

CHARACTER ASSASSINATION KAO STRATEGIJA MEDIJSKOG IZVEŠTAVANJA U SRBIJI: SLUČAJ JK*

Originalni naučni članak

Isidora JARIĆ
Filozofski fakultet
Univerzitet u Beogradu

Danica BALABAN
Fakultet političkih nauka
Univerzitet u Beogradu

Rad analizira medijski konstruisanu aferu (slučaj JK/Jelena Karleuša) na naslovnim stranama dnevnih novina u Srbiji kao primer medijskog izveštavanja koje počiva na unapred smišljenoj strategiji zlonamernog i neopravdanog narušavanja dobrog ugleda određene osobe. Ovaj oblik medijskog izveštavanja, koje je u funkciji obračunavanja sa (političkim i ideološkim) neistomišljenicima, prvi je prepoznao i teorijski artikulisao Džerome Dejvis (Jerome Davis) nazivajući ga ubistvom ličnosti ('character assassination'). U radu se, primenom metodološkog postupka analize sadržaja, analizira 110 tekstova objavljenih o ovoj temi na naslovnicama sedam dnevnih novina koje se nalaze u bazi Ebart medijskog arhiva ('Informer', 'Alo!', 'Kurir', 'Blic', 'Večernje novosti', 'Danas' i 'Politika'). Istraživanje polazi od pretpostavke da je za razumevanje ove vrste medijski konstruisane afere neophodno držati u fokusu partikularne interesne optike četiri različita društvena aktera (napadača, žrtve, medija i javnosti), čiji su interesi u kontinuiranoj međudinamici preklapanja i sukobljavanja, kroz koju se oblikuju sadržaj i interpretativne strategije tekstova. Na uzorku odabranih tekstova, rad analizira: (a) izvore od kojih mediji dobijaju informacije koje potom objavljuju, (b) zastupljenost i vrednosni tretmana aktera, (c) opremu teksta, i (d) komentare čitalaca.

* Tekst je nastao u okviru POPREBEL projekta, odnosno «Populist rebellion against modernity in 21st-century Eastern Europe: neo-traditionalism and neo-feudalism» finansiranog od strane Programa za istraživanja i inovacije Evropske unije Horizon 2020 (broj ugovora 822682). Ovaj rad odražava isključivo stav autorki i donator nije odgovoran za bilo koji vid korišćenja informacija koje sadrži.

Ključne reči: character assassination, štampani mediji, onlajn mediji, Srbija

DAVNE 1950. GODINE U AMERICI POSVEĆENOJ projektu hladnog rata, antikomunizmu i konzervativizmu, pojavljuje se knjiga Džeroma Dejvisa (Jerome Davis), *Character assassination (Ubistvo ličnosti)*. U ovoj knjizi Dejvis nastoji da razume „sile” koje su, još od sedamnaestog veka, „respektabilni elementi američke zajednice”, koje, po njegovom mišljenju, pokušavaju da pokore različite „rasne, društvene, religijske, ekonomske, i druge ‘nepoželjne’ grupe, ne direktnim napadom, već osporavanjem njihovih motiva i uništavanjem njihove reputacije” (Diamant 1951,172). I sam Dejvis se neposredno pre objavljivanja knjige našao na meti ovih „sila”, od strane kojih je optužen za svoje „prosovjetske” simpatije, o čemu saznajemo iz tekstova njegovih savremenika.¹ Ovo neprijatno iskustvo je najverovatnije i usmerilo Dejvisa ka temi i navelo ga da napiše ovakvu knjigu. Govoreći o zadatku koji je sebi postavio Dejvis piše: „svrha knjige je da pokaže tendenciju u američkom društvu koja je u prirodi grupne psihoze, tendenciju da se kleveta ličnost drugih, jednom rečju fenomen ubistva ličnosti” (Davis 1950, 6).

Izuzimajući interesovanje koje je pobudila ova knjiga unutar konteksta američke akademske zajednice tog vremena, koje je trajalo u jednom kratkom vremenskom periodu, i fragmentarnih prisećanja na koncept/metod koji je prvi teorijski artikulisao Dejvis unutar polemika vođenih povodom drugih tema,² *character assassination* kao koncept je bio zaboravljen sve do pojave knjige Erika Šireva (Eric Shiraev) i Martijna Iksa (Martijn Icks) *Character assassination throughout the ages (Ubistvo ličnosti kroz vekove)*, koja je objavljena 2014. godine. U ovoj knjizi autori nastoje da pokažu kako je metoda uništavanja reputacije političkih i ideoloških

1 Videti prikaze knjige (Kermit 1950), (Long 1950), (Lunden 1950), (Bettelheim 1951), (Diamant 1951), (Bradbury 1951), (Church League of America 1961, 83) i dr.

2 Poput npr. polemike vezane za Bronislava Malinovskog u časopisu *Man* početkom 1980tih godina (videti više o tome u (Riviere 1982), (Mair 1981) i dr.

neistomišljenika obilato korišćena u različitim istorijskim periodima od Rimskog carstva,³ preko srednjeg veka,⁴ rane moderne epohe⁵ do danas.⁶

U tom smislu ni savremeni trenutak nije izuzetak. U vremenu ekspanzije informacionih tehnologija načini i metodi napada na reputaciju političkih protivnika i/ili neistomišljenika se samo dodatno diversifikuju. Ono što ostaje isto, jeste činjenica da se po pravilu radi o unapred smišljenoj strategiji zlonamernog i neopravdanog narušavanja dobrog ugleda određene osobe, društvene grupe ili institucije, koje su odabrane za metu napada (Shiraeve i Icks 2014). „Namerno klevetanje (...) se (...) često koristi protiv pojedinaca i grupa kao političko oružje. Oni se nazivaju različitim imenima ne zato što ih neko ne voli, već zato što oni koji to rade na taj način pokušavaju da ostvare vlastite ciljeve ili da zastraše druge kako bi ih sprečili da ostvare svoje ciljeve.” (Bettelheim 1951, 409)

Kako Širev i Iks pokazuju, u svojoj knjizi, tokom najvećeg dela istorije *istoričari* i *biografi* imali su ključnu ulogu u stvaranju i očuvanju javnog pamćenja, što je uključivalo i, ponekad čak posthumno, građenje ili uništavanje nečije reputacije. Sa

3 U prvim poglavljima knjige autori razmatraju nekoliko slučajeva iz istorije antičkog Rima u kojima su biografi i istoričari tog vremena igrali ulogu onih koji trajno uništavaju reputaciju određenih istorijskih ličnosti. U ovim poglavljima oni se bave slučajem Cicerona i njegovih uvredljivih i po reputaciju štetnih govora o njegovim političkim protivnicima, rimskih imperatora o čijim seksualnim preferencijama je pisao u maniru današnjih tabloida biograf Svetonije (Suetonius), posthumnim napadima na reputaciju imperatora i transformisanjem sećanja na njihovu vladavinu kao vladavinu tirana.

4 U nekoliko poglavlja u kojima obrađuju ovo istorijsko razdoblje autori se bave: periodom kreiranja rano hrišćanskog identiteta kroz uništavanje reputacije islamskog proroka Muhameda, zatim zanimljivom kampanjom koju su sproveli vojvode Filip i Žan od Burgundije, otac i sin, u periodu između 1392 i 1407 godine, usmerenu ka uništavanju reputacije s jedne strane vojvode i vojvotkinje od Orleana (Luja od Orleana i njegove žene Valentine Viskonti), a sa druge strane Izabele od Bavarije, kraljice Francuske, i naposljetku, klevetničkom propagandom koja se vodila u srednjem veku iako sama propaganda nije postojala kao pojam.

5 U nekoliko poglavlja u kojima obrađuju ovo istorijsko razdoblje autori analiziraju: strategije klevetanja pape u ranim luteranskim pamfletima, primere uništavanja reputacije političkih ličnosti u Francuskoj u periodu 1789-1799, kroz napise u časopisima, pamfletima, karikaturama, usmenom govoru, i naposljetku slučaj klevetanja u međunarodnoj štampi tog vremena holandskog političara iz perioda Batavijske republike Rutgera Jana Schimmelpenninckai njegove žene Catharine Nahuy, od strane simpatizera Napoleona Bonaparte.

