

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Maja Turnšek

Mentor: red. prof. dr. Slavko Splichal

**VPLIV NACIONALISTIČNEGA REFERENČNEGA OKVIRA
V MNOŽIČNIH MEDIJAH
NA MEDIJSKI ODNOS DO “DRUGIH”**

Diplomsko delo

LJUBLJANA, 2005

ZAHVALA

Zahvaljujem se mentorju red. prof. dr. Slavku Splichalu za potrpežljivost, čas in nikoli krivično kritiko.

Sošolkama in prijateljicama Marjeti Pirnat in Tjaši Pišljar se zahvaljujem za vzorno skupno delo v okviru študentskega projekta *Information Wars in the Balkans since 1991*.

Velika zahvala gre tudi študentom, ki so pomagali kodirati podatke: Maji Bizjak, Nataliji Brumec, Tanji Čermelj, Martini Čiković, Manci Dolenc, Damirju Iliću, Andreji Jagrič, Kristini Jurjevec, Katji Pušnik, Anji Šimenko in Maji Špindler.

Gašperju Adamiču in Martini Bukovec se zahvaljujem za komentarje in vsebinske popravke dela.

Največja zahvala pa gre mojim staršem za neomejeno in brezpogojno podporo.

KAZALO

| | |
|--|-----------|
| 1. Uvod | 5 |
| 2. SFRJ: nekoč bratje, potem drug drugemu "Drugi" | 3 |
| 2.1 Nacionalizem v nekdanji Jugoslaviji, nov pojav ali že dolgo tleča žerjavica? | 6 |
| 2.2 Bratstvo in enotnost..... | 6 |
| 2.3 Vojna | 9 |
| 3. Teoretični del..... | 10 |
| 3.1 Stereotipi in predsodki | 13 |
| 3.2 Kdo je "Drugi"? | 17 |
| – nacionalizem kot referenčni okvir socialne kategorizacije | 17 |
| 3.3 Jugoslovani, Slovenci, Evropejci? | 20 |
| 3.4 "Drugi" – jih nujno sovražimo?..... | 22 |
| 3.5 Spreminjanje odnosa = spreminjanje okvira umeščanja? | 24 |
| 3.6 Odnos do "Drugih" in množični mediji..... | 26 |
| 4. Empirični del | 30 |
| 4.1 Definicija raziskovalnega problema..... | 30 |
| 4.2 Enote..... | 31 |
| 4.3 Raziskovalni model – grafični prikaz..... | 34 |
| 4.4 Definicija spremenljivk in operacionalizacija..... | 35 |
| 4.5 Hipoteze in argumenti | 40 |
| 4.6 Metodologija | 42 |
| 4.7 Rezultati | 44 |
| 4.7.1 Slovenska vojna za osamosvojitvev | 49 |
| 4.7.2 Pokol na sarajevski tržnici..... | 57 |
| 4.7.3 Bombardiranje Beograda..... | 60 |
| 5. Diskusija..... | 63 |
| 6. Sklep | 68 |
| 7. Reference in literatura..... | 69 |

1. UVOD

Prvotni namen diplomske naloge je bil raziskati medijsko konstrukcijo "Drugih". Vendar "Drugi" niso "Drugi" sami po sebi, temveč je njihova "Drugost" odvisna od "Našosti" oz. od referenčnega okvira, v katerega se umeščamo "Mi". Referenčni okviri za konstruiranje skupine "Mi" so različni. Potekajo na osnovi mnogih kriterijev: spol, rasa, vera, razred ipd. Vendar "*gonilna sila večine sodobnih konfliktov je etnična*" (Brogan, 1989 v Banton, 2000: 481). Sodobni svet je svet nacionalnih držav (Billig, 1995: 20). Vojne se bijejo med narodi in narodna pripadnost dandanes deli že ves svet na "Nas" in "Druge".

Referenčni okvir umeščanja v slovenskih nacionalnih medijih ne definira samo, kdo smo "Mi" - Slovenci, temveč predvsem, kdo so "Drugi"- Neslovenci. Ključno vprašanje diplomske naloge je, kako nacionalističnost referenčnega okvira umeščanja v množičnih medijih vpliva na medijski odnos do "Drugih". Z odgovorom na to vprašanje bomo hkrati odgovorili tudi na vprašanje, ali obstaja patriotizem kot pozitiven pojav v medijih ali pa že sama umeščenost medijev v nacionalistični referenčni okvir povzroča negativni odnos do tistih, ki so izven tega okvira. Z drugimi besedami, ali nacionalizem nujno vsebuje negativni odnos do "Drugih" ali pa se ga lahko deli na pozitivni patriotizem in negativni nacionalizem.

Slovenski množični mediji so še posebej primerni za proučevanje referenčnega okvira, saj je identifikacijska matrica Slovencev v zadnjih dveh desetletjih prehajala iz "Mi – Jugoslovani" v "Mi – Slovenci" in "Mi – Evropejci". Hkrati so se s tem spreminjali slovenski "Drugi". Zanima me, zakaj in kdaj so nekoč "*bratje v nekdanji Jugoslaviji*" postali naši "Drugi", "*bitja s pol strešice*" (Kuzmanič, 1999), na račun katerih gradimo lastno večvrednost.

Prvi del diplomske naloge je namenjen zgodovinskemu pregledu dogajanja na ozemlju nekdanje Jugoslavije v osemdesetih in devetdesetih letih. V drugem bom analizirala nacionalizem kot možen referenčni okvir socialne kategorizacije ter poskušala odgovoriti na vprašanje "*Drugi*" – *jih nujno sovražimo?*" Tretji del je namenjen aplikaciji principov socialne kategorizacije na množične medije. V empiričnem delu preverjam hipoteze, izpeljane iz teoretskega modela. Analizirala bom odnos slovenskih tiskanih medijev do narodov nekdanje Jugoslavije pri poročanju o treh vojnih dogodkih: a) vojna za slovensko osamosvojitve (1991), b) pokol na sarajevski tržnici (1994) in c) bombardiranje Beograda (1999).

Rezultate sem pridobila v okviru raziskave *Vpliv vpletenosti v vojno na medijsko konstrukcijo "Drugih"* (Turnšek, Pirnat, Pišljari, 2004), ki je bila opravljena kot del mednarodnega študentskega projekta *Information wars in the Balkans since 1991*. Namen projekta je bila primerjava medijskega poročanja med nacionalnimi tiskanimi mediji narodov nekdanje SFRJ.

2. SFRJ: NEKOČ BRATJE, POTEM DRUG DRUGEMU "DRUGI"

2.1 Nacionalizem v nekdanji Jugoslaviji, nov pojav ali že dolgo tleča žerjavica?

Razpad Socialistične Federativne Republike Jugoslavije (SFRJ) je neločljivo povezan z vprašanjem nacionalizma, predsodkov, sovraštva do "Drugih", iskanja grešnih kozlov, boja za politično dominacijo, propagande in vpliva medijev. Ključno vprašanje, ki bega teoretike vse od osemdesetih naprej, je, zakaj se je v nekdanji enotni Jugoslaviji pojavil tako zastrašujoč pojav nacionalizma, ki je vodil v najgrozovitejše vojno pustošenje in morjenje med nekdanjimi "brati Jugoslavije". Vendar pa je vprašanje postavljeno napačno. Nacionalizem v nekdanji SFRJ se ni "pojaval", temveč je bil kot del socialne identitete prisoten že vse od formiranja narodov nekdanje Jugoslavije (Godina, 1998).

V svoji nalogi obravnavam nacionalizem kot *"občutek ljudstva, da pripadajo enakemu narodu. Vključuje tudi občutke, kot so lojalnost do naroda, ponos v njegovo kulturo in zgodovino in v mnogih primerih tudi željo po narodni neodvisnosti"*¹ (World Book Encyclopedia: vol. 14: 44). Nacionalizem torej razumem predvsem s stališča socialne identitete. Nacionalizem je samodefinitiranje posameznika kot pripadnika nekega naroda, je tisti del socialne njegove identitete, ki izhaja iz njegovega "občutka" oz. dožemanja pripadnosti določenemu narodu. Nacionalizem je torej npr. "slovenstvo", "hrvaštvo", "srbstvo" v identiteti pripadnikov Slovencev, Hrvatov in Srbov. To pa se pri narodnih nekdanje Jugoslavije ni pojavilo šele v osemdesetih, temveč je bilo del samoidentifikacije ljudi že dolgo pred tem. Zagovarjam tezo Vesne V. Godina, da je to, kar se je v osemdesetih letih zgodilo, bila sprememba v okviru umeščanja državljanov SFRJ oz. sprememba v identifikacijski matrici, kot ta pojav imenuje Godina (1998), in ne nek nenaden pojav nacionalizma

2.2 Bratstvo in enotnost

Nekdanja Jugoslavija je vse do svojega razpada v devetdesetih letih veljala za model "uspešno skonstruirane" multinacionalne države. Bila je država, v kateri različni narodi (z redkimi manjšimi izjemami) niso nikoli prišli v konflikt, ki bi lahko porušil ravnovesje te "supranacionalke". Teza Godine je, da pri razpadu nekdanje Jugoslavije ne gre za spremembe v vsebini socialne identifikacije državljanov, temveč za spremembe v statusu oz. formi socialne identifikacije. *"Kar se je zgodilo ob izbruhu radikalnega nacionalizma, je bila sprememba v statusu*

¹Obstaja ogromno definicij nacionalizma in ogromno raziskovalcev, ki so se ukvarjali s tem pojavom. Tako se zdi uporaba definicije iz enciklopedije premalo poglobljena. Vendar sem uporabila najsplošnejšo definicijo, ki ne zajema specifičnega razumevanja nacionalizma glede na avtorja, temveč dopušča razumevanje pojma v najširšem smislu.

nacionalne identifikacije v razmerju do "supranacionalne identifikacije." (Godina, 1998: 410)

Nekdanjo Jugoslavijo je sestavljalo šest republik: Bosna in Hercegovina, Črna Gora, Hrvaška, Makedonija, Slovenija in Srbija ter dve avtonomni pokrajini: Kosovo in Vojvodina, od katerih je imela vsaka svoje specifične historične, jezikovne in kulturne značilnosti. Ločnice med njimi so potekale po različnih kriterijih. Slovenci in Makedonci so imeli svoj jezik, ki je bil različen od skupnega jezika Hrvatov in Srbov, takrat še znan kot srbohrvaščina². Ločnica med Hrvati in Srbi pa je potekala na zgodovinsko-religiozni osnovi, prvi so katoliški narod, drugi pa pravoslavni. Ključnega pomena je, da ne obstaja nek univerzalni kriterij, po katerem bi lahko delili pripadnike teh narodov³ (Godina, 1998: 412) in to je olajševalo izgrajevanje nadnacionalne oz. supranacionalne identitete "*bratstva in enotnosti*".

"*Bratstvo in enotnost*" je bil političen slogan, ki je pomenil enega temeljnih vrednot političnega sistema nekdanje Jugoslavije od konca svetovne vojne pa vse do Titove smrti (1980) ter bil konstantno propagiran prek celotnega političnega, medijskega in izobraževalnega sistema države (Godina 1998, Pavković, 1998). "*Bratstvo in enotnost*" je bila celo ustavna vrednota. Tako je v uvodnem delu Ustave SFRJ iz leta 1963 zapisano, da "*so se narodi Jugoslavije ... v zavesti, da je nadaljnja krepitev njihovega bratstva in enotnosti v njihovem skupnem interesu, združili v zvezno republiko svobodnih in enakopravnih narodov in narodnosti in ustvarili socialistično federativno skupnost delovnih ljudi ...*" (Ustava SFRJ, 1963, uvodni del, temeljna načela I).

Slogan je predstavljal dve pomembni dimenziji. Z "bratstvom" je apeliral na skupno povezavo med jugoslovanskimi narodi v smislu skupnih slovanskih korenin oz. "skupne slovanske krvi"⁴. Z "enotnostjo" je predstavljal združitev kot uresničitev dolgotrajnih zgodovinskih želja in interesov različnih narodov nekdanje Jugoslavije (Godina, 1998: 413).

"*Bratstvo in enotnost*" je funkcioniralo predvsem oz. le po zaslugi Tita in njegovega režima, oz. kot sta se izrazila Duffy in Lindstrom (2002: 74): "*Tito sam je bil lepilo, ki je držalo skupaj krhko federacijo.*" To je bilo še posebej razvidno ob dveh krizah enotnosti federacije. Prva je bil boj za reforme med 1962 in 1965, ko so Srbi in Hrvati zahtevali različne spremembe konstitutivnih elementov federacije. Tito je odgovoril s serijo ekonomskih reform in podelil večjo avtonomijo republikam. Druga kriza je bila v obdobju med 1970 in 1971 na ozemlju Hrvaške, ko je ideja o odcepitvi privrela na površje med hrvaško politično elito. Pričela se je celo mobilizacija dela hrvaškega prebivalstva in 1971 so v Zagrebu izbruhnili protesti študentov. Kriza se je končala, ko je

² Srbohrvaščina se je po razpadu nekdanje Jugoslavije in vojnih konfliktih med Srbijo in Hrvaško spremenila v uradno dva različna jezika, čeprav so razlike med obema majhne.

³ Slednje je lahko tudi dokaz za nacionalizem kot ideologijo, ki vzpostavlja pomenski sistem razlikovanja med ljudmi na osnovi kriterijev, ki pa niso "naravni", temveč so arbitrarni in družbeno skonstruirani.

⁴ Poudarjanje skupnih geneoloških izvorov je ključni element pri izgrajevanju nacionalizma in nacionalne identitete: "*Geneološki miti so najbolj običajna sredstva, s katerimi postanejo dejanske izvirne in sorodstvene vezi strjene s skupinsko identiteto,*" (Giddens, 1981).

