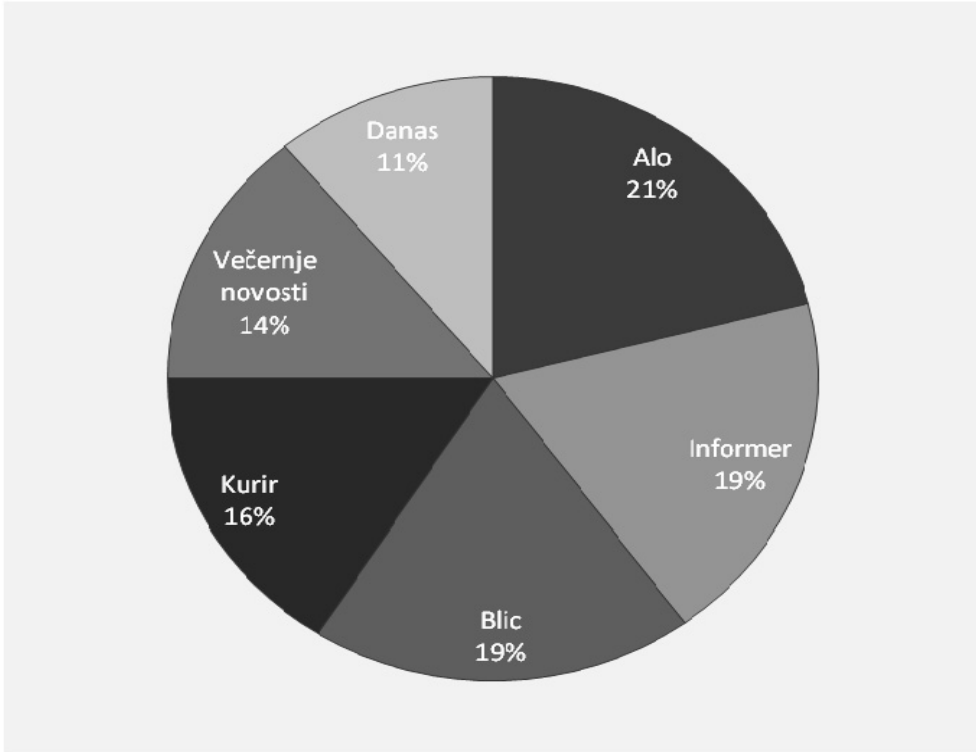


According to the theory of genres and the code of ethics, journalists should not make statements, interfere in the discussions or make their own judgments about conflicting positions. However, our analysis will demonstrate that is not the case in the Serbian press. The current reports include the topics such as the new variant of the coronavirus and the monument to Stefan Nemanja, which was solemnly unveiled during this period. However, the central topic of all print editions was the alleged rape and the famous public figure accused of committing such an act. Also, with all the details and narratives, it caused the uproar of the public. The first text was published in *Blic* on 17 January, 2021 with the heading: “Several minors put through hell in the school of a famous acting teacher – Miroslav Mika Aleksić raped and abused us – Milena Radulović: This is a monstrous network intelligently planned and carried out in the highest circles of the society, from the earliest years wrapped in the noblest art forms and the religion of a man, who step by step, knows what he is doing and is purposefully achiev-

exempted from proving his guilt. Similarly, the burden of proving the guilt of the defendant is transferred to the prosecutor. The media should not judge the arrested person, because they are innocent until proven guilty!

ing his goal!” On the last day of the analysis, the text was published only in *Alo* with the headline:” Sexologist Aleksandar Milošević: Aleksić doesn’t need a prostate in order to rape!”

Graph 2 – Individual share of the analyzed daily press in Serbia in the total number of front pages related to the case of Miroslav Mika Aleksić in the observed period.