6 U tri poslednja poglavlja autori analiziraju: napade na američke predsebnike, slučaj Gao Ganga, vođe Komunističke partije Kine (KPK) tokom Kineskog građanskog rata i ranih godina Narodne Republike Kine, koji je postao jedna od žrtava prve velike čistke unutar KPK, i slučaj Vaclava Havela.

rađanjem građanskog društva, širenjem pismenosti i razvojem medija, menjaju se i ključni protagonisti ovih društveno-političkih igrokaza. Tako, na primer, tokom dvadesetog veka napadi na reputaciju su:

“Naširoko korišćeni kao deo propagandnih kampanja i napora u informacionom ratovanju tokom Prvog i Drugog svetskog rata. *Demonizacija* i *dehumanizacija* neprijatelja su (bili) najvažniji elementi propagande. ... u nacističkoj Njemačkoj obrazovna propaganda je bila intencionalno osmišljena kako bi se stvorila dehumanizovana koncepcija Jevreja oblikovanjem verovanja školske dece kroz čitanje predviđenih tekstova u kojima su Jevreji upoređivani sa otrovnim pečurkama.” (Samoilenko i dr. 2018).

Ipak, iako u značajno izmenjenim društvenim okolnostima, suština ovih napada na reputaciju nije promenjena, jer se u njima uvek dovodi u pitanje „legitimnost ili društvena odgovornost” (Samoilenko i dr. 2018) određenih (individualnih ili kolektivnih) društvenih aktera, čija se reputacija potom procenjuje na sudu javnog mnjenja. Ovaj sud javnog mnjenja se uvek „fokusira na mešavinu javno prihvaćenih principa, uključujući etičke, društvene i političke vrednosti, ili kulturna ili religijska uverenja”, a sam čin odobravanja ili osporavanja konkretnog društvenog aktera direktno zavisi od njegove/njene „kompatibilnosti sa postojećim elementima slike” (Samoilenko i dr. 2018). Naravno, mnogo zavisi od javne privlačnosti poruke koja se promoviše, jer, kako kažu Širev i Iks, kada ona „pogodi ljude u žicu, postaje nemoguće zaustaviti se. Svaki napad zahteva publiku koja je perceptivna i refleksivna” (Shiraev i Icks 2014, 277). Danas, ovakvi slučajevi najčešće su vođeni kroz medije i prati ih porast publiciteta, histerije i senzacionalizma u medijskom izveštavanju. Sami događaji, koji su neposredan povod izveštavanja o konkretnom društvenom akteru, često se „predstavljaju kao glavne pretnje nacionalnoj bezbednosti, političkoj stabilnosti ili spoljnoj politici. Očigledno je da tehnike ubijanja ličnosti postaju redovna praksa u arsenalu informativnih medija zajedno sa govorom mržnje i drugim metodama psihološkog ratovanja” (Samoilenko i dr. 2018).

Širer i Iks (2014) razlikuju sedam metoda napada na nečiju reputaciju:

Anonimne laži. Autori identifikuju Vikipediju kao pogodno mesto za metod *character assassination*. To može uključivati falsifikovanje rane biografije neke osobe ili neodgovarajućeg seksualnog ponašanja ili seksualnog odstupanja, ili sadržavati falsifikovane dokaze o neodgovarajućim društvenim vezama ili političkim

1. **Pogrešno citiranje** je metod *character assassination*, koji sastoji se od dve amalgamske prakse: izostavljanja značajnih detalja iz citata i/ili navođenja van konteksta. „Fotošopirana realnost” u društvenim medijima koja donosi opasnost od vizuelne distorzije političkih događaja u vestima je postala realnost.
2. **Ućutkavanje**, kao metod koji, se u dužem vremenskom periodu sprovodi *character assassination*, često se javlja i nakon smrti onih protiv kojih je uperen. Gore opisana distorzija istorije je primer ućutkavanja. Brisanje sećanja se odnosi na izbegavanje bilo kakvih referenci na pojedince i njihov rad od strane napadača koji pokušava da izbriše njihove javne zapise iz kolektivnog sećanja.
3. **Činovi vandalizma**. Simboli koji predstavljaju pojedinca ili grupu često postaju meta nasilnih činova od strane pojedinaca motivisanih kombinacijom ljubomore, predrasuda ili želje za odmazdom. Istorijski, činovi vandalizma izražavani su u obliku nečasnosti.
4. **Nazivanje određenim imenom**. Ovaj metod *character assassination* se obično pojavljuje u obliku brzih, kratkih uvreda, ismevanja ili lepljenja specifičnih, demonizujućih oznaka. U politici su to ideološke etikete kao što su „komunisti”, „fašisti”.
5. **Mentalna bolest**. Navodi koji ukazuju da je konkretni pojedinac u prošlosti iskusio ili trenutno prolazi kroz duševnu bolest je uobičajen metod *character assassination*, zbog jake društvene stigme vezane za psihološke poremećaje.
6. **Seksualna devijantnost**. Sa sve većim uticajem javnog mnjenja, moralno ponašanje se pojavilo kao poželjan standard; svako odstupanje, posebno u pogledu seksualnog ponašanja, moglo bi izložiti individuu procesu *character assassination*” (navedeno prema Samoilenko i dr. 2018)

Same slučajeve napada na reputaciju, prema (Samoilenko i dr. 2018), moguće je klasifikovati na osnovu nekoliko principa deobe, prema: (a) subjektu koji je izložen napadu (individualni/kolektivni), (b) vremenskom trenutku u kome se napad događa (aktuelni/*post-mortem*), i (c) impulsu delovanja (planirani/spontani) (Samoilenko i dr. 2018). Prilikom analize svakog pojediničnog slučaja napada na reputaciju neophodno je voditi računa o četiri različite perspektive četiri različita društvena aktera involvirana u konkretan slučaj: (a) napadača, (b) žrtve, (c) medija,

(d) javnosti, koje uključuju „izjave o ličnim karakteristikama, osudu ponašanja osobe ili spekulacije o motivima ili posebnim interesima pojedinca” (Samoilenko i dr. 2018).

U ovom radu biće analiziran jedan aktuelni slučaj koji se tokom januara i februara 2019. godine našao u žiži medijskog inetresovanja – slučaj napada na ličnost pevačice Jelene Karleuše. Neposredni povod za izveštavanje o ovom „slučaju” bile su spekulacije o navodnoj emotivnoj aferi Jelene Karleuše i Ognjena Vranješa, fudbalera. Tokom ova dva meseca objavljeno je i/ili najavljeno⁷ čak 110 tekstova na naslovnicama najčitanijih dnevnih novina, a Jelena Karleuša, kao njihova glavna protagonistkinja, bila je izložena svakodnevnom pisanju medija o njenom ličnom i intimnom životu. Iako je ona javna ličnost i samim tim se, u skladu sa *Kodeksom novinara Srbije*, na nju primenjuju drugačiji⁸ kriterijumi prilikom procene uticaja objavljenih informacija na lični život,⁹ sprovedena kampanja nesporno je nanela neprocenjivu štetu reputaciji Jelene Karleuše. Mediji su u jednom ili više tekstova dnevno (listovi *Alo!* i *Informer* su čak objavljivali specijalne dodatke o ovoj temi) informisali čitaoce o njenoj navodnoj intimnoj korespondenciji, svakodnevno ponavljajući iste eksplicitne fotografije i iznoseći intimne detalje iz života Jelene Karleuše široj čitalačkoj publici, iako takva praksa nikako *nema uporište u javnom interesu* (podvukle autorke).

Analiza je sprovedena na uzorku tekstova sa naslovnica koji su objavljeni u periodu od 8. januara¹⁰ do 3. marta 2019. godine.¹¹ U uzorak analize ušlo je sedam dnevnih novina koje se nalaze u bazi *Ebart medijskog arhiva*, koji obuhvata sva štampana izdanja opšteg tipa – dnevne novine i periodičnu štampu sa nacionalnom distribucijom, koja izlaze ili su izlazila na teritoriji Republike Srbije od 2003. godine do danas. Arhiv ne sadrži tekstove objavljene u dnevnom listu *Srpski telegraf*. Na ovaj način, selektovano je 110 tekstova u dnevničkim listovima: *Informer*

7 Većina dnevnih novina ne objavljuje tekstove u celosti na naslovnim stranama već ih samo najavljuje naslovima i/ili fotografijama.