Tito dosegel odstop hrvaških voditeljev Komunistične partije⁵ (Duffy, Lindstrom, 2002: 74).

Po Titovi smrti v letu 1980 je Jugoslavija padla v eno najglobljih ekonomskih kriz. Državo so bremenili slabo poslovanje z javnimi podjetji, gromozanski dolg razvitemu zahodu in nezadržna inflacija (Lydall, 1989 v Pavković, 1998: 512). Skupaj z njim je umrlo tudi *"bratstvo in enotnost"*. V letu 1981 so na Kosovem, najrevnejši pokrajini države, katere večinsko prebivalstvo so Albanci, izbruhnili nemiri, ki so bili nasilno zatrti s strani zvezne policije. Zahteve Albancev s Kosova so bile, da Kosovo postane ena izmed socialističnih republik Jugoslavije, in priznanje Albancev kot enega izmed konstitutivnih narodov nekdanje Jugoslavije. Po zatrtju so nemiri na Kosovem tleli še skozi vsa osemdeseta leta (Pavković, 1998: 513).

Tudi ostale republike so počasi pričele pozabljati na ustavno načelo *"bratstva in enotnosti"*. Razlike so pričele postajati pomembnejše od enakosti. Tako je v letu 1985 srbska Akademija znanosti in umetnosti ustanovila komite, sestavljen iz znanih srbskih pisateljev, ekonomistov, filozofov, zgodovinarjev in jezikoslovcev, da sestavijo memorandum, ki bi iskal vzroke in rešitve za trajajočo krizo v Jugoslaviji in bil v končni fazi namenjen za najvišje sile Komunistične partije. Ta vsebuje med drugim tudi poglavje z naslovom *"Status Srbije in srbskega naroda"* v katerem utemeljujejo, da je bil srbski narod vse od 1960 naprej podvržen sistematični ekonomski, socialni in kulturni diskriminaciji s strani uradne Jugoslavije oz. Komunistične partije.

Kot prvotni izvor diskriminacije Srbov so v Memorandumu navedli definicijo srbskega naroda kot "napadalca" s strani Komunistične internacionale. Tako naj bi bilo *"nujno, da se odpravi stigma zgodovinske krivde Srbov"*. Nadalje so zavračali Ustavo iz leta 1974, ker bi naj razdelila Srbski narod med štiri republike in dve pokrajini ter pozivali k *"bolj centralizirani strukturi, kjer bi bilo lažje doseči srbsko nacionalno in kulturno integriteto"* (Pavković, 1998: 513). *"Memorandum zagovarja dva srbska nacionalna cilja: ustanovitev srbske nacionalne države in združitve Srbov v eni državi."* (Pavković, 1998: 514)

V letu 1987 je postal predsednik Komunistične partije Srbije Slobodan Milošević, ki je 1. 1988 pričel z mobilizacijo množic s pomočjo serije velikih masovnih srečanj v Srbiji. Načela, ki so jih zagovarjali na teh srečanjih, so bila podobna, kot so zapisana v Memorandumu:

- a) ustaviti domnevno diskriminacijo Srbov v Jugoslaviji (še posebej na Kosovem),
- b) "reintegrirati" Kosovo in Vojvodino nazaj v Srbijo in
- c) ojačati jugoslovansko federacijo⁶ (Cohen, 1997 v Pavković, 1998: 514).

⁵ V naslednjih nekaj letih je bilo več kot 750 hrvaških voditeljev izključenih iz Partije, zaprtih ali izgnanih. Predstavniki Partije v ostalih republikah so ta dejanja odobraval, češ da so Hrvati ogrožali njihovo geografsko integriteto in ekonomske interese (Duffy, Lindstrom, 2002: 74).

⁶ Aprila 1987 je Komunistična Partija zadolžila takrat še razmeroma neznanega partijskega uradnika Slobodana Miloševića, da konča nasilne proteste Kosovskih Srbov, ki so protestirali proti domnevemu zatiranju Kosovskih Srbov s strani Kosovskih Albancev. Ko pa je Milošević stopil pred protestnike, jih ni poskušal pomiriti, temveč jih je pozdravil z vzklikom: "Nihče vas ne sme več tepsti!" (Popov, 1995 v Duffy, Lindstrom, 2002: 78).

Miloševićev režim je hkrati sprožil veliko medijsko kampanjo v srbskih nacionalnih medijih z namenom delegitimizacije nekdanjega Titovega režima (Pavković, 1998: 514). Takšno delovanje pa ni ostalo brez odgovora v ostalih republikah. Slovenski nacionalni program, ki je nastal kot odgovor srbskemu Memorandumu, je izšel v Novi reviji leta 1987 in kot temeljni cilj postavlja predvsem narodno neodvisnost (Pavković, 1998: 524).

Vse to je vodilo v spor med vladajočimi elitami Komunistične partije nekdanjih Socialističnih republik glede strukture nekdanje Jugoslavije in Miloševićevega namena recentralizacije države. V letu 1998 je Miloševiću uspelo, da se polasti tudi volilnega glasu Kosova in Vojvodine. Do tedaj je Srbija že kontrolirala glas Črne Gore in sedaj je imela štiri glasove od osmih v Predsedstvu Komunistične partije. S tem je imela moč zavračati zahteve in predloge Slovenije in Hrvaške (Duffy, Lindstrom, 2002: 75). Spor je dosegel vrhunec z izhodom slovenskih in hrvaških delegatov s kongresa Komunistične partije Jugoslavije januarja 1990 (Pavković, 1998: 515).

2.3 Vojna

Spomladi leta 1990 so bile v Sloveniji in na Hrvaškem prve večstrankarske volitve, s katerimi so slovenske in hrvaške oblasti želele stabilizirati in ponovno legitimizirati svojo politično bazo. Slovenski oblasti je to uspelo hkrati z zanašanjem na vrednote liberalizma in etničnega nacionalizma (Massey, Hodson, Sekulić, 2003: 61).

Hrvaška pa se za razliko od Slovenije iz previdnosti na začetku še ni oprla na etnični nacionalizem (Massey, Hodson, Sekulić, 2003: 61). Prvi razlog je bil ta, da je imela številčno srbsko manjšino, drugi pa, da so v Komunistični partiji Socialistične Republike Hrvaške nekatera mesta še vedno zasedali posamezniki srbske nacionalnosti. Obdobje pred zmago nacionalistično usmerjene Tudjmanove stranke HDZ, je bilo tako poimenovano kot *"politika hrvaškega molka"* (Cohen, 1995 v Massey, Hodson, Sekulić, 2003: 61). V letu 1990 pa je kmalu po zmagi HDZ, katere politični slogan je bil *"Odločimo sami o svoji usodi!"* (Duffy, Lindstrom 2002: 79), nova vlada sestavila amandmaje k ustavi Socialistične Republike Hrvaške, v katerih definira *"Hrvaško kot suvereno državo hrvaškega naroda"*. Vse ostale narodnosti na hrvaškem ozemlju so bile obravnavane kot manjšine. Najbolj ogorčeni so bili Srbi, ki so sestavljali 12% hrvaškega prebivalstva (Tanner 1997 v Massey, Hodson, Sekulić, 2003: 61)⁷.

⁷ Tudjman in Milošević sta delovala "simbiotsko". Z odstavitvijo Srbov na Hrvaškem iz njihovih uradnih položajev in s prepovedjo uporabe cirilice, je Tudjman pripravil Srbe na Hrvaškem, da sprejmejo Miloševićevo politiko krize in strahu. Miloševiću je šlo na roko tudi Tudjmanovo spreminjanje hrvaških državnih simbolov v tiste, ki jih je Hrvaška uporabljala med 2. svetovno vojno za časa kvizlinške nacistične države in genocida proti Srbom na Hrvaškem (Duffy, Lindstrom, 2002: 79).

Kriza na Hrvaškem se je pričela, ko je v poletju leta 1990 samoimenovan Srbski narodni svet iz regij, kjer je bila večina prebivalstva srbskega (Krajina) in ga je podpirala Jugoslovanska narodna armada (ki so jo vodili centri iz Srbije), oznanil *"Deklaracijo o suverenosti in avtonomnosti srbskega ljudstva"* (Massey, Hodson, Sekulić, 2003: 61).

Nesoglasja med političnimi elitami so kulminirala v sklic nacionalnih referendumov o samostojnosti v Sloveniji in na Hrvaškem. Izid referendumov decembra 1990 v Sloveniji je bila skoraj soglasna zahteva Slovencev za samostojno Republiko Slovenijo (Prunk, 1994: 78). 25. 6. 1991 sta Slovenija in Hrvaška razglasili samostojnost.

In sledila je vojna. Najprej desetdnevna vojna za osamosvojitve Slovenije od 25. 6. 1991 do 5. 7. 1991 med enotami Republike Slovenije in enotami takrat še zvezne vojske Jugoslovanske narodne armade (JNA). V primeru Slovenije je bila "agresor" še JNA, katere enote so bile odposlane na ozemlje Slovenije z namenom "zavarovati državne meje". Uprla se ji je slovenska Teritorialna obramba. Evropa, ki jo je nasilje v neposredni bližini šokiralo, je zagrozila z ekonomskimi in političnimi sankcijami, če se JNA ne umakne iz ozemlja Slovenije. Morda zaradi teh groženj ali pa zaradi srbskega pomanjkanja interesov, da bi zadržali etnično homogeno Slovenijo v *"jugoslovanski orbiti Velike Srbije"*, v vsakem primeru je imel vojaški poseg na ozemlju Slovenije previsoko ceno in JNA se je umaknila (Duffy, Lindstrom 2002: 75). Hrvaška ni imela te sreče.

Septembra 1991 je sledila vojna na Hrvaškem med hrvaškimi enotami in enotami Srbskega narodnega sveta iz Krajine (na Hrvaškem), ki ga je podpirala najprej JNA in kasneje srbske enote, ki so postale njen "dedič" (Massey, Hodson, Sekulić, 2003: 61). Ta vojna je trajala vse do leta 1995.

Svet je vse do vojne podpiral združeno Jugoslavijo in je nasprotoval separatističnim načrtom Slovenije in Hrvaške. Vendar se je po razglasitvi samostojnosti in prvih nasilnih (re)akcijah svetovno mnenje obrnilo. Prva, ki je priznala samostojnost obeh republik je bila Zvezna Republika Nemčija. Tako je na srečanju Evropske komisije 29. 6. 1991 nemški kancler Helmut Kohl stopil na stran Slovenije proti Beogradu, ko je izjavil: *"Enotnost Jugoslavije ne more biti ohranjena z vojno silo."* (Caplan, 2002: 159) Takratni nemški zunanji minister Hans Genscher pa je menil, da *"Jugoslavija obstaja samo še na papirju"* in obsodil Jugoslovansko narodno armado (Liball 1997 v Caplan 2002: 159).

Vojna se je nadaljevala v Bosni in Hercegovini, kjer je trajala od aprila 1992 do podpisa Daytonskega sporazuma novembra 1995. Za razliko od ostalih republik, Bosna in Hercegovina ni imela enega naroda, ki bi prevladoval, oz. bosanstva kot nacionalnosti ni bilo.

"Čeprav je Komunistična partija po 1945 zavrnila hrvaške in srbske zahteve po bosanskem ozemlju in ustanovila ločeno Socialistično Republiko Bosne in Hercegovine, pa

je sprejela splošno sporočilo, da bosanska nacija kot taka ne obstaja. Notranjo razdelitev ozemlja je zaključila s podelitvijo bosanskim Muslimanom status ločene nacije. Tako so se pojavile tri ločene politične skupnosti namesto izvorne ene in grozilo je, da se Bosno opredeli le kot geografski koncept." (Magaš, 2003: 19)

Ko je za Slovenijo in Hrvaško tudi Bosna in Hercegovina v letu 1992 razglasila samostojnost, je Miloševićev režim to interpretiral kot dejanje upora in "ukrepal" (Magaš, 2003: 22). Tako se je pričela vojna treh. Najprej so se bosanski Hrvati in bosanski Muslimani kot zavezniki borili proti bosanskim Srbom, ki jih je podpirala Srbija z nekdanjo vojsko JNA. V začetku leta 1993 je vojna dosegla vrhunec. Še pred kratkim zavezniki proti Srbom, so se bosanski Srbi in bosanski Muslimani pričeli bojevati tudi med sabo (Malešević, Uzelac, 1997: 294). In pričelo se je obleganje Sarajeva. Pobje 68 civilistov na sarajevski tržnici 5. februarja 1994, ko so v dolgi vrsti čakali na kruh in je priletela granata (za katero še danes niso dokazali, katera stran jo je vrgla), je bil le eden izmed dogodkov dolgotrajne morije (obleganje Sarajeva je trajalo 22 mesecev), vendar pa eden izmed medijsko najbolj odmevnih. Bil je zadnja kapljica čez rob, ko se je mednarodna skupnost morala odločiti o intervenciji. NATO je podal ultimatum srbski strani, ki je oblegala mesto, da se mora umakniti v desetih dneh. Srbska stran se je (za nekaj časa) umaknila.

Daytonski sporazum je pomenil uradni zaključek vojne (vsaj kar zadeva razmerje med Hrvati, Srbi in Bosanskimi Muslimani). Novembra 1995 so se predstavniki vseh treh vpletenih strani srečali v ameriški zračni bazi Dayton v Ohiu, ZDA. Po desetih dneh intenzivnega pogajanja so se sporazumeli o Daytonskih mirovnih sporazumih. Mednarodna vojaška sila IFOR je bila poslana na ozemlje Bosne in Hercegovine z namenom vzdrževanja mirnega stanja (Duffy, Lindstrom, 2002: 80).