Observing the quantity of reporting, it can be noticed that almost every newspaper has continuity, except for the newspaper *Danas* (eight articles on this topic), however, we should not forget that this is a newspaper that has a double issue. The daily newspapers *Alo*, *Kurir* and *Informer* provided most space to this topic (56% in total), so we can conclude that the tabloids are aiming at the stronger influence in the public. The semi-tabloids *Večernje novosti* and *Blic* have a high share in the audience (almost a third of the texts), while the serious press did not resist the challenge (*Danas* 11%). Celebrities tend to attract great attention of the media, especially in terms of scandals, while details coming to light every day only contribute the dramatization, increase circulations and readership of the press. Violence against women is a regular occurrence, but the interest for this case has been increased due to the fact that the victims are famous young actresses.<sup>13</sup> Sensitive, delicate, concealed and improper information have

<sup>13</sup> At least 22 women lost their lives in 2020 in the cases of domestic violence. “Seven women were killed with a knife, five women with an ax, three with a pistol, three were beaten to death, one was killed with an automatic rifle, one died in the bomb activation, while the other two

a strong impact on human behavior, particularly when they endanger the freedom and dignity of an individual. On the one hand, the feelings of helplessness and resignation, on the other, arrogance and domination of others – in public space create the illusion of support either to the first or to the second option.

### The analysis - the discussion of reporting

With their selection of topics, as well as their way of informing us, the media are directing us to what is “important” and “what to pay attention to”. In the whirlpool of information, the individual, fearing that they will not be able to process everything, rely increasingly on the media. “By taking for granted the media offer of one-sided, uniform and carefully remodeled messages, one loses the awareness that they are being further and further away from the truth and they are suppressing their own potentials of creating meaning and independently attributing meaning to phenomena reported by the media.”<sup>14</sup> On January 17, on the front page of the daily newspaper *Blic*, the headline: “Miroslav Mika Aleksić raped and abused us” appeared. Since the daily newspapers have the habit of publishing the content of the following day’s print edition on their portal (the evening before), the news reverberated and appeared on all portals. However, only the daily *Blic* had it in a printed form. An exclusive piece of information with the astonishing echo was so powerful, that Aleksić was officially arrested on the same evening!

Picture 1 – The front pages of the analyzed newspapers (18 January 2021).



women were killed in other ways.”, according to the statement of the non-governmental organization Autonomous Women’s Center. According to the data of the non-governmental organizations, about 70 rapes are reported every year, which is only a fifth of the actual number.

<sup>14</sup> Stojković, I. & Petković V. (2015): „Medijska predstava o prirodnim katastrofama u Srbiji – manipulacija i dezinformacije“, p. 328.

In an interview to the same newspaper, actress Milena Radulović said that she and several other girls, some of who were minors, reported to the police that they had been raped or sexually harassed by the owner of the acting school. “At the time of the rape, I have attended the acting school for six years. I was 17 years old. That did not happen once. It happened repeatedly.”<sup>15</sup> In the interview, she claimed that it was a system of abuse that had been thoroughly built for decades. Radulović did not talk about the details of the abuse, but added: “Mika made sure that it (sexual abuse) happens during the class, but in a room next to the one where the other students were, or at a time when the work of the FDA was intensified due to the entrance exams. He did not let anyone suspect that something so terrible was happening there.”<sup>16</sup> An individual consuming media contents “surrenders to the wrong belief that *knowing* about the daily problem means *doing* something about it”, as pointed out by Lazarsfeld and Merton (Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action, 1960). Moral concern is spreading in public places, which increases the number of actors who would like to make their value judgments about the current topic. What types of headlines can we expect the following day? From the analyzed daily newspapers, on each we see this topic. However, there is a noticeable difference in the way of reporting. For example, *Danas* had a striking headline: “The scary story of the actress opened Pandora’s box”, while in *Večernje novosti*, the coverage was in the form of a question – “Director Aleksić raped his female students?” The rest were talking about the school of fear and described Aleksić as a “maniac, pedophile”...<sup>17</sup> The social mobility of readers is exhausting in the very act of the *reception* of messages, psychical mechanisms of identification and projection, which compensate for real social action.