8 U smislu manje zaštite u odnosu na osobe koje se ne smatraju javnim ličnostima (videti sledeću fusnotu).

9 Kodeks novinara Srbije, VII Poštovanje privatnosti: „Javne ličnosti unapred su svesne da im je pravo na privatnost donekle ograničeno, ali to istovremeno ne znači da mediji mogu da ga krše bez ikakvog razloga i objašnjenja.“

10 Kada su objavljeni prvi tekstovi o ovom slučaju.

11 Kada je preminula Divna Karleuša, majka Jelene Karleuše, što je medije podstaklo da privremeno prekinu praksu neprimerenog izveštavanja.

(42 napisa), *Alo!* (32), *Kurir* (28), *Blic* (5), *Večernje novosti* (2) i *Danas* (1), dok u *Politici* nije zabeležen nijedan tekst o ovoj temi. Takođe, kako bi bio utvrđen neposredni učinak navedenog medijskog sadržaja iz štampanih medija, vršena je i analiza komentara čitalaca objavljenih na portalima tih dnevnih novina, koji su se odnosili na, u potpunosti identične tekstove, ili tekstove koji sadrže veće delove tekstova koji čine uzorak štampanih medija (93 teksta). Uzorak su činili tekstovi sa naslovnih strana, upravo zato što su medijski sadržaji pozicionirani na naslovnim stranama četiri štampana medija (*Informer*, *Alo!*, *Srpski telegraf* i *Kurir*¹²) tokom januara 2019. I izazvali polemiku u javnosti, koja je privukla i našu istraživačku pažnju. Ta polemika rezultirala je podnošenjem prekršajne prijave protiv četiri tabloida od strane Ministarstva kulture i informisanja, zbog objavljivanja pornografskog sadržaja na naslovnim stranama.¹³ Objavljivanjem ovih sadržaja tabloidi su prekršili Član 78 Zakona o javnom informisanju i medijima¹⁴ koji se odnosi na zabranu javnog izlaganja pornografije. Osim eksplicitnog kršenja navedenog zakona, mediji su primenjivali neprihvatljive prakse izveštavanja koje su u suprotnosti sa Kodeksom novinara Srbije i Krivičnim zakonikom Republike Srbije¹⁵

Tekstovi iz uzorka analizirani su uz pomoć metodološkog postupka analize sadržaja. Ovaj postupak bi se mogao definisati kao „analiziranje skupa činjenica (tj. kulturnih artefakata) ... uz pomoć njihovog sistematskog prebrojavanja i/ili interpretiranja tema koje oni sadrže“ (Reinharz 1992,146). On je usmeren „određenim teorijsko-hipotetičkim okvirom (...) kojim se stvara objektivna i sistematična iskustvena građa o sadržaju društvenog komuniciranja, koja omogućuje izvođenje relevantnih zaključaka o društvenom kontekstu u kojem se komuniciranje odvija“ (Gredelj 1986, 19).

Naravno, i analiza koja sledi, kao i sama interpretacija ovih sadržaja predstavlja određeni kulturni artefakt koji je uvek konstruisan iz perspektive određenog društvenog aktera. Uzimajući u obzir partikularne interesne optike četiri različita

12 Dnevni listovi *Alo!*, *Kurir* i *Srpski telegraf* objavili su fotografije intimnih delova tela Jelene Karleuše na naslovnim stranama izdanja od 15. i 16. januara 2019, a *Informer* od 15.01.2019.

13 <https://www.021.rs/story/Info/Srbija/206170/Ministarstvo-podnelo-prijave-protiv-tabloida-zbog-pornografskih-naslovnica.html>, sajtu pristupljeno 30.04.2019.

14 https://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_javnom_informisanju_i_medijima.html, sajtu pristupljeno 30.04.2019.

15 https://www.paragraf.rs/propisi/krivicni_zakonik.html, sajtu pristupljeno 30.04.2019.

društvena aktera¹⁶ o kojima govore Samoilenko i dr. (2018), a koji strukturiraju sadržaj i dinamiku ovog slučaja, analiziran je način na koji mediji u odabranim tekstovima obrađuju temu, u smislu: (a) upotrebe *izvora* od kojih dobijaju informacije na kojima se gradi narativna struktura tekstova koje objavljuju „mediji”, (b) zastupljenosti i vrednosnog tretmana *aktera* (bilo da se radi o „napadaču” i/ili „žrtvi”), (c) *opreme teksta*, koja doprinosi dodatnoj diskreditaciji „žrtve” i/ili afirmaciji „napadača”, i (d) *komentara* čitalaca koji predstavljaju reakciju „javnosti” na selektovane medijske sadržaje. Sve navedeno upisuje koordinate strategija medijskog izveštavanja svih konkretnih medija koji su ušli u uzorak ovog istraživanja.

1. IZVORI

Jedan od elemenata koji smo pratili unutar ove analize je *porijeklo informacija* na kojima mediji grade tekstualni narativ. U analiziranim tekstovima mapirali smo osam nezavisnih varijabli (videti tabelu 1).

Tabela 1 – Zastupljenost stavova u analiziranim tekstovima

Izvor	broj tekstova	% učestća u odnosu na ukupan broj tekstova
neimenovani izvor	76	69.09
Medij	28	25.45
sagovornici iz oblasti estrade	21	19.09
Jelena Karleuša	17	15.45
Ognjen Vranješ	16	14.55
imenovano privatno okruženje	6	5.45
Analitičari	5	4.55
sagovornici iz oblasti politike	2	1.82

Izvor: Jarić i Balaban: *Character assassination* kao strategija medijskog izveštavanja u Srbiji: slučaj JK

Kao što se iz priložene tabele može videti najzastupljeniji su bili stavovi neimenovanih izvora (76 tekstova), koji su bili okosinca većine medijskih narativa. Čitavi tekstovi su počivali na kazivanjima navodnih neimenovanih izvora iz bliskog okruženja Jelene Karleuše ili Ognjena Vranješa i oni su iznosili tvrdnje čija se istinitost ne može proveriti. Te tvrdnje su često bile međusobno konfliktne, ili čak

kontradiktorne, odnosno čitanjem tekstova u kontinuitetu se jasno moglo uočiti da informacije dobijene od neimenovanog izvora nemaju uporište u realnosti.¹⁷ Takođe, navodne informacije dobijene od anonimnih izvora su uklapane u ostatak narativa, kako bi se učvrstile ili argumentovale tvrdnje u tekstu. Najveće učešće neimenovanih izvora zabeleženo je u listu *Alo!* (81.25%), iz čega slede *Informer* (69.05%) i *Kurir* (64.29%).

Sami mediji su umesto da izveštavaju kontinuirano tokom ovog dvomesečnog perioda iskazivali jasne stavove, kroz koje su nastojali da uruše poslovni i moralni kredibilitet Jelene Karleuše¹⁸, uz dodatno ismevanje njenog fizičkog izgleda. Važno je napomenuti da ovakav pristup nije zabeležen u odnosu medija prema Ognjenu Vranješu.

Kada je u pitanju Jelena Karleuša, ključna akterka u ovoj aferi, važno je napomenuti da je njen stav prisutan u 17 tekstova. Direktna izjava medijima zabeležena je u samo jednom tekstu (*Informer*, 10.01.2019.),¹⁹ dok su u preostalim 16 tekstova prenošena njena saopštenja. Ta praksa je bila prvenstveno posledica toga što je Karleuša prekinula direktnu komunikaciju sa medijima. U empirijskom materijalu vidljivo je da su novine preuzimale njene objave sa društvenih mreža i uklapale ih u postojeće tekstove, iako te objave nisu nastale u adekvatnom kontekstu i povodom reakcije na sam tekst u kojem su objavljene. Karleuša je akterka u svih 110 analiziranih napisa, a njen stav, izrečen u vezi sa sadržinom konkretnog teksta u kojem je naveden, prisutan je u samo 15.45% svih analiziranih tekstova. Posmatrano u apsolutnim brojevima, stav Jelene Karleuše, koji se direktno odnosi na navode u tekstu, zastupljen je u 8 tekstova u *Informeru*, u po 3 teksta u *Alo!* i *Blicu*, 2 u *Kuriru* i u jednom napisu u *Večernjim novostima*.