V Jugoslaviji, "naslednici" nekdanje SFRJ, so ostale: Srbija, Črna Gora, Kosovo in Vojvodina pod Miloševićevim režimom. "Velika Srbija" je stala na trhlih nogah. Tudi znotraj te državne tvorbe so se pojavile zahteve po odcepitvi. Črna Gora je sklicala dva neuspela referendumata o osamosvojitvi. Albansko večinsko prebivalstvo na Kosovu pa je zahtevalo svojo državo. Vendar pa je Kosovo v srbskih političnih sloganih ostalo "zibelka srbstva", ki se ji niso nameravali odreči. Milošević je zavrnil Rambouilletove dogovore februarja 1999. NATO je odgovoril z bombardiranjem Jugoslavije (Duffy, Lindstrom, 2002: 87).

Srbska stran je dobila novega "Drugega" – "sovražnika z Zahoda": NATO. Junija 1999 so se Srbske enote umaknile iz Kosova. In leta 2000 je bilo konec Miloševićevega režima. Odstavilo ga je srbsko ljudstvo samo.

Vzroki za vojno se gibljejo od ekonomskih⁸ do političnih in psiholoških⁹. V slovenskem učbeniku za študente Zgodovine je pod poglavjem *Zakaj iz Jugoslavije?* zapisano:

"Na razvezo z Jugoslavijo je odločilno vplivala različnost pogledov na:

- a) Jugoslavijo (ali zveza samostojnih držav ali unificirana država, ki naj bi sčasoma z oblikovanjem jugoslovanskega naroda postala enonacionalna);*
- b) družbeno ureditev (ali demokratični večstrankarski parlamentarni sistem ali ohranjanje dominacije ene partije z ustavno zagotovljenimi privilegiji);*
- c) ekonomsko ureditev (ali uvedba tržnih zakonitosti in pluralizma lastnin ali ohranjanje neučinkovitega formalno samoupravnega, v resnici pa državno dirigiranega gospodarstva z nedefinirano družbeno lastnino)¹⁰ (Nećak, Repe, 2003: 320, poudarki dodani).*

Vsekakor so vzroki za vojno prekompleksni, da bi jih lahko poiskali v okviru ene diplomske naloge. V nadaljevanju se bom posvetila le psihološkim mehanizmom predsodkov in stereotipov, ki ležijo za večino morij in konfliktov, ter možni vlogi medijev pri njihovem proizvajanju. Zanimali me bodo predsodki in stereotipi kot psihološki mehanizmi posameznika, ki imajo svoje korenine v socialnem okolju v katerem igrajo množični mediji v sodobni družbi ključno vlogo.

Pri razpadu SFRJ so bili mediji ključni. Uporabljeni so bili predvsem kot orodje političnih elit z namenom mobilizacije ljudstva in vzpostavitve *"solidarnosti s skupnostjo"* oz. "Nami". Tako je npr. 1991 hrvaška vlada izdala odlok, da morajo govorniki na televiziji govoriti o Srbih le kot o "srbskih teroristih", "banditih", "četnikih" in "srbskih agresorjih". Podatki o žrtvah na hrvaški strani pa morajo biti opremljeni z besednimi zvezami, kot so: "dali so svoje življenje za domovino" ali "padli za svobodo Hrvaške" (Uzelak, 1998 v Duffy, Lindstrom 2002: 79).

V nadaljevanju se bom posvetila iskanju osnovnega psihološkega mehanizma, ki je razdelil "Nas Jugoslovane" v "Nas Slovence" in "Njih - narode nekdanje Jugoslavije". Pri tem me bo zanimalo delovanje mehanizma socialne kategorizacije v medijskem poročanju o "Nas" in "Drugih" ter njegov vpliv na medijsko konstrukcijo "Drugih".

⁸ Neenakomerna ekonomska razvitost je pogosto navajana kot eden izmed ključnih razlogov. Za podrobnejše razumevanje ekonomskih razlogov za razpad Jugoslavije priporočam *Ekonomski vidiki delovanja in razpada Jugoslavije* Nevena Boraka (2002).

⁹ Hkrati z zavedanjem, da je skoraj nemogoče najti "objektivne" vzroke, ki bi jih sprejeli vsi, na kar opozori Borak: *"Tako kot ne obstajata za vse narode sprejemljiva splošna in politična zgodovina Jugoslavije, ne obstaja niti vsem sprejemljiva gospodarska zgodovina Jugoslavije"* (Borak, 2002: 12).

¹⁰ Glede na to, da gre za slovenski učbenik, ni težko ugotoviti, kateri pogledi so bili slovenski (saj so napisani na prvem mestu in z očitno pozitivnim odnosom v nasprotju z ostalimi pogledi).

3. TEORETIČNI DEL

3.1 Stereotipi in predsodki

Pri razlagi družbenih pojavov, kot so predsodki in stereotipi, je treba gledati na ta pojav holistično, to pomeni iz vseh zornih kotov, v katerih lahko vidimo tako družbo v celoti kot posameznike in odnose med njimi. Vendar pa je treba vsakič, preden se pričnemo ukvarjati z vzroki in razlagami nekih pojavov, te pojave najprej definirati: "**Stereotipi** so poenostavljene, posplošene kognitivne sodbe o drugih ljudeh, socialnih situacijah, nas samih. **Predsodek** je stališče, ki ni upravičeno, argumentirano in preverjeno, a ga spremljajo intenzivna čustva. Poleg kognitivne komponente vsebuje še močno čustveno-evaluativno in konativno dinamično komponento," (Ule, 2004: 202-203).

Skupaj z razvojem družbenih ved in delitvijo preučevanja družbenih pojavov na psihologijo, sociologijo ter dandanes še na komunikologijo, politologijo, ženske študije ipd. so se razdeljevali tudi zorni koti, iz katerih se je gledalo na družbene pojave. Tako so se v preteklosti razvile različne teorije razlag predsodkov in stereotipov, ki bi jih preprosto lahko razdelili v tri skupine. V prvi so tiste razlage, ki iščejo vzroke v posamezniku oz. njegovih individualnih lastnostih. Druga vrsta razlag že išče vzroke širše – v skupinski strukturi in medosebnih ter medskupinskih odnosih. Tretja vrsta razlag pa pripisuje vzroke za obstoj predsodkov in stereotipov sami strukturi družbe. Zagovarjam tezo, da noben izmed zornih kotov ni absolutno pravilen, temveč je treba na isti pojav gledati iz vseh treh zornih kotov, saj noben družbeni pojav ne obstaja izključno samo v enem izmed teh treh polij, sploh pa ne predsodki in stereotipi. Vzroki za predsodke in stereotipe ne ležijo le v posameznikih in njihovem odklonskem vedenju, temveč so pogosto podpirani in celo razviti s strani političnega sistema družbe, boja za oblast znotraj različnih hegemonij in iskanja grešnih kozlov v družbenem sistemu.

Individualistične razlage, tj. tiste, ki iščejo razloge za pojav predsodkov in stereotipov v posamezniku, so hkrati tudi tiste, ki so se zgodovinsko gledano razvile prve. Prvotne razlage, kamor štejemo tudi delo začetnika preučevanja stereotipov Lippmana (1999), je Billig (1987) duhovito označil s frazo "*glava je majhna, a svet velik*". Sem spadajo razlage, ki pojav stereotipov pripisujejo univerzalni kognitivni nesposobnosti ljudi, da bi zaznali in natančno določili vse pojave v svetu. Stereotipi so tako normalen rezultat poenostavljanja, ki nam pripomore pri razumevanju sveta ter kognitivnem obvladovanju njegove kompleksnosti (Allport, 1954 v Oakes et. All, 1994: 30, Bodenhausen, 1998, Hamilton, Guilford, 1998, tudi Brown, 1995, 1998).

V to skupino, lahko štejemo tudi Adorna (1998), ki razloge za obstoj predsodkov vidi v specifičnih lastnostih t. i. *"avtoritarne osebnosti"*. Sem spadajo tudi razlage, ki se naslanjajo na psihoanalizo in vidijo vzroke za razvoj predsodkov v vzgoji posameznika (Mitscherlich, 1975, Young-Bruehl, 1996). Kasneje so se razvile tudi teorije socialne dominanc, ki obstoj stereotipov in predsodkov pripisujejo posameznikovi stopnji preferiranja neenakosti med družbenimi skupinami (Pratto, 1999, Pratto et al. 1998).

Tudi Musek (1997: 18) se, ko določa funkcije stereotipov in predsodkov, osredotoči predvsem na posameznika. Funkcije stereotipov po Museku so: a) funkcija kognitivne regulacije, b) povečevanja lastnega ega, c) pripisovanja, č) projekcije, d) kanalizacije agresivnosti ter e) zmanjševanja strahu in negotovosti (Musek, 1997: 18).

Med tovrstne razlage pa lahko končno štejemo tudi teorijo socialne identitete, ki jo je razvil Tajfel (1979 v Oakes, Haslam in Turner, 1994) in na katero se bomo večinoma osredotočili v nadaljevanju. Pri tej teoriji je bistvenega pomena socialna kategorizacija posameznika na lastno in druge skupine. Pri tem posameznik teži k pozitivni samoidentiteti ter posledično vrednoti lastno skupino bolj pozitivno kot tujo, kar je osnova za razvoj predsodkov. Na tej točki je nujno, da poudarimo, da Tajfel (1979 v Oakes, Haslam in Turner, 1994) ni pripisoval obstoja predsodkov le *"univerzalnim psihološkim zakonom"* socialne identitete, temveč je priznaval razloge za njihov obstoj tudi širši družbeni strukturi, kar je razvidno iz njegovih petih funkcij stereotipov, od katerih sta prvi dve na nivoju posameznika: a) kognitivna funkcija sistematizacije in poenostavljanja okolja ter b) motivacijska funkcija predstavljanja in ohranjanja družbenih vrednot. Ostale tri funkcije stereotipov pa se nanašajo na skupinski nivo: c) razlaga sveta s pomočjo kreiranja skupinskih prepričanj, d) upravičevanje skupinskega delovanja ter e) kreiranje in vzdrževanje pozitivnega medskupinskega razlikovanja (Tajfel, 1981 v Oakes, Haslam in Turner, 1994: 85).

Za naše nadaljnje delo je najpomembnejša zadnja funkcija: kreiranje in vzdrževanje pozitivnega medskupinskega razlikovanja med našo in drugo skupino oz. vzpostavljanje pozitivne razlike. *"Z vzpostavljanjem pozitivne razlike si umetno zvišamo vrednost lastne skupine in posredno tudi lastno samopodobo."* (Ule, 2004: 373)

Naslednja velika skupina razlag predsodkov in stereotipov se osredotoča na skupine in odnose med njimi. Sem bi lahko prištevali že Katzovo in Braleyjevo (1933 v Oakes, Haslam in Turner, 1994: 3) pojmovanje stereotipov, kjer ti niso več samo "lastnina" posameznikov, temveč so že *"javne fikcije"*.

Teorijo socialne kategorizacije, ki so jo razvili Oakes, Haslam in Turner (1994) in na katero se bomo nanašali v nadaljevanju, bi lahko postavili nekje vmes med prvotne teorije, ki iščejo vzroke za predsodke in stereotipe v posamezniku, in drugotne, ki že priznavajo moč širšega družbenega

konteksta. Teorija socialne kategorizacije se je namreč razvila iz Tajflove teorije socialne identitete ter jo nadgradila z upoštevanjem konteksta medskupinskih odnosov.

Njeno bistvo je, da posamezniki tako kot pri teoriji socialne identitete uvrščajo same sebe v lastno skupino ter priznavajo obstoj drugih družbenih skupin. Pomemben dodatek pa je, da to samouvrščanje ni fiksno, vedno vezano na isti nivo, temveč lahko prehajamo iz višjih nivojev na nižje oz. preskakujemo iz enega načina kategorizacije na drugega. Tako lahko na določeni točki vidimo sebe kot npr. Štajerca, kasneje kot Slovenca in za tem celo kot Evropejca ali svetovljana. Lahko pa tudi nase gledamo kot na žensko, belko, Slovenko, mladostnico itd.

Od tega, kako se v določenem trenutku samozaznavamo, je odvisno tudi, kdo bo v tem trenutku naš "Drugi", pripadnik druge družbene skupine. Sam zorni kot zaznavanja oz. samouvrščanja pa je po tej teoriji odvisen od konteksta situacije.

Druga pomembna teorija, ki bi jo lahko uvrstili v to skupino, je Sherifova (1966 v Hecht, 1998: 5) teorija realističnega konflikta. Sherif je z vrsto eksperimentov dokazoval, da so predsodki do drugih družbenih skupin odvisni od kvalitete odnosa med skupinami in da v situacijah, kjer obstaja konflikt med skupinami, te težijo k medsebojnemu negativnemu vrednotenju in obratno v situacijah kooperacije.

Nadaljnja pomembna skupina teorij so frustracijske teorije in teorije iskanja grešnih kozlov (predvsem Sears in Dollard, 1939 v Oakes, Haslam in Turner, 1994: 25). Na tej točki se bomo ustavili pri razlagi predsodkov in stereotipov, kot jo ponuja Bar-Tal (1990 v Baldwin, 1998: 38-40).

Bar-Tal je razvil dva modela, glede na katera se razvijajo predsodki in konflikti med družbenimi skupinami. Prvi model se imenuje *konfliktni* in se nanaša na situacije, ko morajo družbene skupine tekmovali med seboj za določene resurse, ki pa so omejeni. Zato skupine razvijejo negativni odnos in negativno medsebojno vrednotenje, da bi upravičile svoje negativno delovanje, usmerjeno proti drugi skupini. Po drugem, *etnocentričnem* modelu, se predsodki razvijejo, ko ena izmed skupin postavlja lastno vrednost visoko nad drugimi ter negativno vrednoti ostale družbene skupine, kar pa ni nujno posledica tekmovalnih situacij. Ta dva modela sta pomembna za našo nadaljnjo analizo, ker sta nadgradnja teorije socialne identitete in teorije socialne kategorizacije, saj preneseta mehanizme razvoja stereotipov in predsodkov na širši nivo družbenih skupin.