With selected, processed, but also constructed stories the media are trying to impose a dominant narrative as a way of thinking.<sup>18</sup> The role and significance of scandals in every community are determined by the status that the media give them, while in the press they are most easily noticed by analyzing the front pages. Moreover, the creation of headlines, choice of facts and arguments, angles of interpretation, the size of photographs or letters, intensity of publication and similar techniques aimed at attracting attention only indicate the importance of the topic and the approach developed by editorial teams. The media framework

<sup>15</sup> <https://www.blic.rs/vesti/hronika/milena-radulovic-miroslav-mika-aleksic-optuzbe-silovanje-seksualno-zlostavljanje/5fj8cjb>

<sup>16</sup> <https://www.blic.rs/vesti/hronika/milena-radulovic-miroslav-mika-aleksic-optuzbe-silovanje-seksualno-zlostavljanje/5fj8cjb>

<sup>17</sup> According to the Serbian Journalists’ Code of Ethics: “A journalist is obliged to respect the rule of the presumption of innocence and must not find anyone guilty until a verdict is reached”

<sup>18</sup> Steven R. Corman with a group of American propaganda experts distinguishes between the “story” and the “narrative”. Therefore, he defines the story as a “sequence of events, involving participants and action, which are based on desire (often stemming from a conflict) and which leads to the real or projected solution to that desire”, while the narrative itself is a “system of stories which share topics, forms and archetypes” (2011, p. 36-37).

is a “process in which a topic is presented from a certain angle, possibly from several angles, and the audience is invited to draw certain conclusions.”<sup>19</sup>

The way in which a certain issue will be interpreted, as well as the intensity of publishing, the visual determination of the place and space on the front page, depends only on the editorial orientation of the media house. For the reason of the increasing availability of information and the rate at which they are transmitted, the content of the daily press is particularly interesting, because in them we can recognize ideological messages adapted to the interests of the governing structures. The theory had recognized this a long time ago, through the hypodermic model in which “mass media ‘inject’ ideas, attitudes and dispositions in order to control the passive, atomized and manipulate extremely receptive individuals. Every message has the purpose of causing changes in the attitudes/behavior in accordance with the intentions of the sender.”<sup>20</sup> In all versions of S-R theories that had appeared until the 1960s (subcutaneous (hypodermic) needles, magic bullet theory...), communication is a simple, linear process focused on the opinion of the individual, while in recent times it has been targeting the larger audience.

Both the theory and practice of journalism in the world agree in assessing the importance of the headline structure of a text, which is a symbolic lure to win the readers’ attention<sup>21</sup>. When it comes to the media coverage of the case of the accused Aleksić, we can see characteristic patterns. The newspapers such as *Večernje novosti* inform that the circle of abused people is expanding and new accusations of rape have emerged, while *Danas* writes about the story which triggered an avalanche and strengthened Serbia. On January 19, *Blic* published the confession of another actress, Iva Ilinčić, with the headlines: “I was ashamed because he abused me. I have been silent for six years. I literally did not tell anyone. Not even my mom, my dad, my sister, my boyfriend at the time, my new boyfriend... anyone. I felt ashamed, I took over his shame. I felt like an accomplice. I was small and did not realize that I was not an accomplice, but a victim of a very intelligent man.” At that moment, *Alo* criticized the actors who decided to speak publicly about the topic, condemning the “shameful behavior – how can you remain silent?”

Here, we recognize the accuracy of Stuart Hall’s belief, one of the founders of British cultural studies, who stated that things do not have meaning in themselves, but they get meaning on the basis of the agreement with the community. Language is a pillar of every society, “a representation system”, through

---

<sup>19</sup> Giles, 2011, p. 161

<sup>20</sup> We notice the roots of such thinking in Shannon-Weaver’s model of mass communication (“who says, what, to whom, by what means and with what effects”). More in: Shannon Claude Elwood (1948): “A Mathematical Theory of Communication”, *Bell System Technical Journal*, 27, p. 379–423 & 623–656, July & October, 1948.

<sup>21</sup> Theorists claim that almost 70% of readers first read the headlines in the newspapers and then decide which text to pay more attention to (Jevtović et al., 2014, p.56).

which we can communicate our thoughts, feelings and ideas and where meanings depend on “language games”, specifically on the discourse. Hall emphasizes language because it produces representations that give meaning to objects and persons that are represented (Hall, 2014).

Tabloid journalism expresses the concern about victims only superficially, while in the background, through the illusion of their fame, it stimulates the natural instinct of people to be interested in the lives of celebrities.