Kada je u pitanju drugi ključni akter ove medijski konstruisane afere, Ognjen Vranješ, njegovi stavovi su zastupljeni u 14.55% analiziranih tekstova. Za razliku

17 *Informer*, 26.02.2019, „Karleuša vara Duška sa biznismenom iz Berlina”, strana 16, gde neimenovani izvor tvrdi da je veza Jelene Karleuše i Ognjena Vranješa prekinuta zbog veze Karleuše sa „biznismenom iz Berlina”, dok u svim ostalim tekstovima u ovom listu neimenovani izvori tvrde da je do prekida veze došlo zato što Jelena Karleuša nije želela da se razvede od supruga.

18 Primer teksta – komentara kojim medij direktno napada Karleušu je *Kako od dive kalamero!?* (13.02.2019.), u kojem je novinarka dnevnog lista *Alo!* u tekstu rekapitulirala sve estradne i političke sukobe Karleuše, direktno joj se podsmevajući u podnaslovu: „posle je*anja, nema kajanja!”, „Jelena Karleuša se naprasno setila da je žena, majka, kraljica...”

19 “Boli me što hoće da mi unište porodicu! Udarili su mi na decu i bolesnu majku”, strana 16.

od Jelene Karleuše, koju su mediji predstavili kao njegovu navodnu emotivnu partnerku, stavovi Vranješa su, u najvećem broju slučajeva, izrečeni u direktnoj komunikaciji sa medijima.

Kao što se iz priložene analize može videti jedan od ključnih metoda napada na Karleušu bile su *anonimne laži*, koje su konstruisane uz pomoć neimenovanih izvora koji su do najsitnijih detalja tokom čitavog analiziranog perioda opisivali fiktivne okolnosti koje su pratile medijski konstruisanu aferu. *Pogrešno citiranje* u vidu navođenja njenih izjava van konteksta je drugi metod koji je upotrebljen kao deo napada na Karleušinu reputaciju. Kao posledica ovih medijskih napada Karleuša je na samom početku afere prekinula komunikaciju sa medijima, što je takođe doprinelo pogrešnom citiranju.

2. AKTERI: VREDNOSNI KONTEKST

Odnos medija prema Jeleni Karleuši, odnosno način na koji su novinari konicipirali tekstove, naslovni blok i odabirali sagovornike je izrazito *negativan*, u čak u 80% tekstova. Sveukupna slika koju su mediji stvorili o Jeleni Karleuši je da je u pitanju žena sumnjivog morala, koja ne poštuje tradicionalne vrednosti, pa ni brak, koja je u sukobu sa svim akterima društveno-političke scene, u krizi srednjih godina, neuspešne karijere i nereprezentativnog fizičkog izgleda. Tekstovi su se bavili svim segmentima njenog privatnog i poslovnog života zadirući u njenu najublju intimu. Prema medijima, najveće učešće tekstova u kojima je prisutan negativan odnos prema Jeleni Karleuši zabeleženo je u *Informeru* - 83.33%, a slede *Alo!* - 81.25%, *Blic* - 80%, *Kurir* - 75% i *Večernje novosti* (50%) (videti Tabelu 2).

Tabela 2 – Vrednosni kontekst tekstova u odnosu na Jelenu Karleušu, prema medijima

Medij/Jelena Kerleuša	pozitivan	neutralan	negativan	ukupan broj tekstova
<i>Informer</i>	0	7	35	42
<i>Alo!</i>	0	6	26	32
<i>Kurir</i>	1	6	21	28
<i>Blic</i>	0	1	4	5
<i>Večernje novosti</i>	0	1	1	2
<i>Danas</i>	0	0	1	1
Total	1	21	88	110

Izvor: Jarić i Balaban: *Character assassination* kao strategija medijskog izveštavanja u Srbiji: slučaj JK

S jedne strane, opšta slika koju su mediji kreirali o Karleuši odnose se na to da je osoba sklona seksualnim aktivnostima koje izlaze iz okvira tradicionalnih normi (primer podnaslova iz dnevnog lista *Informer*, „Jebodrom – Procurila perverzna prepiska između pevačice i fudbalera“).²⁰ Ova slika je formirana i učvršćivana stalnim ponavljanjem fragmenata intimne korespondencije (u formi *printscreen* – fotografija i citiranjem samog teksta prepiske) i eksplicitnih fotografija, čak i u tekstovima gde se takvi postupci izveštavanja ne uklapaju u narativ. Ukoliko bi sagovornici (poput većine predstavnika estrade ili meštana sela u kojem je odrastao Duško Tošić) iskazali podršku Jeleni Karleuši, mediji bi ostalim sadržajem menjali sveukupni karakter teksta. Jedan od najčešćih postupaka bio je da se na narativ u kojem sagovornik kritikuje Vranješa ili iskazuje podršku Karleuši doda intimna prepiska ili eksplicitne fotografije, koje bi u potpunosti izmenile sveukupan utisak teksta.²¹ Karleuša je u tekstovima diskreditovana i u kontekstu profesije kojom se bavi. Na primer, list *Alo!* je u dva teksta u razmaku od 5 dana pisao o nastupima Jelene Karleuše u inostranstvu, nazivajući ih „fijaskom“, optužujući je da „vara fanove“ i da je „nakon ovog debakla, poznata pevačica brže-bolje (je) otputovala u Dubai, gde je čekao i dalje zakoniti suprug Duško sa ćerkama Nikom i Atinom“.²² Sveobuhvatna diskreditacija je primenjivana i na lične karakteristike Jelene Karleuše. Tako list *Blic* u tekstu od 17. 01. 2019. (*Od ljubavi do mržnje*) Karleušu predstavlja kao „folk pevačicu u krizi srednjih godina“²³, a *Kurir* za Karleušu, uz naznaku *horor*, naglašava da „ne liči na sebe“ i da je „podbula“ (13.02.2019, *Neka tuži otkriću detalje o našoj ljubavi*, strana 16). Isti pridev, koristi i *Informer*, koji između ostalog govori i o „bljak selfiju“ Jelene Karleuše (21.02.2019. *Karleuša, je l' to cediš bubuljice za Vranješa?*, strana 18).

Sa druge strane, Ognjen Vranješ je u najvećem broju tekstova tretiran u neutralnom kontekstu – 74.7%, negativno konotiranih napisa bilo je 16.87%, dok su u 8.43% tekstova novinari pokazivali jasan pozitivan stav prema Vranješju. Gledano prema medijima, najveći broj tekstova u kojima je Vranješ akter, objavljeno je u *Informeru*, *Alo!* i *Kuriru*. U *Kuriru* je objavljeno 20% napisa u kojima je Vranješ

20 *Informer*, 16.01.2019, JK: *Ja sam tvoja kurva*, strana 16.

21 *Alo!*, 16.01.2019, *Možda ga je varala, ali razvoda neće biti!*, strana 28.

22 *Alo!*, 05.02.2019, *Karleuša uzela 15.000 evra za fijasko!*, strana 16; *Alo!*, 10.02.2019, *Karleuša vara fanove da bi punila klubove*, strana 16.

23 Jelena Karleuša je rođena 17. avgusta 1978. godine, i u trenutku objavljivanja ovog teksta imala je 40 godina.

predstavljen u pozitivnom kontekstu, dok je najveći udeo negativnih tekstova za-
beležen u listu *Alo!* – oko 24% (videti više u tabeli 3).

Tabela 3 – Vrednosni kontekst tekstova u odnosu na Ognjena Vranješa, prema medijima

Medij/Ognjen Vranješ	Pozitivan	neutralan	negativan	ukupan broj tekstova
<i>Informer</i>	0	27	4	31
<i>Alo!</i>	2	14	5	21
<i>Kurir</i>	5	18	2	25
<i>Blic</i>	0	2	2	4
<i>Večernje novosti</i>	0	1	1	2
Total	7	62	14	83

Izvor: Jarić i Balaban: *Character assassination* kao strategija medijskog izveštavanja u Srbiji: slučaj JK

Dakle, mediji su Karleušu i Vranješa tretirali na potpuno različit način, uglavnom ne uzimajući u obzir činjenicu da je on, kao i Karleuša, oženjen i da ima dete. Uprkos činjenici da je on sam jasno istakao da su svi navodi u medijima tačni, odnosno da su prepiske i fotografije autentične i da potiču od njega, mediji uglavnom nisu uzimali u obzir njegovu ulogu u čitavom slučaju. Pokazivali su razumevanje za njegove postupke, objašnjavajući kroz kazivanja neimenovanih izvora da je Jelena Karleuša zapravo „izdala“ Ognjena Vranješa, odnosno da se odlučila za „kineske milione“ njenog supruga Duška Tošića i za ostanak u braku, umesto za ljubav i razvod, koji je, prema istim izvorima „obećavala“ Vranješu²⁴. Nijedan tekst nije problematizovao sam neetički i protivzakonit čin osvetničke pornografije²⁵, koja je zapravo okosnica čitave afere. Nasuprot tome, mediji su se uglavnom neutralno odnosili prema Vranješu, a uočeni su i primeri gde je opisivan u pozitivnom kontekstu, kao „pravi muškarac“²⁶ i kao neko ko je zapravo ukazao široj publici na nedostatak moralnog kredibiliteta Jelene Karleuše. Na primer, *Kurir* je Vranješa predstavio kao patriotu, objašnjavajući razloge iz kojih je u sukobu sa navijačima

24 *Informer*, 17.01.2019, *JK otkočila Vranješa zbog kineskih miliona*, strana 16.