Tretja, najširša skupina razlag stereotipov in predsodkov, pa išče razloge za njihov obstoj v sami družbeni strukturi. Ključna pojma pri teh teorijah sta moč in ideologija oz. boj za družbeno moč in nadoblast različnih družbenih skupin z namenom vzpostavitve dominantne ideologije. Sem spadajo teorije, ki so kakorkoli povezane z marksizmom, kamor prištevamo tudi Frankfurtsko šolo, Foucaultovo teorijo diskurza, Gramscijeve hegemonije ter sodobne kulturne študije (Hall, 1997) in

teorije diskurza (Van Dijk, 2000, Cottle, 2000, Fiske 2000, tudi slovenski avtorji, kot sta Bašič, 1994, Erjavec, 2001).

Za teoretike *medijskih in komunikacijskih študij* sta pomembna predvsem zadnja dva teoretska pristopa, vsaj kar zadeva vlogo medijev pri razvoju ter vzpostavljanju stereotipov in predsodkov. Baldwin (1998: 46 - 55) imenuje te teorije kot "*osredotočene na besedilo*", saj se ukvarjajo predvsem z različnimi teksti, ki izražajo družbena stanja. Dajejo tudi velik poudarek jeziku in njegovi uporabi v vsakodnevnih praksah in medijih pri razlaganju stereotipov in predsodkov. Njihov ključni namen je preučevanje mehanizmov s katerimi se ideologije, ki vzpostavljajo stereotipe in predsodke, naturalizirajo oz. zasidrajo kot samoumevne razlage sveta.

Po Hallu (1986 v Baldwin, 1998: 50) je za ideologije značilno, da so predvsem:

- a) družbene, kar pomeni, da so predsodki in stereotipi, ki jih uvajajo, prisotni ne samo na individualnem, ampak tudi in predvsem na nivoju celotne družbe;
- b) z njimi različne družbene skupine stremijo k posedovanju družbene moči;
- c) so propagirane prek različnih ideoloških sistemov (npr. medijski, šolski, verski, ekonomski itd.).

Sklenemo lahko, da je možno razlage za stereotipe in predsodke iskati na različnih nivojih družbe, odvisno od našega lastnega področja zanimanja. Vendar pa ko spreminjamo zorni kot, ne smemo nikoli pozabiti, da gledamo ves čas isti pojav. Nikoli torej ne smemo opazovati drevesa ne da bi videli, da je to drevo le majčken del gozda ali pa gozda, kjer bi pozabili, da je sestavljen iz posameznih dreves.

V nadaljevanju bomo skušali gledati na stereotipe in predsodke iz vseh treh zornih kotov. Na nivoju posameznika bomo dali prednost Tajfelovi teoriji socialne identitete, ki jo bomo na nivoju družbenih skupin in odnosov med njimi nadaljevali s teorijo socialne kategorizacije (Oakes, Haslam, Turner, 1994) ter jo na koncu povezali s teorijami ideologije nacionalizma (Billig, 1995, Anderson, 1998). Vse z namenom kasnejšega boljšega razumevanja stereotipov in predsodkov na nivoju celotne družbene strukture in vloge, kot jo lahko imajo mediji pri vzpostavljanju stereotipov in predsodkov v družbi.

3.2 Kdo je "Drugi"?

– nacionalizem kot referenčni okvir socialne kategorizacije

Ključno vprašanje, ki si ga bomo zastavili v tem poglavju, je *"Kdo je 'Drugi'?"*¹¹ Pri iskanju odgovora na to vprašanje zagovarjam tezo v skladu s teorijo socialne kategorizacije, da je identiteta "Drugih" vedno odvisna od lastnega nivoja kategorizacije oz. okvira umeščanja, iz katerega definiramo, kdo smo *"Mi"*, slednje pa je spremenljivo in odvisno od konteksta situacije. Pri tem se bom osredotočila na nacionalizem in ga definirala kot enega izmed ključnih referenčnih okvirov v sodobni družbi iz katerega se samodefinirajo tako posamezniki kot institucije. Kot tak je nacionalizem tudi izjemnega pomena pri medijski konstrukciji "Drugih", saj mediji navadno nagovarjajo "Nas", tj. bralce in novinarje, kot pripadnike iste nacionalnosti in so posledično "Drugi" tisti, ki so *"druge nacionalnosti"* (Billig, 1996).

Po Tajfelu (1979 v Bernd, Brown, 1998: 327) je socialna identiteta *"tisti del posameznikovega sebe, ki izhaja iz njegovega znanja o njegovi pripadnosti družbeni skupini (ali skupinam) skupaj z vrednostnimi sodbami in emocionalno pomembnostjo, ki jo posameznik pripisuje tej pripadnosti"*. Tudi Tajfel sprejema stereotipe kot posledico kognitivnega procesa kategorizacije, s pomočjo katerega osmišljamo svet in *"vzpostavljamo red v skoraj neskončni kompleksnosti sveta"* (Tajfel v Oakes, Haslam in Turner, 1994: 34). Ključnega pomena je pri tem socialna kategorizacija, s pomočjo katere kategoriziramo družbene subjekte. Glavni namen socialne kategorizacije je osmišljanje lastne identitete oz. definiranja *"kdo sem jaz"* v nasprotju s tem *"kdo nisem"* oz. *"kdo so drugi"*. Socialna identiteta posameznika tako pomeni njegovo zaznavanje kategorij družbenih skupin in njegovo lastno (ne)umeščenost v te skupine. Na tej točki teorije socialne identitete pa so nadaljevali Oakes, Haslam in Turner (1994) s teorijo socialne kategorizacije.

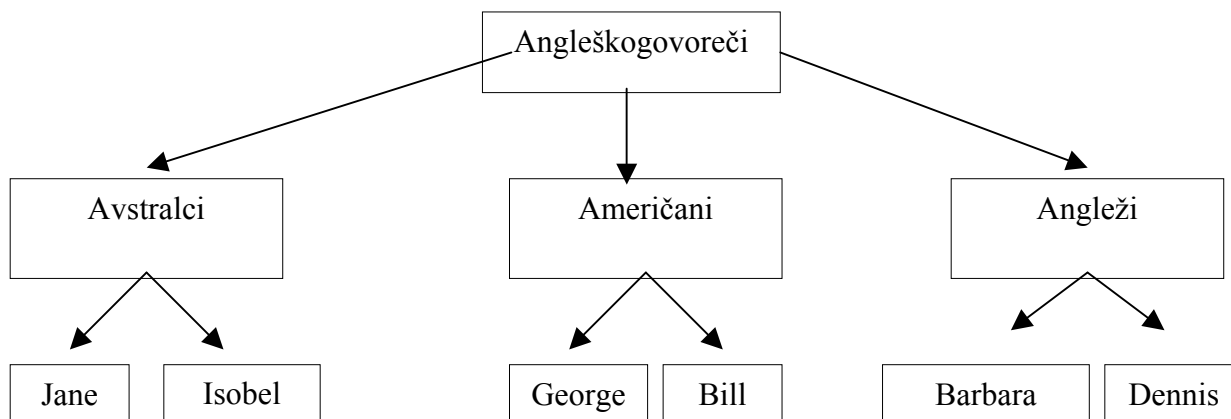
Ključna teza teorije socialne kategorizacije je, da lahko socialna kategorizacija poteka na več nivojih abstrakcije. Oakes, Haslam in Turner (1994) ločijo 3 nivoje abstrakcije: medosebnega, medskupinskega in medvrstnega.

Prav tako, kot lahko npr. brezo in hrast definiramo kot drevesi, to pa skupaj z grmovjem in cvetjem v širšo kategorijo vegetacije, lahko kategoriziramo tudi posameznike v kategorije družbenih skupin na različnih nivojih abstrakcije. Pričnemo lahko pri enem posamezniku, npr. Jane, ki jo skupaj z Isobel uvrstimo med Avstralce, te pa skupaj s kategorijami Američanov in Angležev

¹¹ "Drugi", "Mi", "Nas", "Njih" ipd. zapisujem z veliko začetnico, saj jih obravnavam kot lastna imena, ki so ekvivalentna imenom kot so Slovenci, Neslovenci, Hrvati, Srbi, Albanci ipd. *"Neslovenec – tisti, ki ni Slovenec"* (Slovar slovenskega knjižnega jezika).

v kategorijo angleškogovorečih. Najlažje je socialna kategorizacija ponazorjena s shemo (Oakes, Haslam, Turner, 1994: 97):

Shema 1: Socialna kategorizacija in spreminjanje okvira umeščanja (vir: Oakes, Haslam, Turner, 1994: 97):



Skupna socialna identiteta je po Oakesu, Haslamu in Turnerju (1994: 144) odvisna od treh faktorjev:

1. širine referenčnega okvira umeščanja;
2. pozicije opazovalca oz. stereotipizerja ter
3. pozicije opazovanega oz. stereotipiziranega.

Bistvo teorije socialne kategorizacije je, da se lahko referenčni okvir umeščanja socialne identitete oži in širi in torej lahko posameznikova socialna identiteta zajema ožji ali širši krog ljudi. Tako sta lahko dva posameznika v določenem trenutku oba del skupine "Mi" ali pa sta vsak na svojem polu in sta si "drug drugemu Drugi", odvisno od širine referenčnega okvira umeščanja iz katerega se percipirata.

Možne referenčne okvire definira Mirjana Ule (1999: 299) z besedami: "Osnovne niti, ki napenjajo tkivo predsodkov, so že dolgo znane: spol, etnična in rasna pripadnost, religija, družbeni status."¹² Pripadnost družbeni skupini se torej lahko gradi na velikem številu kriterijev in skupaj z njimi referenčni okvir umeščanja "Nas" in "Drugih". In kateri je tisti ključni okvir umeščanja, zaradi katerega obstaja toliko konfliktov v sodobnem svetu?

Analiza 92 oboroženih spopadov med leti 1945 in 1989 je pokazala, da "je gonilna sila večine sodobnih konfliktov etnična" (Brogan, 1989 v Banton, 2000: 481). Sodobni svet je svet nacionalnih držav (Billig, 1995: 20). "Ta svet – "naš" svet – je prostor, kjer imajo nacije svoje uradne vojske, policijo in rablje; kjer so meje natančno zarisane in kjer državljani, še posebej

¹² Osebnost bi dodala še starost, saj je vedno več opažanja predsodkov do starejših ljudi, in celo debelost, saj so v zahodnih družbah ljudje s prekomerno telesno težo vedno bolj pogosto žrtve subtilnih diskriminacij.

moški državljani, lahko pričakujejo vpoklic, da ubijajo in umrejo v obrambo nacionalnih meja." (Billig, 1995:20)

V tej točki razlage stereotipov in predsodkov se pa že gibljemo od individualističnih razlag predsodkov prek razlag odnosov med družbenimi skupinami do razlag ideologije. Okvir umeščanja nacionalizma namreč ni nič drugega kot ideologija, ki je povrhu vsega še dominantna v našem "sodobnem svetu".

Billig celo govori o nacionalizmu kot o najuspešnejši ideologiji v zgodovini človeštva: *"Liberalizem in marksizem sta bila teritorialno omejena, prav tako kot krščanstvo ali islam. Sistem nacionalnih držav presega teritorialni vakuum; vsak prostor mora biti nanizan za uradne meje nacionalnih držav."* (Billig, 1995: 22) V svojem delu *Banalni nacionalizem* Billig (1995) utemeljuje nacionalizem kot sodobno ideologijo, ki se po vsem svetu uveljavlja ne samo ob kritičnih trenutkih nacionalnih konfliktov, temveč se dolgoročno vzpostavlja ob vsakodnevnih neopaznih praksah¹³.

Zanimivo vprašanje, ki se nam pri tem postavi, je, zakaj je nacionalizem ideologija? Zakaj smo takrat, ko izjavljamo, da smo Slovenci, Hrvati, Srbi, Angleži, Nemci itd. v referenčnem okviru umeščanja, ki je ideološki?

Kaj je nacionalizem? *"Nacionalizem je občutek ljudstva, da pripadajo enakemu narodu. Vključuje tudi občutke, kot so lojalnost do naroda, ponos v njegovo kulturo in zgodovino in v mnogih primerih tudi željo po narodni neodvisnosti."* (World Book Encyclopedia: vol. 14: 44)

In kaj je ideologija? Ideologija je razumljena kot pomenski sistem, ki je dosegel dominantno hegemonističen položaj v družbi (Tolson, 1996: 154). Ideologija je naturalizacija kulturnega oz. z drugimi besedami, z ideologijo kulturne in zgodovinske vrednote, stališča in prepričanja delujejo kot povsem naravna in očitna. Ta funkcija vzpostavljanja nekega pomenskega sistema kot naravnega in zdravorazumskega se po Barthesu (1972) imenuje naturalizacija. In nacionalizem je pomenski sistem, ki vzpostavlja delitev sveta in ljudi glede na nekatere karakteristike, ki se zdravorazumsko zdijo same po sebi umevne, kot recimo jezik, geografsko področje, rasa ali vera. Vendar pa Billig (1995) dokazuje, da noben izmed teh kriterijev ni naraven oz. samoumeven. Celotni jezik kot najpogostejši konstitutivni element nacije ni samoumeven. Bilig na primeru Francije pokaže, kako se je hkrati z razvojem nacionalne centralizirane države razvijal tudi uradni francoski jezik, ki pa je bil večini prebivalcem obrobja vsiljen in je imel le malo podobnosti z njihovo dotedanjo govorico. Podoben dokaz so države, kjer imajo več uradnih jezikov¹⁴.

¹³ Ena izmed tovrstnih praks, še posebej pomembna za analizo vloge množičnih medijev pri vzpostavljanju stereotipov in predsodkov, je tako nagovarjanje bralcev oz. gledalcev kot "Nas" - pripadnikov določene nacionalnosti.