This is how *Kurir* reported on: “Mika’s rules”: this is how he spoke to the girls – all women are whores, you can become elite prostitutes or street girls”, while *Informer* presented “shocking details from the investigation: Mika also raped a ten-year-old girl.” In the following days, we could see the epithets such as: monster, torturer, rapist, impostor, madman and the health condition of the suspect was also discussed as: “Mika has no prostate and he cannot rape.”

*Blic* dealt with the topics such as: “we investigate how and why the case of Miroslav Aleksić happened to us”, “strange scenes in the center of Belgrade – Aleksić in custody, his school still open”; *Blic* also reported on a new confession of an unknown victim, with the headlines: “He raped me almost every Tuesday, for seven months” and described how Aleksić controlled his victims. The tabloids warn that there are “maniacs from the upper class: Mika is not the only one, sexual predators lurk in schools, at colleges, in hospitals...”<sup>22</sup> On each front page, we have information about the testimonies of actresses Milena Radulović and Iva Ilinčić, how long they were interviewed by the police and the content of their statements. As for different headlines and something related to the “defense” of the accused, the front page of *Kurir* on January 23 presented the following: “Despicable action of acting teacher”, “Shameful: Aleksić’s defense attorneys trying to downplay the crime with the picture of the victim and the rapist”. Also, the following day, *Novosti* published the statements of the victims’ lawyers and the defense attorney of Aleksić: “Jugoslav Tintor: They are making the situation look as if there is no evidence”, “Zoran Jakovljević: The media took over the role of judges.” The avalanche that ensued in the media culminated with confessions posted on the social media, so it is not surprising that on January 21, the front page of *Danas* published a warning “that all predators should be reported to the police and not to social media.”

On January 25, there were new “conspiracy theories” when *Kurir* published the exclusive: “Torturer – Milena Radulović wrote a script and will make a series that will describe all the horrors from Mika’s school.” In the following days, from the front pages we discovered that Bjelogrić was the first person to read the script and that the professors of the FDA were shocked to find out that Milena’s script was a true story. Other tabloids (*Alo*) published the actress’s brutal message to the rapist: “Co\*\*\*d, it’s me, Milena!” Public communication in the print media usually reflects the perspectives of political, economic, cultural

<sup>22</sup> *Kurir*, the front page (21 January, 2021).

and other interest groups and actors, which influence the editorial policy in the background, in order to provoke certain mental reactions by agenda setting, framing and priming. When the pieces of reality are selected as significant, they are placed in a certain reference framework thereby increasing or decreasing their exposure to the audience. In that context, the notion of thematic framing is also important, which Robert Entman sees as the process of “selecting and highlighting certain aspects of certain events or topics and connecting them in order to promote a certain interpretation, evaluation and/or solution (Entman in Kastels, 2014, p. 197).

## **The results:**

### **Tabloidization with the undertone of verdict**

From the analyzed content we can conclude that part of the media focused on reporting on the case, while others insisted on sensationalist headlines, so it can be said they tried to provoke moral panic with the help of emotional constructions in order to increase the sale. Reporting on a socially complex topic such as sexual abuse is becoming more and more distant from impartial, objective and credible representations, while the information principally becomes a neatly wrapped product leaving nobody indifferent. Also, the media framework through which the public was informed has evidently been imposed. This is well illustrated in the issue of *Kurir*, published on January 22, which brought the news that “Miroslav Aleksić sexually assaulted female students for 35 years.” Such headlines cannot provoke the analytical awareness of readers which is exactly why we have to ask the question – what and whose interest is the creation of such a media agenda?

If we support the view that media with their reporting influence the creation of attitudes among the audience, then they bear the responsibility for the moral development or the downfall of the society. Applying Entman’s interpretation of the selection and emphasis as two inseparable elements in the construction of media frameworks, we notice that different interpretations of the same event in different newspapers do not offer a critical choice, but strengthen the one-dimensional image that in advance suggests the culprit. Entman foresaw this when he stated that “frames have at least four locations in the communication process: the communicator, the text, the receiver and the culture.”<sup>23</sup> Tabloidization has changed the system of attention of the ordinary consumer of media messages, so that the culture is marginalized and removed from the focus.