25 Kažnjiv prema članovima 144 i 145 Krivičnog zakonika Republike Srbije.

26 U dnevnom i na portalu *Kurira* objavljena je fotografija, za koju je navedeno da je preuzeta sa profila na društvenim mrežama, koji pripadaju Jeleni Karleuši. Medij je preneo njenu tvrdnju koja se odnosila na veličinu polnog organa Ognjena Vranješa, ali je tu tvrdnju demantovao podnaslovom: *JK tvrdi jedno, na mrežama se pojavilo drugo - Vranješ ima mikro ku*čić!* (*Kurir*, 16.01.2019, *Političari i estrada uz JK*, strana 18)

iz regiona (09.01.2019, *Recite Tošiću da puši ku*ac!*, strana 16). Takođe, mediji su pisali i o tome da je zbog navodne afere sa Karleušom Vranješ izložen brojnim pretnjama od strane „ekstremista iz Bosne”²⁷, što predstavlja zamenu teza s obzirom na činjenicu da je koren tog sukoba u njegovim problematičnim tetovažama²⁸.

Blic u tekstu gde Karleušu predstavlja kao „folk pevačicu u krizi srednjih godina“ o Vranješ²⁹ govori kao o „fudbaleru u naponu snage“. Mediji takođe u tekstovima baziranim na informacijama dobijenim od neimenovanih izvora nagađaju da će Vranješ³⁰ supruga „oprostiti prevaru”³⁰, što se već vidi i iz samog naslova, *Vranješ pravi drugo dete, boli ga k... za JK! (Alo!, 15.02.2019, strana 16)*. Iako je praktično izbačen iz fudbalskog kluba Anderlecht za koji je igrao zbog medijskih napisa o aferi i uslovno osuđen na osmomesечnu kaznu zatvora zbog drugog incidenta - poziva na nasilje prema navijačima suparničkog kluba, mediji se nisu bavili kritikom njegove karijere, već su često ukazivali na simpatije koje upravo navijači gaje prema Vranješ³¹ (primer: *Dodi, imamo još žena fudbalera za je*anje!, Kurir, 07.02.2019, strana 21)*.

Supružnici Jelene Karleuše i Ognjena Vranješa, Danijela Vranješ i Duško Tošić u medijskim narativima su oslikani na veoma različite načine. U jednom delu tekstova, mediji su pokazivali saosećanje sa Tošićem, kao sa „prevarenim suprugom“, nagađajući da će pokrenuti ili da već jeste pokrenuo brakorazvodnu parnicu,³¹ dok su kasnije, u nizu tekstova, ponovo kroz iskaze neimenovanih izvora, emotivno povezivali Tošića sa više različitih žena manje ili više poznatih javnosti,³² implicirajući da su Karleuša i Tošić u „otvorenom braku“ i da su zapravo „isti“. Sa druge strane, Danijela Vranješ je kroz kazivanje neimenovanih izvora prikazana kao žena koja poštuje moralne vrednosti i koja će pronaći način da

27 *Kurir*, 17.01.2019, *Ekstremisti prete Vranješ^u smrću zbog Karleušinog pornića*.

28 Naime kako saznajemo iz medija Ognjen Vranješ na desnoj ruci ima tetovažu četničkog vojvode Momčila Đujića, kao i tetovažu granice Republike Srpske zbog čega je u sukobu sa navijačima reprezentacije BiH (*Kurir*; 09.01.2019, *Recite Tošiću da puši ku*ac!*).

29 Jelena Karleuša je rođena 17. avgusta 1978. godine, a Ognjen Vranješ 24. oktobra 1989.

30 “Danijela i Ognjen su zajedno od osnovne škole. Voleli su se i kao deca, vole se i sada. On je sklon povremenim ekskurzijama, ali je Danijela ljubav njegovog života i to svi znaju. Imaju petogodišnju ćerkicu i nema sumnje da će se boriti da sačuvaju svoj brak - kaže naš izvor” (*Alo!*, 19.01.2019, Duško oprašta Jeleni što ga je varala!, strana 12).

31 *Alo!* - specijalni dodatak, 04.02.2019, *Duško poludeo kad je video Karleušu u akciji!*, strana 4.

32 Primer: *Informer*, 22.01.2019, *Nije samo JK neverna Duško muvao i Bambijevu ženu*, strana 16.

prevaziđe aferu, kako bi ostala u braku. Međutim zanimljivo je napomenuti da su novinari *Informera* ipak konstatovali da je motiv njenog ostanka u braku novac, naglašavajući da je ona „upućena u svaku švaleraciju svog muža i uvek mu zbog ćerkice, ali i zbog lagodnog života, prelazi preko svega“.³³ O odnosu medija prema ključnim akterima afere videti više u Tabeli 4.

Tabela 4 – Vrednosni kontekst tekstova u odnosu na ključne aktere

Akter	pozitivan	neutralan	negativan	ukupan broj tekstova
Jelena Karleuša	1	21	88	110
Ognjen Vranješ	7	62	14	83
Duško Tošić	2	37	8	47
Danijela Vranješ	0	5	1	6
Aleksandar Vučić	0	2	0	2
Dragan Karleuša	0	1	1	2

Izvor: Jarić i Balaban: *Character assassination* kao strategija medijskog izveštavanja u Srbiji: slučaj JK

Možda najne očekivaniji aspekt ovog slučaja je politička dimenzija koja je proistekla iz medijskih narativa. *Infomer* i *Alo!* su po jednom tekstu iskoristili priliku da podsete čitaoce na neslaganje Jelene Karleuše sa političkim delovanjem predsednika Srbije Aleksandra Vučića,³⁴ a dnevni list *Alo!* je ovoj temi posvetio antrfile već citiranog teksta *Kako od dive – Kalimero!?*. Pod naslovom *JK: Vučiću, ološu, što mi ne pomogneš?!* navodi se sledeće:

„Koliko Karleuša nije istrajna u svojim uverenjima, možda najbolje govori primer predsednika Aleksandra Vučića. Naime, Karleuša je godinama osporavala Vučića i njegov rad. Hvalila se tako mala od skandala time da ona sme da mu saspe sve u lice, pa ga je tako nazivala ološem, obraćala mu se na društvenim mrežama uvredljivim tonom, podrugljivo ga prozivala za stanje u društvu... Sve dok njoj nije zagustilo. U danu kada su se njene eksplicitne poruke i fotografije pojavile na društvenim mrežama, Karleuša je prešla preko svojih stavova i obratila se upravo predsedniku, moleći ga za milost, kao da je on imao ikakve veze sa onim što je ona radila. ‘Gospodine Aleksandre Vučiću, da li mogu javno da vas zamolim da

³³ *Informera*, 29.01.2019, *Vranješ u žena sve oprostila, krivi JK za ceo skandal*, strana 16.

³⁴ Između ostalog, Jelena Karleuša se 2017. godine obratila Aleksandru Vučiću preko društvene mreže Facebook otvorenim pismom u kojem je oštro kritikovala njegovo političko delovanje <https://www.kurir.rs/stars/2772181/bomba-jelene-karleuse-gladni-studenti-su-na-ulicama-jer-je-bagra-pokrala-narod>, sajtu pristupljeno 30.04.2019.

mi pomognete i zaustavite ovo ludilo i nepravdu u medijima? Ako ne zbog mene, onda zbog moje dece, muža, bolesne majke... Molim vas. Otišlo je predaleko' - poručila je Karleuša“.