¹⁴ Najboljši dokaz za družbeno skonstruiranost jezika je možno najti v nastanku hrvaškega in srbskega jezika kot ločeni entiteti po koncu devetdesetih let, čeprav sta bila ta jezika v preteklosti obravnavana kot ena in enotna srbohrvaščina le s pokrajinskimi in narečnimi razlikami. Tema dvema jezikoma se je v Bosni pridružil še tretji "jezik"

O tem, da nacija ne obstaja sama po sebi - v naravi, govori tudi že Anderson (1998), ko definira narod kot zamišljeno skupnost. Podobno tezo zagovarja Tajfel (1969, v Billig, 1995: 66) s svojo trditvijo, da bo narod obstajal *"le takrat, ko bo neka skupina ljudi verjela v to, da predstavljajo narod"*.

Teorija socialne kategorizacije (Oakes, Haslam in Turner, 1994: 112) priznava dve vrsti dejavnikov, ki determinirajo način naše kategorizacije. Prvi faktorji so intelektualni, ki so npr. pod vplivom družbenih norm in prepričanj, drugi so ekološki in so zunanji - objektivno, "naravno" lastni objektom kategorizacije.

Vidimo torej, da nacionalizma kot referenčnega okvira umeščanja za socialno kategorizacijo ne smemo jemati kot naravnega in očitnega. V tem primeru bi tudi sami podlegli naturalizaciji nacionalizma. Vendar pa to ne pomeni, da smo nacionalizem zavrnil in da trdimo, da če ni naraven, potem sploh ne obstaja. Spada pod t. i. intelektualne dejavnike socialne kategorizacije. Resničen je v glavah ljudi oz. pri njihovi socialni kategorizaciji. To je razvidno tudi v tem, da dandanes skoraj več ne bi mogli najti vasice, kjer vaščani ne bi vedeli, "kdo so" oz. katera je njihova nacionalnost¹⁵. Billig (1995: 77) meni, da mogoče Andersonov pojem zamišljenih skupnosti ni več najbolj primeren. Za sodobno ureditev sveta je značilno, da je njihovo ne-obstajanje postalo "ne-zamisljivo".

3.3 Jugoslovani, Slovenci, Evropejci?

Razmerje "Mi" – "Drugi" razloži socialne in psihološke mehanizme, po katerih poteka socialna kategorizacija, in z njo, kot bomo kasneje videli, tudi odnos med "Nami" in "Drugimi". Vendar pa si že Connor zastavi vprašanje, ki je potrebno poglobljenega razmisleka:

"Pisci o nacionalizmu ponavadi poudarjajo, da etnonacionalna zavest temelji na delitvi človeštva na "Nas" in "Njih". A ta pomen etnonacionalnega "Mi" ne izključuje niti obstoja manjših razmerij "Mi – Oni" v okviru istega etnonaroda niti večjih, ki etnonarod presegajo. Posamezen narod pogosto razcepljajo razredna, verska in lokalistična čustva. Pomembno vprašanje, kateri od mnogih "Mi", ki mu posameznik pripada, zmaga, kadar je na preizkušnji lojalnost. Katera lojalnost je primarna?" (Connor, 1984: 311)

Podobno vprašanje si lahko zastavimo tudi o lojalnosti nacionalni ali nadnacionalni identiteti oz. *"so Slovenci v nekdanji Jugoslaviji bili Jugoslovani ali Slovenci?"*

bosanščina.

¹⁵ O takšni vasici poroča Fishman (1972 v Billig, 1994: 62). Vaščani neke vasi v zahodni Galiciji se niso znali umestiti v nobeno nacionalno ideniteto. Tovrstnih vasic bi ne mogli več najti skoraj nikjer na svetu oz. nikjer tam, kjer imajo svoj doseg množični mediji.

"*Bratstvo in enotnost*" je po drugi svetovni vojni bil del vsake pore javnega oz. družbenega življenja nekdanje Jugoslavije. Pri tem je bil v veliko pomoč šolski sistem, ki je sistematično razširjal slogan (Godina 1998: 415) in z njim občutek skupne pripadnosti skupni državi.

Tako se je čez desetletja razvila posebna jugoslovanska identiteta pripadnikov narodov nekdanje Jugoslavije, ki ni imela statusa nacionalne, temveč "nacionalne" identitete. Godina (1998) definira tri lastnosti te identitete. Prvič, jugoslovanska identiteta ni nikoli preglasila nacionalne identitete, temveč sta so-obstajali. Drugič, jugoslovanska identiteta ni bila povezana s "skupnostjo" temveč z "državo", bila je nekakšna "državna identiteta". Ljudje so tako, tretjič, razvili vzporedne identitete: nacionalno identiteto in jugoslovansko identiteto (Godina, 1998: 416). Vendar pa v skladu s teorijo socialne identitete in socialne kategorizacije vzporednost ni primeren izraz. Identitete niso obstajale vzporedno, temveč hkrati, le, da je ena vsebinsko vsebovala tudi drugo. Šlo je torej za različno širino referenčnega okvira umeščanja.

Kaj se je zgodilo ob propadu nekdanje Jugoslavije? Kot že omenjeno, se na tem mestu ne bomo ukvarjali z ekonomskimi razlogi¹⁶, temveč s psihološkimi mehanizmi, ki pa so tesno povezani s političnim bojem za oblast in z delovanjem medijev.

Pri naraščanju nacionalizma v osemdesetih ni šlo za nek nov pojav nacionalizma, ki pred tem ne bi obstajal, temveč je šlo za preskok iz jugoslovanske identitete na ozko nacionalno identiteto. Godina (1998) razlaga to z identifikacijsko matrico, ki pomeni hierarhičen način identifikacije. V identifikacijski matrici, ki je prevladovala v obdobju "bratstva in enotnosti" je bila jugoslovanska pripadnos nad nacionalno pripadnostjo in med jugoslovansko pripadnostjo ni bilo konfliktnega razmerja, saj so bili vsi "Mi". Konfliktno razmerje med nacionalnimi identitetami se je pojavilo šele, ko se je "Mi" zožilo le na nacionalno pripadnost. Dokler je prevladovala jugoslovanska identiteta, ni prihajalo do konfliktov. Šele ko se je izgrajevanje "bratstva in enotnosti" porušilo, so nekoč bratje postali "*drug drugemu Drugi*" oz. referenčni okvir umeščanja se je zožil.

¹⁶ Med drugim tudi zato, ker se strinjam z Walkerjem Connorjem, ki zavrača strogo ekonomske razlage nacionalnih konfliktov. "*Opredelevanje etnonacionalnih konfliktov z obstojem gospodarskih neenakosti ... je približno takšno, kot opredeljevanje z obstojem kisika: kjer obstaja eno, obstaja drugo ... Odpravite gospodarsko neenakost ali pa jo obrnite (Baski, Katalonci, Kitajci iz Malezije, Hrvati, Flamci in Slovenci) – konflikt bo ostal. Odpravite etnonacionalno vprašanje in konflikt bo izginil, čeprav se bo gospodarska neenakost med regijami ohranila (Maine)...Ali to pomeni zanikanje teže kakršne koli teže ekonomskih razmislekov? Nikakor ne. Velik pomen, ki ga v etnonacionalni propagandi dajejo gospodarski prikrajšanosti (resnični ali izmišljeni), dokazuje, da gospodarski razlogi lahko delujejo kot katalizator, kot element zaostrovanja mednacionalnih napetosti,*" (Connor, 1984: 300 - 308).

3.4 "Drugi" – jih nujno sovražimo?

Allport je na duhovit način povedal bistvo teorije socialne identitete in teorije socialnega kategoriziranja. "Drugega" ne bomo sovražili le takrat, ko bo postal "Mi": *"Morda sem idealističen v upanju, da bo človeštvo nekoč postalo 'naša skupina'. Vendar pa bo na tej točki nov problem: kako preprečiti formacijo neke nove 'zunanje skupine' (npr. Marsovcov, Klingoncev), da ne bo postala objekt našega sovraštva."* (Allport, 1954 v Hecht, 1998: 32). Po Allportu (1954 v Oakes et al, 1994: 30) se ne moremo izogniti predsodkov do "Drugih", saj takoj, ko kategoriziramo, dodajamo tudi vrednostno sodbo. Najpomembnejša kategorija, ki jo ima posameznik po Allportu, je ravno kategorija samega sebe in ta ima najvišjo vrednost.

Allportovo delo je leta 1969 najdaljeval Tajfel v svojem delu *Cognitive aspects of Prejudice*, kjer je razvil svojo teorijo socialne identitete. Po njegovem imamo vsi del lastne identitete, ki izhaja iz našega zavedanja, da pripadamo neki družbeni skupini. Po tej teoriji smo vsi motivirani k pozitivni samopodobi in k pozitivnemu samovrednotenju, kar se pa nanaša tudi na našo socialno identiteto. In ker vrednotimo samega sebe pozitivno, vrednotimo pozitivno tudi družbeno skupino, iz katere izhaja naša socialna identiteta. Ljudje torej vedno avtomatsko težimo k pozitivnemu vrednotenju lastne skupine oz. "Nas". Kaj pa to pove o vrednotenju "Drugih"?

V idealni situaciji, ki je po tej teoriji nemogoča, bi vsi pozitivno ocenjevali in lastno in drugo skupino. Vendar pa pri pozitivnem samovrednotenju ne gre samo za pozitivnost, temveč mora pozitivnost vedno izhajati iz odnosa do nečesa drugega oz. do "Drugih". Za pozitivno samovrednotenje potrebujemo ravno neko razliko z drugimi, ki nas povzdigne nad njih. Iz tega izhaja ogromno raziskav, s katerimi so ugotavljali, če in v kolikšni meri že samo opredeljevanje v skupine povzroča negativno vrednotenje "Drugih" (Tajfel, 1971 v Oakes, Haslam in Turner, 1994: 41, Billig in Tajfel, 1973 v Oakes, Haslam in Turner, 1994, Brown, 1995, Bernd in Brown, 1998, Stephan, 1985 v Oakes et al, 1994: 43, Fein in Spencer, 2000).

Rezultate povzame Stephan (1985 v Oakes, Haslam in Turner, 1994: 41): *"Ena izmed najbolj zanimivih posledic kategorizacije je, da že sama razdelitev ljudi v skupine vodi ...v diskriminacijo v prid pripadnikom lastne skupine in proti pripadnikom druge skupine."* Po Stephanu je tako lahko katerakoli osnova za socialno kategorizacijo temelj za negativni odnos do tistih, ki so zunaj "Našega" okvira umeščanja.

Nacionalizem je pa še posebej pogosta osnova socialne kategorizacije za negativni odnos do teh, ki niso del "Nas": *"Vsak nacionalizem, nacionalna identifikacija z nacijo ('našo vrsto') temelji na predstavi o sovražniku. O tujcu, ki se je vsilil v našo družbo in nas konstantno ogroža z navadami, diskurzi in obredi, ki niso 'naše vrste'. Vseeno kaj ta "Drugi" počne, nas ogroža s svojim obstojem."* (Salecl, 1994 v Bašić-Hrvatini, 1997: 88)

Vendar pa se moramo izogibati pretiranega posploševanja in uvajanja nekih "univerzalnih" zakonov. Vsekakor ta princip ne deluje na vse posameznike enako. V kolikšni meri bo vplival, je odvisno predvsem od:

- a) stopnje do katere se posameznik identificira z družbeno skupino;
- b) pomembnosti izrazitosti določene kategorizacije v določenem kontekstu;
- c) pomembnosti dimenzije primerjave za skupinsko identiteto;
- d) stopnje, v kateri so skupine bile primerljive na tej dimenziji in
- e) relativnega statusa skupine glede na vse ostale skupine, kot ga zaznava posameznik (Turner, Brown in Tajfel, 1979 v Oakes, Haslam In Turner. 1994: 83).

Če se na tej točki vrnemo nazaj k nacionalizmu kot referenčnemu okviru umeščanja za kategorizacijo, vidimo, da tudi tukaj obstaja boj med tistimi, ki trdijo, da je negativno vrednotenje drugih nujna posledica kategorizacije, in tistimi, ki trdijo, da je možno le pozitivno samovrednotenje brez negativnega odnosa do drugih. Prevedeno v pojme teorij nacionalizma so prvi tisti, ki zagovarjajo obstoj *nacionalizma*, ki vključuje negativni odnos do drugih nacij, in drugi tisti, ki namesto izraza nacionalizem raje uporabljajo izraz *patriotizem*; slednji vključuje le pozitivno vrednotenje lastne nacije brez negativnega vrednotenja drugih nacij.

Kosterman in Feshbach (1989 v Billig, 1995: 57-58) trdita, da sta nacionalizem in patriotizem dve popolnoma ločeni stanji, kar sta tudi dokazovala s svojo raziskavo med državljani Združenih držav Amerike. Po njunem mnenju je nacionalizem resnično negativen in se moramo boriti proti njemu. Patriotizem pa je nasprotno pozitiven pojav, saj je *"pomemben za dobrobit nacije, prav tako kot je visoka samozavest pomembna za posameznika,"* (Kosterman in Feshbach v Billig, 1995: 58).

Tudi Bar-Tal (1993 v Billig 56-57) zagovarja obstoj patriotizma, ki je ločen od nacionalizma in šovinizma. Oba vključujeta negativne odnose do drugih skupin. Nasprotno je patriotizem po Bar-Talu *"funkcionalno pozitivna sila, ki omogoča stabilnost "naše" skupine in občutek identitete njenim članom ... Patriotizem je navezava članov skupine na ostale člane in na državo, v kateri živijo"* (Bar-Tal, 1993 v Billig, 1995: 57). O možnosti obstoja pozitivnega in negativnega nacionalizma govori tudi Brown (1999), ko ga deli na državljanskega, ki zajema vse prebivalce na osnovi njihovega državljanstva, in kulturnega, ki zajema le pripadnike etnije.