In a disrupted system of values, sensationalism and spectacle become a priority in media reporting, which causes the long-term change of the entire so-

---

<sup>23</sup> Robert M. Entman, „Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm”, *Journal of Communication*, p. 52.

ciety? The goal of our research is not the problem of the responsibility of the accused Aleksić, because the issue of guilt belongs to the jurisdiction of judicial authorities, but the fact that the media coverage of this case was not done in a professional and ethical way. Serbian Journalists' Code of Ethics states that "the title of a text/article is liable to the same ethical principles as the text/article itself."<sup>24</sup>

The front pages of the press are the reflection of the editorial policy, while those who are not their readers may also encounter them, for example while waiting in line or on social media. Opinions of the increasingly segmented public and audience attitudes are not always identical and differ conceptually in at least three ways: firstly, opinions are regarded as visible, verbal responses to a problem, while attitudes are predispositions or tendencies. Secondly, although both presuppose acceptance or non-acceptance, attitudes are related more to affect (fundamental liking or disliking) and opinions much more to cognitions (for example, a conscious decision to support or oppose a certain policy).

Thirdly, and probably the most important, the attitude is traditionally conceptualized as a global, permanent orientation towards the general class of phenomena, while the opinion is more situational and refers to a special problem in a certain setting. Also, on many television channels, in the morning program, there is "browsing", so there is a wide range of information that "adorn" the front pages. Although the press is falling behind the digital media, we must not forget that its role in forcing certain images in the public is still significant. For the most part, the images we create about the world are based on what the media tell us: precisely, the result of a mediated worldview is that the media's priorities strongly influence the priorities of the public. The elements highlighted in the media agenda become intensified, emphasized in the human mind as well."<sup>25</sup> The winning combination for the readership is news that addresses the heart of the reader, while the fear for the safety of us and our loved ones is growing. If there are also indecent or emotionally traumatic photographs, then the impact is guaranteed!

## Concluding Observations

The political and media systems of every country are the result of the actions of figures who have strong resources and who are the powerful interpreters of reality. In addition, the belief that the print media are the agents of influence has been confirmed in this paper. The analysis of the front pages of the six influential newspapers in Serbia during the reporting on the case of the alleged rape

<sup>24</sup> Serbian Journalists' Code of Ethics, 2009

<sup>25</sup> McCombs, E. Maxwell, *The Agenda-Setting Role of the Mass Media in the Shaping of Public Opinion*, 2002, p.2, available at: [http://www.infoamerica.org/documentos\\_pdf/mccombs01.pdf](http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/mccombs01.pdf)

committed by acting teacher Miroslav Mika Aleksić indicated the destructive power of the tabloids and the favoritism of sensationalist narratives. In cooperation with social media and portals, they are able to impose “rules” and form patterns of opinion, which in the ideological sense changes the reference framework of the communication paradigm. In order to thoroughly explain the framing process in the reporting on this case, we will use the definition of Robert Entman, in which he explained that frames typically “diagnose, evaluate and prescribe”, or that frames “define problems, diagnose causes, evaluate causes and their effects and suggest remedies for the identified problems.”<sup>26</sup> By commercializing news and reports, the obscurity of the tabloids gradually constructs a barometer of stereotypes in popular culture, so that entertainment, deception, vulgarity, fascination, violence and primitivism suppress investigative, analytical and responsible journalism. In theoretical terms, the famous thought of Bernard Berelson is reinterpreted – “some kinds of communication on some kinds of issues, brought to the attention of some kinds of people under certain kinds of conditions have some kinds of effects.”<sup>27</sup>

Some regard its vagueness as a confirmation of a supreme academic caution, while others are closer to the interpretation that it is a matter of difficulties in proving media influence. In other words, with the agenda setting, the media most often strengthen the already existing beliefs, while in reality those beliefs are changed minimally. The public sphere is still an open space for the increasing amount of information, but in order to be visible on the social scene it is necessary that they contain elements which “buy” the audience’s attention. Which communication models and which actors will emerge – remains an open question which can only be answered empirically. Also, this suggests that some other research in the changed circumstances (context) would probably produce different results and theoretical frameworks.