U tekstovima je zabeležen istup gradonačelnika Jagodine Dragana Markovića Palme, koji je predstavljen u pozitivnom svetlu, kao „domaćin“, koji iskazuje prezir prema Jeleni Karleuši i u tekstu joj poručuje: „Ja sam domaćin čovek i ne bavim se temama kojima se bavi dotična gospođa“³⁵. Bavljenje Dragana Markovića Palme ovom temom svakako je povezano i sa dugogodišnjim ličnim prijateljstvom koje postoji između njega i folk pevačice Svetlane Ražnatović, sa kojom Jelena Karleuša vodi brojne sudske postupke. Ovaj estradni obračun se preliva i na politički diskurs zato što se sukob ove dve pevačice odvija i na vrednosnom i ideološkom planu. Dok Jelena Karleuša otvoreno podržava građanske političke opcije,³⁶ iskazuje neslaganje sa politikom Srpske pravoslavne crkve³⁷ i podržava LGBT zajednicu,³⁸ Svetlana Ražnatović (uz podršku medija) iskazuje privrženost „tradicionalnim vrednostima“, učestvuje u crkvenim obredima sa pokrivenom glavom³⁹ i zajedno sa predstavnicima Vlade Republike Srbije i predsednikom Srbije dočekuje predsednika Rusije Vladimira Putina,⁴⁰ Upravo u tom kontekstu je predstavljena podrška koju su opozicioni politički akteri iskazali prema Jeleni Karleuši, problematizujući svojevrsni medijski linč koji se odvijao tokom januara i februara 2019. Komentarišući ovu podršku, mediji su, ne odgovarajući na zamerke pojedinih lidera opozicije na neetičko izveštavanje, nastavili da grade slučaj Karleuša dodatno ga obogaćujući tvrdnjama da njoj „veruje druga Srbija“, odnosno, tada glumac, a danas predsednik Pokreta slobodnih građana, Sergej Trifunović i jedan od

35 Povod za tekst JK: Palmi bih je*ala mater Palma: Ćuti i rendaj ribicu! bio je navod iz intimne prepiske između Vranješa i Karleuše u kojem ona navodno kritikuje gradonačelnika Jagodine.

36 https://www.slobodnaevropa.org/a/jelena_karleusa_kolumna/2200757.html, sajtu pristupljeno 05.05.2019.

37 <http://www.novosti.rs/vesti/scena.147.html:512559-Jelena-Karleusa-izvredjala-patrijarha-Irineja>, sajtu pristupljeno 05.05.2019.

38 <http://rs.n1info.com/Vesti/a318443/Organizatori-na-Prajdu-ocekuju-3.000-ljudi-kuma-parade-Jelena-Karleusa.html>, sajtu pristupljeno 05.05.2019.

39 <https://www.espreso.rs/showbiz/zvezde/335223/karleusa-se-ismeva-ceci-i-na-bozic-okacila-fotografiju-iz-crkve-i-oplela-po-vernucima>, sajtu pristupljeno 05.05.2019.

40 <https://www.blic.rs/zabava/i-ceca-docekala-putina-pevacica-ispred-hrama-odusevila-srbe-video/pp9dntl>, sajtu pristupljeno 05.05.2019.

opozicionih lidera Dragan Đilas.⁴¹ Podrška Dragana Đilasa Jeleni Karleuši iskazana na Twitteru bila je povod za negativne spekulacije o Đilasu i njegovim političkim postupcima u dnevnom listu *Informer*, koji je na osnovu informacija dobijenih od neimenovanih izvora izneo sledeću tvrdnju: „Zvuči neverovatno, ali je istinito – Đilasovi savetnici, stranci koji su mu pomagali i tokom prošlogodišnje kampanje za gradonačelnika, predložili su mu da kako zna i ume ‘iskoristi’ pevačicu da bi sebi i SZS digao rejting i omasovio proteste“.⁴² U svojim tekstovima mediji su još istakli i da je izveštavanje o Karleuši osudio lider Srpske radikalne stranke Vojislav Šešelj. Politički aspekt zabeležen je u još jednom važnom tekstu, koji je objavio dnevni list *Danas*, a koji čitavu aferu posmatra u kontekstu odvlačenja pažnje čitalaca sa ubistva političkog lidera sa severa Kosova, Olivera Ivanovića.⁴³

U prethodno opisanom delu analize primećena su, uz prethodno već pomenuta dva, još tri dodatna metoda napada na reputaciju Jelene Karleušu koje opisuju Širer i Iks (2014): (a) *nazivanje određenim imenima* (što je vidljivo u brojnim naslovima tekstova i samim tekstovima, poput „Pornokarleuša“, „podbula“, „bljak selfi“ i sl.); (b) *insinuiranje seksualne devijantnosti*. Čak u 9 tekstova Karleuša je eksplicitno okarakterisana kao „perverzna“, dok su sami tekstovi praćeni senzacionalističkim i vulgarnim naslovima za koje mediji tvrde da predstavljaju direktne izvode iz njene privatne prepiske sa Vranješom; Poslednji metod koji se materijalizuje kroz (c) *činove vandalizma* zahteva dodatno objašnjenje, jer u ovom slučaju nailazimo na neočekivani zaplet. U tekstu iz *Kurira*, objavljenom 17.01.2019. (*Ekstremisti prete Vranješu smrću zbog Karleušinog pornića*) autor sugeriše da je „žrtva“ (Jelena Karleuša) inicirala vandalski čin trećih lica (ekstremista iz Bosne) protiv „napadača“ (Ognjena Vranješa). Iako je na osnovu uvida u dinamiku medijske afere i izjava samog Vranješa jasno da najveći deo intimnih informacija potiče od njega, dnevniom listu *Kurir* nije bio problem da predstavi Vranješa kao žrtvu vandalskog čina indirektno podstaknutog od strane Jelene Karleuše.

41 *Kurir*, 16.01.2019, *Političari i estrada uz JK*, strana 18.

42 *Informer*, 26.01.2019, *Đilas želi da iskoristi JK?*, strana 2.

64 43 *Danas*, 21.01.2019, *Karleuša umasto važne godišnjice*, strana 1.

3. OPREMA TEKSTA

Tekstualni sadržaj u štampanim medijima pratle su fotografije kojima je grubo narušavana privatnost Jelene Karleuše. Od analiziranih 110 napisa, čak 41 ili 37.27% sadržalo je jednu ili više eksplicitnih fotografija intimnih delova tela Jelene Karleuše, i to 18 tekstova u *Informeru* (42.86% analiziranih tekstova iz uzorka *Informera*), 12 u dnevnim novinama *Alo!* (37.5%) i 11 (39.29%) u *Kuriru*, dok *Blic*, *Večernje novosti* i *Danas* nisu objavljivali takvu vrstu fotografija. Narušavanje privatnosti manifestovano je i objavljivanjem fotografija intimnih prepiski, za koje su mediji navodili da su se odvijale između Jelene Karleuše i Ognjena Vranješa – 20 tekstova sadržalo je fragmente ovih prepiski (*Kurir* – 7 tekstova, *Alo!* – 6, *Informera* – 5 i *Blic* – 2). Prikazivanje tih sadržaja dodatno je imalo za cilj izazivanje osude i otvaralo je debatu o moralnim katarakteristikama Jelene Karleuše, a posebnu ulogu je imalo u napisima u kojima su je sami mediji osuđivali i raspravljali o njenom intimnom životu. Važno je naglasiti da taj princip nije primenjivan prema drugom učesniku/sagovorniku u intimnim prepiskama. Mediji su objavili u samo jednom navratu fotografiju intimnih delova muškog tela za koju su tvrdili da pripada Vranješ. Na fotografiji se nije videlo lice osobe koja je, evidentno, sama snimila fotografiju. Kako su naveli, ta fotografija je preuzeta sa Facebook i Twitter naloga Jelene Karleuše. Novine su, posebno tekstove u kojima su kritikovali izgled Jelene Karleuše, nastojale da ilustruju *paparaco* fotografijama/fotografijama Karleuše u nereprezentativnom izdanju (ukupno 10 tekstova najavljenih na naslovnim stranama dnevnih listova *Alo*, *Kurir* i *Informera*).