Vendar pa Billig (1995) zavrne tovrstna prepričanja. Po njegovem bi se dalo to dvoje ločiti, če bi obstajali nedvomljivi kriteriji izven ideoloških okvirov, po katerih bi lahko ločili "Nas" od "Drugih". Nadalje, tudi če bi ta ločnica obstajala, bi jo bilo skoraj nemogoče najti. *"Celo najbolj ekstremni nacionalist bo zagovarjal le patriotsko motivacijo ... Fašisti bodo protestirali, da so branilci in ne napadalci ... Hitler, recimo, je v Mein Kampf trdil, da rešuje Nemčijo pred Židi in da*

"Židi niso napadeni ampak napadalci" ... *Sovraštvo je upravičeno v imenu ljubezni ... "Mi nočemo vojne, ampak ..." je splošen stavek politikov, ki peljejo svojo državo v vojno*¹⁷ ... (Billig, 1995: 57)

Teorije patriotizma Billig zavrača tudi ravno zaradi njihovega lastnega nacionalizma, saj naj bi te teorije nacionalizem projicirale le v druge in ne v lasten narod, "Mi" smo po teh teorijah patrioti, "Oni" so tisti, ki so nacionalisti. "Vedno so "Drugi" tisti, ki začnejo spiralo nasilja: "Naša" dejanja so upravičena z okoliščinami, ampak "Njihova" izražajo napako v karakterju, prav tisto napako, ki jo zanikamo pri "Nas" (Pettigrew, 1979 v Billig, 1995: 82).

Odgovor na vprašanje "Drugi – ga nujno sovražim?" ni preprost. Vsekakor je že vprašanje z besedo "nujno" postavljeno narobe. Odgovor nanj bi se verjetno glasil: "Ne, ne vedno, ampak zelo pogosto". Odvisno od tega, koliko mi kot posamezniku pomeni referenčni okvir umeščanja, iz katerega gledam na "Drugega". Okvir umeščanja nacionalizma nam le vzpostavi "Drugega". Od nas je pa odvisno, v kolikšni meri smo nacionalisti oz. v kolikšni meri je naša nacionalna pripadnost tudi naša socialna identiteta. Vprašanje pa je tudi, kje je meja med rahlim negativnim odnosom in sovraštvom.

Teza, ki jo lahko sprejmemo, je, da potreba po pozitivnem vrednotenju lastne skupine navadno povzroča boljše vrednotenje lastne skupine, kar pomeni vsaj rahlo negativnejši odnos do druge skupine oz. vzpostavitev pozitivne razlike med "Nami" in "Drugimi". Vsekakor pa ne trdim, da so ljudje že po naravi nacionalisti (sploh ker nacionalne delitve niso nič naravnega). Možno je namreč ne imeti negativnega odnosa do drugih narodov. Ampak samo takrat, ko gledamo na vse narode kot del človeštva oz. ko "Nam" naša nacionalna pripadnost ne pomeni ključnega dela socialne identitete. Ko smo torej "Mi" človeštvo in se ne oziramo na nacionalne delitve.

3.5 Spreminjanje odnosa = spreminjanje okvira umeščanja?

Dokler se ne spremeni okvir umeščanja "Naše" in "Druge" skupine, bo tudi "Naš" odnos do "Drugih" ostal na istem nivoju negativnosti (pod pogojem, da se ne spremeni pomembnost pripadnosti določeni skupini za socialno identiteto posameznika). Sprememba stereotipov in predsodkov do drugih je potemtakem možna le ob spremembah referenčnega okvira umeščanja. Ključno vprašanje, ki si ga bomo zastavili, je, kdaj se lahko spremeni okvir umeščanja nacionalizma in kakšne posledice ima za medijsko konstrukcijo "Nas" in "Drugih".

V zgodnjih teorijah so bili stereotipi in predsodki obravnavani kot nespremenljivi rigidni mentalni

¹⁷ "The United States does not desire military conflict, because we know the awful nature of war. Our country values life, and we will never seek war unless it is essential to security and justice. We hope that Iraq complies with the world's demands. If, however, the Iraqi regime persists in its defiance, the use of force may become unavoidable." (Bush, 5. Oktober 2002, poudarki dodani, govor ameriškega predsednika pred napadom na Irak, dostopen na uradni strani bele

koncepti. Oakes, Haslam in Turner (1994: 192) govorijo o tovrstnem pojmovanju stereotipov kot o *"mitu rigidnosti"*. Po njihovem se stereotipi in predsodki spreminjajo glede na kontekst, to je odnos med skupinami in *"če se medskupinski odnosi ne spremenijo, potem se tudi stereotipi ne"* (Oakes et al, 1994: 193).

Medskupinski odnosi so torej po njihovem vzroki za spremembe vsebine stereotipov. Če to prevedemo v nacionalizem, so stereotipi o drugih nacijah posledica odnosa, kot ga ima "Naša" nacija z "Njimi". Vendar pa Oakes, Haslam in Turner pri tem pozabljajo, da je lahko, in največkrat tudi je, ravno obratno: odnosi med nacijami so posledice stereotipov, ki jih imajo te nacije druga o drugi.

Dokler bo ključni referenčni okvir umeščanja nacionalna pripadnost, bodo obstajali negativni odnosi med nacijami. Oz. dokler bodo obstajale nacije, bo obstajala socialna identiteta posameznikov, ki bo izhajala iz pripadnosti nacijam. Hkrati bo potreba posameznikov po pozitivnem vrednotenju te socialne identitete povzročala negativno vrednotenje drugih narodov. Odnos do "Drugih", in z njim stereotipi, se bo torej spremenil šele takrat, ko bo ta okvir umeščanja presežen.

Stereotipi so v tem pomenu ideološko orožje nacionalizma ter hkrati možno politično orožje. Vsebina stereotipov je pravzaprav le izgovor za negativni odnos do "Drugih", ki bo ostal negativen vse dokler bomo umeščeni v isti referenčni okvir nacionalizma. Tudi Oakes, Haslam in Turner priznavajo politično oz. ideološko dimenzijo stereotipov: *"Stereotipi vsebujejo politične analize in so politično orožje ... Zajemajo partikularne poglede in vzpodbujajo partikularne cilje ... Razumeti moramo, da stereotipi niso samo kognitivni produkti, temveč so tudi družbene norme, ki izvirajo iz procesov socialnih vplivov."* (Oakes, Haslam, Turner, 1994: 207)

Po Mirjani Nastran Ule (1999: 321) imajo stereotipi in predsodki ideološko funkcijo opravičevanja družbenega statusa quo, *"kar pomeni, da navidezna stabilnost in nespremenljivost stereotipov in predsodkov ni v prvi vrsti psihološko dejstvo in nima v prvi vrsti psiholoških vzrokov, temveč je družbeni-strukturni učinek in ima družbene-strukturne vzroke"* (Nastran Ule, 1999: 322). In kje drugje je treba brati družbeno-strukturo kot v "glasilu" družbe same? V množičnih medijih.

3.6 Odnos do "Drugih" in množični mediji

Množični mediji so ključni pri konstrukciji nacionalne kulture, podob o nacijah in pri konstrukciji nacionalne identitete. S tem, ko bralce nagovarjajo kot pripadnike neke nacije in se na njih nanašajo kot na "Nas", jih umeščajo v isti nacionalistični okvir umeščanja: *"Mi, to je naša nacija"*. Po Sandri Bašič-Hrvatin (1994) imajo lahko množični mediji pomembno mesto pri reprodukciji in ojačevanju etnocentričnega in nacionalističnega diskurza. *"Glavna funkcija množičnih medijev ob etničnih, verskih in drugih konfliktih ... je definirana z vzpostavljanjem principa izključevanja "drugega". Kultura nasilja tako konstantno dihotomizira "Nas" in "Njih"*. (Bašič-Hrvatin, 1994: 914)

V sodobnem kompleksnem svetu so množični mediji glavni vir informacij o okolju, ki nas obdaja, predvsem našem socialnem okolju. Ponujajo nam podobe "Nas", "Naše nacije" in hkrati s tem podobe "Drugih". Čeprav so podobe in vsebine stereotipov spremenljive, saj so odvisne od realnih dogodkov, pa konstrukcijo "Drugih" konstantno vzdržuje prednostno tematiziranje dogodkov, kar pomeni, da so tudi dogodki, o katerih bodo mediji poročali, podvrženi selekciji s strani medijev in bodo prišli v poštev večinoma le tisti dogodki, ki se ujemajo s splošnim stereotipom o neki "Drugi" družbeni skupini in podpirajo negativni odnos do "Njih". *"V teoriji medijev prevladuje konsenz, da medijske novice niso posnetek realnosti ali logična posledica dogodka, ki bi bil vreden poročanja sam po sebi, temveč so družbeni produkt."* (Erjavec, 2001: 702) Po Hallu (1978 v Erjavec, 2001: 702) so *"novice končni produkt kompleksnega procesa, ki se prične s sistematičnim sortiranjem in izbiranjem dogodkov in tematik glede na družbeno skonstruirani set kategorij, ki se jim reče novičarske vrednote"*. Marginalne skupine in etnične manjšine ne bodo nikoli izbrane kot "vredne novic", razen če rečejo ali naredijo nekaj, kar ustreza stereotipu (Harley, 1982 v Erjavec, 2001: 703).

Primerov in analiz, ki proučujejo negativno medijsko konstrukcijo "Drugih", ne primanjkuje. V slovenskem prostoru so vsaj po devetdesetih letih močna opažanja naraščanja nestrpnosti in negativne medijske konstrukcije do "Drugih" in drugačnih. Tako so obravnavani kot "Drugi" Romi (Erjavec, Hrvatin, Kelbl 2000, Žnidaršič, 2000, Erjavec, 2001, Petković, 2003, Petković, 2004), begunci in imigranti, predvsem z republik nekdanje Jugoslavije, ki jih Tonči Kuzmanić (1999) v eni izmed svojih analiz nestrpnosti v slovenskih medijih imenuje kot *"bitja s pol strešice"* (Kuzmanić, 1999, Kuzmanić, 2002, Horvat, Verschueren, Žagar, 2001, Jalušič, 2002). Nestrpnost do slednjih je dobila neverjetne razsežnosti v primeru *"izbrisanih"* (Dedič, Jalušič, Zorn, 2003, Mekina, 2004). Vendar pa je vse bolj opazna tudi nestrpnost ne samo do "Drugih", gledano iz referenčnega okvira nacionalizma, temveč tudi do "drugih oz. drugačnih", ki niso pripadniki "nas": *"moških, belcev, heteroseksualcev, zdravih itd"*. Tako so negativnemu medijskemu odnosu in

negativni medijski konstrukciji podvrženi predvsem homoseksualci/alke (Kuhar, 2003) in *"slabe ženske"* (Pajnik, 2003).

Če dojemamo nacionalno identiteto kot socialno identiteto, ki je v resnici družbeni konstrukt, saj temelji na ideologiji nacionalizma in ne na nekih objektivnih, naravnih kriterijih, in je nacija kognitivni konstrukt – Andersonova "zamišljena skupnost", se moramo vprašati, kako posameznik spozna svojo nacionalno identiteto.

Anderson meni, da *"tudi člani najmanjših nacij ne poznajo večine svojih sonarodnjakov ... pa vendar so prepričani, da pripadajo skupni nacionalni skupnosti ... ker berejo v veliki večini iste časopise, gledajo večinoma iste televizijske programe, poslušajo večinoma iste radijske postaje"* (Anderson, 1998 v de Cillia, Reisigl, Wodak, 1999: 154).

Po Billigu (1995) so množični mediji eni izmed najvplivnejših "graditeljev" vsakodnevnega "banalnega" nacionalizma: *"Vsi časopisi ... nagovarjajo svoje bralce kot člane nacije. Novice predstavljajo na način, ki jemlje svet nacij kot samoumeven."* (Billig, 1994: 11) Tudi de Cillia, Reisigl in Wodak (1999: 153) priznavajo, da so *"nacionalne identitete diskurzivno, s pomočjo jezika in drugih semiotičnih sistemov ... (re)producirane prek množičnega komuniciranja"*.

Nadalje, množični mediji niso ključni samo pri izgrajevanju nacionalne identitete, temveč tudi pri izgrajevanju nadnacionalne identitete. Tako jim npr. "uradna Evropa" priznava moč pri izgrajevanju "evropskega državljanstva" oz. "evropske identitete": *"Uradno mišljenje v Evropski Uniji je predvidevalo močno kavzalno zvezo med medijsko potrošnjo in kulturno identiteto. Načrtovano oblikovanje nove evropske kulturne identitete je bilo povezano s formacijo supranacionalne politične javne sfere in skupnega državljanstva."* (Schlesinger, 2002, www.sciencedirect.com)

Karmen Erjavec je definirala različne strategije, ki jih množični mediji uporabljajo za konstrukcijo samo ene "naravne" interpretacije resničnosti in opravičevanje diskriminacije. Te strategije so:

- a) selektivna (zlo)raba informacij;
- b) stereotipsko predstavljanje in kategorizacija;
- c) kolonizacija zdravorazumskega jezika;
- d) zanikanje diskriminacije (Erjavec, 2001).

Znan diskurzivni teoretik in raziskovalec medijske konstrukcije "Drugih" Teun A. Van Dijk definira diskurzivne strategije manipulacije pri poročanju o "etničnih dogodkih", ki pogosto spremljajo ksenofobično in etnocentrično ideologijo:

- a) polarizacija "Mi" – "Drugi";
- b) osredotočanje na množico socialnih, ekonomskih in kulturnih problemov, ki jih povzročajo "Drugi";

- c) omejevanje na majhno paleto negativnih tem:
 - kriminal, nasilje, mamila;
 - terorizem;
 - socialna dezintegracija, najstniške nosečnosti, zlorabe različnih oblik socialnih pomoči;
 - pomanjkanje prilagoditve navadam in jeziku;
 - kulturne razlike in deviantnost;
- d) več virov in citatov s strani večinske družbe;
- e) pozitivna samopredstavitel, dobre stvari, ki jih naredimo "Mi" za "Druge";
- f) nasprotovanje večini poskusov za doseg etnične enakosti;
- g) zanikanje rasizma in blažitev diskriminacije (Van Dijk, 1995 v Žnidaršič, 2000: 30-31).