## References

1. Berelson, B. (1950): “Democratic Theory and Public Opinion”, *Public Opinion Quarterly*, 16, 313-330.
2. Goffman, E. (1986): *Frame analysis: An essay on the organization of experience*, Northeastern University Press edition (reprint), Boston.
3. Entman, R. M.: „Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm”, *Journal of Communication* Volume 43, Issue 4, December 1993.
4. Kunczik, M. i Zipfel, A (2006): *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju*. Zaklada Friedrich. Ebert, Zagreb.

---

<sup>26</sup> Robert M. Entman, „Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm”, *Journal of Communication*, op.cit., p. 52

<sup>27</sup> Berelson, B. (1950). “Democratic Theory and Public Opinion”, *Public Opinion Quarterly*, 16, p. 313-330

5. Lazarsfeld, P.; Merton, R. (1960): „*Mass Communication. Popular Taste and Organized Social Action*”, University of Illinois Press.
6. Јевтовић З, Петровић Р. и Арачки З. (2014): *Жанрови у савременом новинарству*, Јасен, Београд.
7. Јевтовић, З., „Етичност дневне штампе у Србији”, Српска политичка мисао 2/2011.
8. Јевтовић, З. „Ко говори у дневној штампи Србије”, из зборника „Веродостојност медија, донети медијске транзиције, ФПН, Београд, 2011.
9. Hall, S. (2014). Encoding and decoding the message. In J. Angermuller, D. Maingueneau and R. Wodak (eds.), *The Discourse Studies Reader: Main currents in theory and analysis* (111-121). Amsterdam: John Benjamins, Publishing Co.
10. Halverson, J., Goodall, H. L., Jr., & Corman, S. C., (2011): *Master Narratives of Islamist Extremism*. Palgrave/Macmillan
11. Milojević, A. (2009): Критичка теорија о масовном комуницирању. *СМ-Ћасопис за управљање комуницирањем*, година IV, број 11: 45-78.
12. Milivojević, S. (2008): Јавност и идеолошки ефекти медија, *Пешчаник*, 31.8-2009.
13. Milivojević, S. (2009): Критичка традиција у истраживању медија: културне студије. *СМ-Ћасопис за управљање комуницирањем*, година V, број 8: 29-51.
14. Милетић, М. и Милетић, Н. (2012): *Комуниколошки лексикон*, Мегатренд универзитет, Београд.
15. Радојковић Мирољуб, Ђорђевић Тома, „Основе комуникологије” Факултет политичких наука, Београд, Чигоја штампа, 1981.
16. Tomić, Z. (2016): *Odnosi s javnošću – teorija i praksa*, Zagreb, Sarajevo.
17. H.I. Chyi, M. McCombs (2004) *Media Salience and the Process of Framing: Coverage of the Columbine School Shootings*, *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Vol.81, No.1.
18. Corman, S. R. (2011). Understanding the role of narrative in extremist strategic communication. In L. Fenstermacher and T. Leventhal (eds.), *Countering violent extremism: scientific methods and strategies* (36-43). Washington, DC: NSI Inc.
19. Цајлс, Д (2011): *Психологија медија*, Београд, Clio.
20. Shannon, C. E. (1948): „A Mathematical Theory of Communication”, *Bell System Technical Journal*, 27, pp. 379–423 & 623–656, July & October, 1948

### ***Vebografija***

1. McCombs, E. Maxwell, *The Agenda-Setting Role of the Mass Media in the Shaping of Public Opinion*, 2002, dostupno na: [http://www.infoamerica.org/documentos\\_pdf/mccombs01.pdf](http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/mccombs01.pdf).
2. Стојковић Ивана, Петковић Велибор „Медијска представа о природним катастрофама у Србији – Манипулација и дезинформације”: [https://izdanja.filfak.ni.ac.rs/zbornici/2015/download/1383\\_85fb44d09dc842f67f29e8229b83cb6b](https://izdanja.filfak.ni.ac.rs/zbornici/2015/download/1383_85fb44d09dc842f67f29e8229b83cb6b)