Opremu navedenih tekstova objavljenih na internet portalima analiziranih štampanih izdanja takođe su činile i eksplicitne fotografije⁴⁴ (15 tekstova), intimne prepiske (15), *paparaco* fotografije (8) i video klip (10).⁴⁵

Apsolutno najzastupljeniji metod koji je ovde korišćen je *navođenje van konteksta*. Nekoliko istih eksplicitnih fotografija, objavljenih već na samom početku medijski konstruisane afere, gotovo svakodnevno su iznova objavljivane (za ukupno

44 Tekst objavljen u dnevnom listu *Kurir*, 16.01.2019, *Političari i estrada uz JK* (strana 18) je na portalu podeljen u tri celine. Svaki od novih tekstova je praćen eksplicitnim fotografijama, uz jedan dodatni video prilog.

45 Video klip je najčešće van konteksta dodat tekstovima na portalima. Snimila ga je Jelena Karleuša takozvanim „selfi-štapom“ i prikazuje kako se ona i Ognjen Vranješ šetaju po Akropolju u Atini. Mediji taj snimak ističu kao jedan od ključnih dokaza veze Karleuše i Vranješa.

52 dana objavljen je 41 tekst koji je bio opremljen istim eksplicitnim fotografijama). Na isti način mediji su (zlo)upotrebljavali i *printscreens* intimne prepiske.

4. KOMENTARI ČITALACA

Prilikom uvida u komentare čitalaca koji su objavljeni kao reakcija na tekste koji čine uzorak, svakako treba imati na umu karakter samih medija, odnosno portala na kojima su objavljeni. Profil portala i dnevnih novina *Kurir*, *Informer* i *Alo!* je veoma sličan. U pitanju su tržišno i senzacionalistički orijentisani provladini tabloidi. Karakter *Blica* je donekle drugačiji. Iako su vidljive karakteristike tabloida, pristup temama je znatno umereniji. *Večernje novosti* su, sa druge strane, medij koji promovise „tradicionalne vrednosti”, pod velikim su uticajem Srpske pravoslavne crkve, i smatraju se pro-vladinim medijem. Sa druge strane, *Danas* je novina građanskog i pro-zapadnog usmerenja, kritički orijentisana ka vladajućim strukturama u Srbiji. Upravo u tom ključu, prema profilu čitalačke publike, treba posmatrati i same komentare. Čitaoci su na portalima ostavili ukupno 1410 komentara, a više od polovine analiziranih zabeleženo je u onlajn izdanju Kurira (oko 58%) (videti više u Tabeli 5).

Tabela 5 – Broj i učešće komentara prema mediju

Novine	broj komentara	učešće u odnosu na analizirane medije
<i>Kurir</i>	819	58.09%
<i>Blic</i>	290	20.57%
<i>Informer</i>	185	13.12%
<i>Alo!</i>	65	4.61%
<i>Večernje novosti</i>	46	3.26%
<i>Danas</i>	5	0.35%
total	1410	100.00%

Izvor: Jarić i Balaban: *Character assassination* kao strategija medijskog izveštavanja u Srbiji: slučaj JK

Najveći broj komentara (586 ili 41.56%) bio je posvećen *kritici* ponašanja/postupaka/izgleda Jelene Karleuše,⁴⁶ od kojih je 341 objavljen u *Kuriru*. Međutim,

46 „Valjda će za njenog života početi da trpaju silikon i u mozak, il' bar da njen 'tim' počne da sređuje i vijuge u Photoshopu. Onda bi postojala mogućnost da i od nje nešto bude, ovako u glavi je ista ona slonica iz tinejdžerskih dana. To je nesto sto tanga gaće, Wonderbra i silikonu ne mogu da ispeglaju” (Komentar na tekst: *Informer*, 02.02.2019, *Vranješ: JK je očajna u krevetu samo legne kao krava*)

zbog veoma različitog broja komentara prema medijima, značajno je sagledati učešće komentara koji su napisani iz kritičkog ugla u odnosu na Karlešu prema svakom mediju. Najveća prisutnost ovakvog stava čitalaca zabeležena je u listu *Alo!*, gde čak 60% objavljenih komentara predstavlja kritiku Karleše, 50% u *Večernjim novostima*, po oko 42% u *Informeru* i *Kuriru* i 36.21% u *Blicu*. Ponašanje ili postupke Ognjena Vranješa kritikovalo je 119 ili 8.44% čitalaca.⁴⁷ Najveće učešće kritičkih komentara zabeleženo je u *Blicu* – 12.41%, slede *Informer* (9.73%), *Kurir* (7.45%), *Alo!*(4.62%) i *Večernje novosti* (2.17) (tabela 6).

Tabela 6 – Broj komentara kojima se kritikuju Jelena Karluša i Ognjen Vranješ uporedno

Medij	kritika Jelene Karleše	kritika Ognjena Vranješa	ukupan broj komentara
<i>Kurir</i>	341	61	819
<i>Blic</i>	105	36	290
<i>Informer</i>	77	18	185
<i>Alo!</i>	39	3	65
<i>Večernje novosti</i>	23	1	46
<i>Danas</i>	1	0	5
total	586	119	1410

Izvor: Jarić i Balaban: *Character assassination* kao strategija medijskog izveštavanja u Srbiji: slučaj JK

Čitaoci su u još 110 (7.8%) komentara davali *savete* Dušku Tošiću kako treba da postupa prema svojoj supruzi, usmeravali su ga da započne proces brakorazvodne parnice ili su negodovali zbog izostanka njegove javne reakcije.⁴⁸ Podršku Jeleni Karleši iskazalo je 97 komentatora⁴⁹ (6.88%), dok je 89 čitalaca podržalo

47 "Revenge porn je u normlanim zemljama krivичno delo, a samo kod nas prolazi sa - tako je brate nek si joj se osvetio!"; „Pa i on je oženjen čovek sa jednim detetom, a niti ga osuđujete za švaleraciju niti za ovo zlo od objavljivanja slika”, (Komentar na tekst: *Blic*, 17.01.2019, *Od ljubavi do mržnje: Evo kako je tekla veza Jelene Karleše i Ognjena Vranješa*)

48 "Žao mi Duška. Duško nadi drugu." (Komentar na tekst: *Kurir*, 15.02.2019, *Pornokarleuša masturbira za Vranješa*); „E moj Duško, sta ti čekaš... razvodi se više!" (Komentar na tekst: *Kurir*, 30.01.2019, *Ja sam tvoja žena, dodi da me je*eš!*)

49 "Dajte više pustite ženu na miru. Ovo već prelazi u psihičko zlostavljanje." (Komentar na tekst: *Informer*, 15.02.2019, *Ako objaviš pornič, odseći ću ti ku*ac*)

Ognjena Vranješa (6.31%)⁵⁰. Kritikovani su i svi akteri ovog medijski konstruisanog slučaja (88 komentara). Zabeležene su i još 3 grupe komentara od važnosti za ovo istraživanje: (a) komentari u kojima se ispoljavaju patrijarhalni obrasci (69),⁵¹ (b) mizogini obrasci (64)⁵² i (c) komentari koji imaju politički karakter (38).⁵³

Reakcija „javnosti” koja se očituje u strukturi i sadržaju komentara pokazuje koji elementi tekstualnih narativa „gađaju ljude u žicu” (Shiraev, Icks 2014, 277). Veličanje patrijarhalnog kulturnog i porodičnog konteksta, mizoginija, naglašena nacionalna osećanja neki su od ključnih elemenata na osnovu kojih sudi javnost kojoj se mediji u Srbiji obraćaju. Analizirani komentari potkrepljuju ovu tvrdnju i funkcionišu kao prirodna ekstenzija metoda napada na reputaciju koje smo opisali i ilustrovali primerima iz analiziranih tekstova.