Nadalje Oktar (2001: 344) dokazuje, da pri medijskem predstavljanju "Nas" in "Drugih" vsebine in tematike niso odločilne, saj *"formalne strukture ideološkega jezika ostajajo enake, ne glede na vsebine."*

Osnovni mehanizem, s katerim množični mediji konstruirajo nacionalno identiteto, je s konstruiranjem skupine "Mi". Ob definiranju strategij, ki jih uporabljajo množični mediji, de Cillia, Reisig in Wodak (1999: 157) definirajo konstruktivne strategije kot tiste, ki *"pripomorejo k identifikaciji in solidarnost z "Mi" skupino, ki pa avtomatsko zajema distanciranje in marginalizacijo "Drugih"*.

Kakšne so posledice medijske konstrukcije "Mi" skupine? Glede na teorijo socialne kategorizacije bomo hkrati ob tem, ko se definiramo kot "Mi", imeli negativne odnose do tistih, ki to niso. Perdue, Dovidio, Guitman in Tyler (v Oakes, Haslam, Turner, 1994: 43-44) so dokazali, da je zaimsek "Mi" izredno problematičen. S pomočjo eksperimenta so ugotovili, da *"že preprosto sama uporaba kolektivnih zaimkov kot so mi, nas, naše in oni, njih, zadostuje za vzpostavitev med-skupinske pristranskosti"*. Ko torej mediji skonstruirajo "Nas", hkrati definirajo tudi "Druge" in negativni odnos do "Njih", kar je še posebej problematično.

V nadaljevanju me ne bodo zanimale vsebine stereotipov, s katerimi mediji prikazujejo "Druge". Ellen Seiter meni, da so stereotipi vsakdanji pojav v medijih (Seiter, 1986: 14). Problematično se ji zdi, da je pri raziskovanju medijev pojem stereotip pogosto pomenil reprezentacije resničnosti, ki so napačne in zato nemoralne (Seiter, 1986). Poudariti moram, da se v nadaljevanju ne bom ukvarjala z resničnostjo stereotipov oz. njihovih vsebin. Ne bo me npr. zanimalo, kdo je v resnici vrgel granato na sarajevsko tržnico in ali so npr. bosanski Srbi res napadalci¹⁸.

¹⁸ To prepuščam zgodovinarjem in analitikom mednarodnih odnosov, hkrati pa se zavedam, da je vsaka interpretacija zgodovine in dogodkov natanko to – *interpretacija* in s tem podvržena subjektivnim motivom. Nadalje želim opozoriti tudi na besedno zvezo: "Bosanski Srbi res napadalci", ki sem jo namerno izpostavila v tej obliki. Razumljivo je, da vsi bosanski Srbi ne morejo biti napadalci in da razmišljanje v teh okvirih avtomatsko pomeni razmišljanje v referenčnih

Kar me bo zanimalo, je nacionalističnost referenčnega okvira umeščanja v množičnih medijih, iz katerega mediji poročajo o "Nas", in njegov vpliv na poročanje o "Drugih" oz. na medijsko konstrukcijo "Drugih".

4. EMPIRIČNI DEL

4.1 Definicija raziskovalnega problema

Podatki za to diplomsko delo so bili zbrani med raziskovalnim projektom, izvedenim za mednarodni seminar *The Information Wars in the Balkans since 1991, Vienna, July 19th – 20th 2004*. Naslov projekta je bil: "*Media Construction of the "Other" during War Time*" (Turnšek, Pirnat, Pišljarič, 2004).

V tem raziskovalnem projektu smo analizirali medijsko reprezentacijo slovenske nacije in drugih nacij v slovenskih tiskanih medijih v okviru treh dogodkov: a) slovenska vojna za osamosvojitve (junij/julij 1991), b) napad na tržnico v Sarajevu (februar 1994) in kriza na Kosovem (marec 1999) (skupno je raziskava zajela 1617 časopisnih člankov). Namen te raziskave je bil ugotoviti vpliv vpletenosti v vojno na medijsko konstrukcijo različnih narodov v slovenskih tiskanih medijih. Glavna neodvisna spremenljivka, ki smo jo predvideli, je bil nivo vpletenosti Slovenije v vojni konflikt.

Na tem mestu je treba opozoriti na dejstvo, da uporabljam podatke raziskave, ki je bila opravljena za namen primerjave medijskega poročanja o določenih dogodkih med mediji različnih narodov SFRJ. Namen te raziskave je bila predvsem primerjava in deskripcija ne pa pojasnjevanje in iskanje razlogov. Izbrani dogodki so tako specifični in predstavljajo mejne primere medijskega poročanja. Med poročanjem o vseh treh dogodkih obstajajo določene razlike zaradi katerih ne smemo rezultatov združevati temveč moramo analizirati medijsko poročanje za vsak dogodek posebej:

1. vzorec izbranih člankov za vsak dogodek posebej ni enako velik, saj se je količina poročanja o vseh treh dogodkih drastično razlikovala,
2. zajeta časovna obdobja se razlikujejo (vojna za slovensko osamosvojitve – 10 dni, pokol na Sarajevski tržnici 1 mesec in bombardiranje Beograda 1 mesec),
3. okoliščine dogodkov so se razlikovale, slovenski narod je bil vpleten v vojno za slovensko osamosvojitve, ne pa tudi v obleganje Sarajeva in bombardiranje Beograda.

Zaradi teh omejitev in specifičnih lastnosti vsakega izmed izbranih dogodkov je treba narediti analizo za vsak dogodek posebej (s tem pa preverjati hipoteze za vsak dogodek posebej). Prednost izbora teh dogodkov pa je, da lahko proučimo ravno situacije, ki so izjemne, in morebitne faktorje, ki vplivajo na nacionalističnost referenčnega okvira umeščanja v množičnih medijih in s tem tudi na medijski odnos do "Drugih".

Ker me zanima spreminjanje medijskega okvira umeščanja, se bom osredotočila na narode nekdanje Jugoslavije, pri katerih prevzemam tezo Godine (1998), da so nekoč "*Nam bratje postali*

naši Drugi". Leto 1991 je namreč prelomnica, saj se je po slovenski vojni za neodvisnost začel neustavljiv razpad Jugoslavije in z njo razpad "*Jugoslovanskega naroda bratstva in enotnosti*".

Zanima me, kako je nacionalističnost referenčnega okvira umeščanja v slovenskih tiskanih medijih vplival na odnos medijev do "Drugih", v tem primeru "*Drugih narodov nekdanje Jugoslavije*". Raziskovalni problem te naloge je raziskati razmerje med nacionalističnim referenčnim medijskim okvirom in medijskim odnosom do "Drugih".

4.2 Enote

4.2.1 Enote vzorčenja

Enota vzorčenja je časopisni članek v slovenskem tisku.

Trije izbrani dogodki, o katerih se je analiziralo medijsko poročanje, so bili:

- 2 vojna za neodvisnost v Sloveniji (25. 6. 1991– 6. 7. 1991);
- 3 kriza v Sarajevu (analizirano je bilo obdobje med 1. 2. 1994 – 26. 2. 1994);
- 4 kriza na Kosovem (1. 3. 1999 – 31. 3. 1999).

Zajeti so bili vsi članki, ki so vsaj enkrat omenili izbrani dogodek.

Dnevni oz. tedenski tisk, iz katerega so bili zajeti članki, je bil:

1. Delo (dnevni tisk);
2. Dnevnik (dnevni tisk);
3. Mladina (tedenski tisk).

Dogodki so bili izbrani na arbitrarni osnovi izbora medijsko zelo odmevnih dogodkov, ki bodo predstavljeni v medijih vseh narodov SFRJ. Osnovni namen *konference "Information Wars in the Balkans"*, za katero je bila narejena raziskava, je bilo primerjati poročanje o teh dogodkih pri medijih vseh držav, zato je bilo treba izbrati dogodke, v katerih bo vsaj enkrat vpletena vsaka stran (z izjemo makedonske strani).

Pri vseh treh dogodkih gre za vojni konflikt. V letu 1991 za konflikt med Slovenijo in vodstvom SFRJ ter JLA. Glavni nasprotnik osamosvojitve je bila Srbija. Hrvaška je istega dne kot Slovenija razglasila samostojnost (25. 6. 1991) in bila v podobnem položaju kot Slovenija. Vendar v obdobju desetih dni slovenske vojne za osamosvojitvev Hrvaška še ni bila v neposrednem vojnem konfliktu s Srbijo. Ta se je pričel v septembru 1991 in trajal vse do akcije Nevihta v letu 1995, ko so v hitri vojaški akciji z mednarodno pomočjo hrvaški vojaki osvojili Krajino, ki je bila pod srbskim nadzorom.

V letu 1994 je bil izbran dogodek bombni napad na civiliste v Sarajevu, medtem ko so

čakali v vrsti za kruh. Ta dogodek je bil vrhunec vojne v Bosni in Hercegovini, kjer so bile sprte tri strani: hrvaška, bosanska in srbska. Po njem je NATO zagrozil z napadom na srbsko stran, če se ne bodo umaknili in sprostili obroč okrog Sarajeva. Srbska stran se je res umaknila, vendar samo za nekaj časa. Vojna na ozemlju Bosne in Hercegovine ter Hrvaške se je nadaljevala vse do Daytonskega sporazuma 1995.

Leta 1999 je kriza na Kosovem dosegla svoj vrhunec. V Jugoslaviji so ostale še Srbija, Črna Gora in nekoč avtonomni pokrajini Vojvodina in Kosovo. Nemiri na Kosovem, kjer so Albanci zahtevali avtonomnost, so se nadaljevali in Miloševićev režim se ni imel namena odpovedati še Kosovemu. NATO je leta 1999 izvršil to, s čimer je leta 1994 le grozil. Marca 1999 je bombardiral Beograd.

Medijsko poročanje o vojnih dogodkih je specifična vrsta medijskega poročanja, še posebej, če je ena izmed vpletenih strani tudi lasten narod. Vendar pa so dogodki primerni za analizo ravno zato, ker so v njih vpletene vse strani vsaj enkrat.

Edini, ki je bil vpleten v vse tri konflikte, je bil srbski narod. Tako obstaja možnost, da pri medijski konstrukciji srbskega naroda ne bo šlo več samo za konstrukcijo "Drugih" na splošno, temveč konstrukcijo "sovražnika", ki pa je samo še bolj potencirana kategorizacija z izrazito negativnim odnosom, temelječa ne samo na osnovnem psihološkem mehanizmu razločevanja "Nas" in "Drugih", temveč tudi precej pogojena s samimi resničnimi dogodki in elementi vojne propagande.

Količina poročanja o vseh treh dogodkih se je seveda drastično razlikovala, saj je vojna za osamosvojitve v Sloveniji pritegnila neprimerno večjo medijsko pozornost kot pa ostala dva dogodka, kar je razumljivo, saj je ta dogodek najvišje na lestvici novičarskih vrednot. Zato so bila izbrana tudi različna časovna obdobja. Pri analizi rezultatov se zavedam neprimerljivosti in nezmožnosti združevanja podatkov iz enega obdobja z drugim, zato bom vse hipoteze testirala za vsako obdobje posebej.

4.2.2 Enota analize

Enota analize so vrednostno določene trditve medijev o "Nas" in "Drugih" z enim objektom percepcije in vrednostno določene trditve medijev o "Nas" in "Drugih" z dvema objektoma percepcije, ki sta v interakciji¹⁹.

¹⁹ Razlika med vrednostno določenimi trditvami z enim objektom percepcije in vrednostno določenimi trditvami z dvema objektoma percepcije, ki sta v interakciji, je najlažje ponazorjena s primerom.

Vrednotno določena trditev z enim objektom percepcije se razbere iz povedi: *"Srbi in Hrvati pa so medtem seveda nekaznovano ropali, posiljevali in klali, tudi otroke."* (Delo, 12. 2. 1994, str. 6: Soban, Branko. *Arabski svet o vojni: Bolje en dan lev kot 1000 dni strahopetec*). Ta poved se razčleni v 6 vrednostno določenih trditvev o dveh objektih percepcije: a) *Srbi so ropali*, b) *Srbi so posiljevali*, c) *Srbi so klali, tudi otroke* in d) *Hrvati so ropali*, e) *Hrvati so*

"Mi" in "Drugi" so objekti percepcije, ki so *"znaki, katerih vrednostni pomen se močno spreminja z osebo, ki ga reprezentira ali sprejema"*²⁰ (Osgood, Sapira, Nunnally, 1973: 142).

"Mi" so vsi objekti percepcije, ki predstavljajo slovenski narod (npr. Slovenci, slovenski politiki, slovenska vojska, slovenski mediji itd.).

"Drugi" so vsi objekti percepcije, ki predstavljajo vse ostale narode SFRJ (npr. Srbi, Hrvati, Makedonci, Albanci, srbski narod, srbski politiki, srbski režim itd.). Indikatorji so merjeni na enoti analize.