5. ZAKLJUČAK

Character assassination predstavlja proces tokom kojeg se, različitim metodama opisanim u prethodnom tekstu, uništava reputacija ličnosti. „*Character assassination* ne podrazumeva nužno moćne napadače koji napadaju slabe. Napadi idu u svim smerovima unutar društvenih hijerarhija” (Shiraev, Icks 2014, 276). Strategija „napadača” je uvek da se kroz taj proces otkrije „pravo lice” „žrtve”, koje ona navodno pokušava da sakrije od „javnosti”. Na taj način, „napadač” i „mediji” nastoje da otkriju „javnosti” „ružnu ‘istinu’ ispod” (Shiraev, Icks 2014, 275). U tom procesu se, kroz navodno izveštavanje u javnom interesu, promovise određena agenda koja nema značaj za zajednicu, već predstavlja alat za ostvarivanje partikularnih interesa. Ubistvo ličnosti je međukulturni fenomen koji se otkriva u

50 „Ogi care, daj da pogledamo film, plizz”(Komentar na tekst: *Informer*, 15.02.2019, *Ako objaviš pornić, odseći ću ti ku*ac*), „Ogi se nije dao! Bravo majstore!” (Komentar na tekst: *Kurir*, 15.02.2019, *Razvešću se ali Duško mora da bude kriv!*)

51 „Majka i žena, a slika se gola, šta očekivati od takve žene!Ta uloga joj izgleda najviše odgovara!”(Komentar na tekst: *Kurir*, 16.01.2019, *Političari i estrada uz JK*); „Prava domaćica”; „Kako ona zavija sarme”(Komentar na tekst: *Kurir*, 16.01.2019, *Karleuša: pušila bih tvoj lepi tvrdi ku*ac!*)

52 “Krupne zene nisu za sex, previše mrtve i previše lenje, ali da sve vole pare, to vole” (Komentar na tekst: *Informer*, 02.02.2019, *Vranješ: JK je očajna u krevetu samo legne kao krava*)

53 “Jeco, otvoreno pismo AV ti je vrh” (Komentar na tekst: *Blic*, 17.01.2019, *Od ljubavi do mržnje: Evo kako je tekla veza Jelene Karleuše i Ognjena Vranješa*), „A sve je to zbog onog obraćanja predsedniku!!!” (Komentar na tekst: *Kurir*, 13.02.2019, *Neka tuži otkriću detalje o našoj ljubavi*)

različitim oblicima i metodama tipičnim za sve političke i društvene sredine (Samoilenko i dr. 2018) i medijski kontekst društva Srbija po tom pitanju nije poseban.

U konkretnom slučaju, napad je sproveden uz pomoć medija koji su sinhronizovano objavljivali iste sadržaje i na taj način slali poruke koje su isticale nesklad ponašanja „žrtve” sa opšteprihvaćenim moralnim i društvenim normama u „javnosti”/široj zajednici (Shiraeve, Icks 2014, 275). Uspešnost ove strategije najbolje potvrđuje analiza komentara, koja svedoči da su analizirani medijski sadržaji percipirani na željeni način.

Kao što i ova analiza pokazuje „*character assassination* ne zahteva direktno fizičko uništenje. Umesto toga, neko uništava ili ruši nečiju reputaciju. Ipak, uništavanjem ugleda neke osobe, postiže se još jedan cilj. ‘Ubiti nečiju reputaciju, često znači ubiti nečiji razlog postojanja’” (Shiraeve, Icks 2014, 276), što najbolje govori o ozbiljnosti ovog problema.

LITERATURA:

- Bettelheim, B. 1951. “Character Assassination by Jerome Davis.” *The University of Chicago Law Review* 2(18): 409-410. Dostupno na: <https://www.jstor.org/stable/1597694>, pristupljeno: 18-04-2019.
- Bradbury, M. 1951. “Character Assassination by Jerome Davis.” *Educational Research Bulletin* 2(30): 48-49. Dostupno na: <https://www.jstor.org/stable/1473484>, pristupljeno: 18-04-2019.
- Capra, D.J., Richter, L.L. 2018. “Character Assassination: Amending Federal Rule of Evidence 404(B) to Protect Criminal Defendants”, *Columbia Law Review* 3(118): 769-832. Dostupno na: <https://www.jstor.org/stable/10.2307/26397696>, pristupljeno: 18.04.2019.
- Church League of America. 1961. *A Manual for Survival: A Counter-Subversive Study Course*. Dostupno na: https://archive.org/details/foia_Church_League_of_America-HQ-EBF68/page/n79
- Davis, J. 1950. *Character assassination*. New York, NY: Philosophical Library.
- Diamant, A. 1951. “Character Assassination by Jerome Davis.” *The Western Political Quarterly* 1(4): 172. Dostupno na: <https://www.jstor.org/stable/442138>, pristupljeno: 18.04.2019.
- Eby, K. 1950. “Character Assassination by Jerome Davis.” *American Journal of Sociology*. 3(56): 301. Dostupno na: <https://www.jstor.org/stable/2771638>, pristupljeno: 18.04.2019.
- Gredelj, S. 1986. *S onu stranu ogledala: Istrazivanje promena modela komunikacije u jugoslovenskom društvu na osnovu analize sadržaja pisanja listova BORBE i POLITIKE u periodu 1945. do 1975. godine*. Beograd: Istrazivacko-izdavacki centar SSO Srbije.
- Shiraeve, E.B., Icks, M. 2014. *Character assassination throughout the ages*. Palgrave Macmillan.

- Kodeks novinara Srbije*. Dostupno na: http://www.savetzastampu.rs/doc/Kodeks_novinar_a_Srbije.pdf , pristupljeno 30.04.2019.
- Krivični zakonik*. Dostupno na: https://www.paragraf.rs/propisi/krivicni_zakonik.html, pristupljeno 30.04.2019.
- Long, H.H. 1950. "Hidden Un-Americanism: Character Assassination by Jerome Davis." *Phylon (1940-1956)* 3(11): 281-282. Dostupno na: <https://www.jstor.org/stable/272018>, pristupljeno: 18.04.2019.
- Lunden, W.A. 1950. "Character Assassination by Jerome Davis." *Journal of Criminal Law and Criminology (1931-1951)* 4(41): 485-486. Dostupno na: <https://www.jstor.org/stable/1137987> , pristupljeno: 18.04.2019.
- Mair, L. 1981. "Interpretation and Character Assassination." *Man: New Series* 2(16): 302-304. Dostupno na: <https://www.jstor.org/stable/2801403>, pristupljeno 18.04.2019.
- Reinharz, S. 1992. "Feminist Content Analysis." U Reinhartz S. *Feminist Methods in Social Research*, 145-163. New York, Oxford :Oxford University Press.
- Review. 1950. "Character Assassination by Jerome Davis." *The American Catholic Sociological Review* 3(11): 194. Dostupno na: <https://www.jstor.org/stable/3707072>, pristupljeno: 18.04.2019.
- Riviere, P.G. 1982. "More Character Assassination." *Man: New Series* 1(17): 161. Dostupno na: <https://www.jstor.org/stable/2802107>, pristupljeno: 18.04.2019.
- Samoilenko, S.A., Shiraev, E., Keohane, J., Icks, M. 2018. "Character Assassination (general)." U Ledeneva Alena (ed.). *The Global Encyclopedia of Informality (Volume II)*, 441-446. London UK: UCL Press. Dostupno na: https://www.academia.edu/31185573/Character_Assassination_Encyclopedia_Entry, pristupljeno: 24.04.2019.
- Zakon o javnom informisanju i medijima*. Dostupno na: http://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_javnom_informisanju_i_medijima.html, pristupljeno 30.04.2019.

CHARACTER ASSASSINATION AS A MEDIA REPORTING STRATEGY IN SERBIA: JK CASE

The paper is focused on the media-constructed affair (the case of JK/Jelena Karleuša) on the cover pages of daily newspapers in Serbia as an example of media reporting based on a pre-conceived strategy of malicious and unjustified violation of a good reputation of a particular person. This form of media reporting, which is in the function of fighting with (political and ideological) opponents, was firstly recognized and articulated by Jerome Davis as a character assassination. The article analyzes 110 texts published on this topic on the cover pages of seven daily newspapers based in the Ebart Media Archive (Former, Alo!, 'Kurir', 'Blic', 'Večernje novosti', 'Danas', and 'Politika'), using the methodological approach of content analysis. The research starts from the assumption that the understanding of this type of media-constructed affair require to

keep in focus the particular interest optics of the four different social actors (attackers, victims, the media and the public), whose interests are in the continuous overlapping and confronting interplay, through which media construct the content and the interpretive strategies of the text. On the selected sample the paper analyzes: (a) the sources from which the media obtains information that they subsequently publish, (b) the representation and value treatment of the actors, (c) the text equipment, and (d) readers' comments.

Key words: character assassination, print media, online media, Serbia

*Rad prijavljen: 25. X 2019.
Rad recenziran: 21. XI 2019.
Rad odobren: 5. XII 2019.*