3.2.3 Enote interpretacije

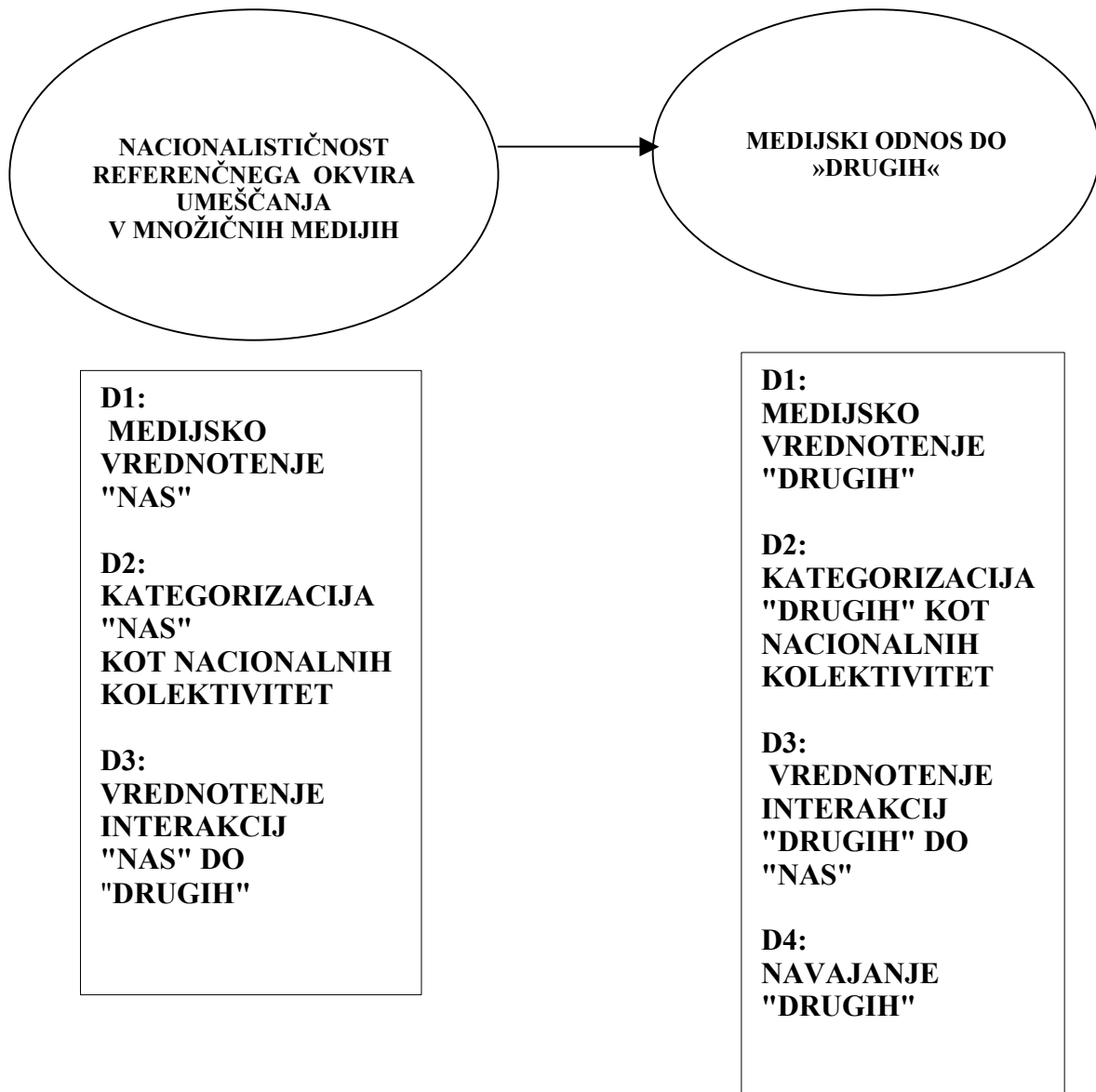
Za izračun indeksov spremenljivk je bilo treba tvoriti enote interpretacije. To smo storili tako, da smo agregirali enote analize glede na obdobje in glede na časopis. Vrednosti spremenljivk oz. indeksi se tako porazdeljujejo po devetih različnih agregiranih enotah (3 časovna obdobja in 3 časopisi).

posiljevali, f) Hrvati so klali, tudi otroke.

Vrednostno določena trditev z dvema objektoma percepcije, ki sta v interakciji, se razbere iz povedi: *"Predsednik Predsedstva BIH je posvetil precejšnjo pozornost normalizaciji odnosov s Hrvaško,"* (Delo, 24. 2. 1994, naslovnica, Slobodan Dukić, Zdravko Latal: *Sarajevsko premirje velja, pogajanja se nadaljujejo*). Iz te povedi je tudi razvidno, da je objekt percepcije, ki vodi interakcijo predsednik predsedstva BIH, Hrvaška pa ni aktivni akter v tej interakciji.

²⁰ S smiselno uporabo jezika je mogoče razlikovati objekte percepcije v sporočilih od gradiva, katerega pomen je obče veljaven. Objekti percepcije so znaki, katerih pomen ali značilnost (zlasti vrednostna) je zgodovinsko pogojena in se spreminja z virom ali recipientom, obči pomeni pa so znaki, o katerih pomenu ali značilnosti si morajo biti enotni vsi uporabniki jezika, če hočejo biti sposobni drug z drugim komunicirati. Vrednost SOCIALIZMA je npr. očitno odvisna od socioloških, vzgojnih in drugih izkušenj posameznika, ki ga šifrira ali dešifrira. Vsi uporabniki jezika se pa morajo npr. strinjati, da je ZLOBA nekaj slabega, da so ljudje s POZITIVNIMI NAMENI nekaj dobrega ipd. (Osgood, Saporta, Nunnally, 1973: 141).

4.3 Raziskovalni model – grafični prikaz



4.4 Definicija spremenljivk in operacionalizacija

Osnovni raziskovalni problem te naloge je raziskati razmerje med nacionalističnostjo medijskega okvira umeščanja in medijskim odnosom do "Drugih".

NACIONALISTIČNOST REFERENČNEGA OKVIRA UMEŠČANJA V MNOŽIČNIH MEDIJIH je poudarjenost nacionalne identitete v medijskem diskurzu. Večja kot je nacionalističnost, bolj pomembna je nacionalna identiteta znotraj medijskega poročanja in bolj poudarjen je mehanizem socialne kategorizacije na "Nas" in "Druge". Nacionalističnost medijskega okvira umeščanja je konstrukt, ki ga ne moremo neposredno meriti (oz. še vsaj ne obstaja primerna metoda). Sestavljajo ga tri dimenzije, ki so naše raziskovalne spremenljivke:

D1: medijsko vrednotenje "Nas" (bolj kot je pozitivno, večja je nacionalističnost medijskega okvira umeščanja),

D2: kategorizacija "Nas" kot nacionalnih kolektivitet (bolj kot je pogosta, večja je nacionalističnost medijskega okvira umeščanja),

D3: medijsko vrednotenje interakcij "Nas" do "Drugih" (bolj kot je pozitivno, manjša je nacionalističnost medijskega okvira umeščanja).

MEDIJSKI ODNOS DO "DRUGIH" je medijska konstrukcija "Drugih" oz. način, na katerega mediji poročajo o "Drugih", ki je lahko pozitiven ali negativen oz. naklonjen ali nenaklonjen "Drugim". Tudi medijski odnos do "Drugih" je konstrukt, ki je sestavljen iz več dimenzij:

D1: medijsko vrednotenje "Drugih" (bolj kot je negativno, bolj negativen je medijski odnos do "Drugih"),

D2: kategorizacija "Drugih" kot nacionalnih kolektivitet (bolj kot je pogosta, bolj poudarjen je medijski odnos do "Drugih"),

D3: medijsko vrednotenje interakcij "Drugih" do "Nas" (bolj kot je negativno, bolj negativen je medijski odnos do "Drugih"),

D4: navajanje "Drugih" (manj pogosto kot je, bolj negativna je konstrukcija "Drugih").

Pri operacionalizaciji spremenljivk nam pomaga osnovna bipolarna shema stereotipov in predsodkov, kot jo je predlagal Musek (1997: 16).

| |
|--|
| "PRIJATELJ" +++ POZITIVNI ATRIBUTI |
|--|

| |
|---------------------------------------|
| "SOVRAŽNIK" --- NEGATIVNI ATRIBUTI |
|---------------------------------------|

"Kdo bo, glede na to shemo, identificiran kot "sovražnik", je odvisno od okoliščin. To je najbolj

variabilen del sheme. "Prijatelj" je bolj definiran: to je v vsakem primeru pripadnik skupine, s katero se tudi mi sami lahko identificiramo, ali nam je psihološko blizu na kakšen drug način."(Musek, 1997: 16)

Če to shemo združimo s teorijo socialne kategorizacije in tezo, da kdor ni "Mi", je "Drugi", ter da je medijska konstrukcija sovražnika skrajni pol medijske konstrukcije "Drugih", lahko shemo modificiramo v:



Ključnega pomena za sestavo indikatorjev so torej atributi, ki jih mediji pripisujejo "Nam" in "Drugim" ter z njimi dajejo vrednostne sodbe o "Nas" in "Drugih".

3.4.1 Neodvisna spremenljivka: medijsko vrednotenje "Nas"

Definicija: medijsko vrednotenje "Nas" je dimenzija nacionalističnosti referenčnega okvira umeščanja v množičnih medijih, ki je stopnja pozitivnega medijskega odnosa do lastnega naroda.

Operacionalizacija:

Indikator za pozitivnost medijskega vrednotenja "Nas" so vrednostne sodbe o "Nas", to je o vseh objektih percepcije, ki predstavljajo slovenski narod (npr. Slovenci, slovenski politiki, slovenska vojska, slovenski mediji itd.). Vrednostne sodbe so lahko pozitivne ali negativne.

Pri tem imajo enako veljavo vrednostne sodbe o "Nas" v vrednostno določenih trditvah o "Nas" z enim objektom percepcije in vrednostne sodbe o "Nas", kjer so "Mi" v interakciji z drugimi objekti percepcije.

Končni rezultat je indeks, katerega vrednosti se dobi z izračunom povprečne vrednosti vrednostnih sodb o "Nas" za vsak časopis pri vsakem dogodku posebej.

Merska raven je ordinalna, vrednosti indeksa pomenijo zaporedje od najmanjše do največje negativnosti.

3.4.2 Neodvisna spremenljivka: medijska kategorizacija "Nas" kot nacionalnih kolektivitet

Definicija: Medijska kategorizacija "Nas" kot nacionalnih kolektivitet je dimenzija nacionalističnosti referenčnega okvira umeščanja v množičnih medijih, ki je stopnja do katere mediji obravnavajo pripadnike lastnega naroda kot reprezentante naroda. Pove nam, do katere mere se na "Nas" gleda kot na nacionalno kategorijo in se pripisuje lastnosti ter dejanja posameznih pripadnikov kar celotni nacionalni kolektiviteti.

Operacionalizacija: indikator za medijsko kategorizacijo "Nas" kot nacionalnih kolektivitet so vse vrednostne sodbe o "Nas", kjer so "Drugi" definirani le s svojo narodnostno pripadnostjo.

Pri tem imajo enako veljavo vrednostne sodbe o "Nas" enim objektom percepcije in vrednostne sodbe z dvema objektoma percepcije, ki sta v interakciji.

Končni rezultat je indeks, katerega vrednosti se dobi z izračunom deleža vrednostnih sodb o "Nas", kjer so "Mi" definirani le s svojo nacionalno pripadnostjo. Indeks se računa za za vsak časopis pri vsakem dogodku posebej.

Merska raven je ordinalna, vrednosti indeksa pomenijo zaporedje od najmanjše do največje pogostosti kategorizacije "Nas" kot nacionalnih kolektivitet.

3.4.3 Neodvisna spremenljivka: medijsko vrednotenje interakcij "Nas" do "Drugih"

Definicija: medijsko vrednotenje interakcij "Nas" do "Drugih" je dimenzija nacionalističnosti referenčnega okvira umeščanja v množičnih medijih, ki je stopnja pozitivnega medijskega odnosa do interakcij, ki jih vodimo "Mi" do "Drugih". Pri tem je prvi objekt vsak, ki predstavlja slovenski narod oz. "slovenstvo", in je vodilni akter v odnosu z drugim objektom percepcije, ki predstavlja "drugost" oz. narode SFRJ.

Operacionalizacija: indikatorji so vrednostne trditve o interakcijah med objekti percepcije. Pri tem upoštevamo le vrednostne sodbe o objektih percepcije z dvema objektoma percepcije. Vrednostna sodba vrednoti odnos med objektoma percepcije, ki je lahko pozitiven ali negativen.

Indeks je povprečna vrednost vrednotenja interakcij, ki jih vodimo "Mi" do "Drugih". Izračunan je za vsak časopis pri vsakem dogodku posebej.

Merska raven je ordinalna, vrednosti indeksa pomenijo zaporedje od najmanjše do največje negativnosti.

3.4.4 Odvisna spremenljivka: medijsko vrednotenje "Drugih"

Definicija: medijsko vrednotenje "Drugih" je dimenzija medijskega odnosa do "Drugih", kjer mediji neposredno izražajo pozitivno ali negativno oceno "Drugih".

Operacionalizacija: indikator za medijsko vrednotenje "Drugih" so vrednostne sodbe o "Drugih", to je o vseh objektih percepcije, ki predstavljajo vse ostale narode SFRJ (npr. Srbi, srbski narod, srbski politiki, srbski režim itd.).

"Drugi" so:

- a) Albanci,
- b) Bosanci (tudi Bošnjaki ali bosanski muslimani),
- c) Hrvati,
- d) Makedonci,

e) Srbi.

Pri tem imajo enako veljavo vrednostne sodbe o "Drugih" z enim objektom percepcije in z dvema objektoma percepcije, ki sta v interakciji.

Končni rezultat je indeks, katerega vrednosti se dobi z izračunom povprečne vrednosti vrednostnih sodb o "Drugih" za vsak časopis pri vsakem dogodku posebej (narodnosti so združene v enotno skupino "Drugih").

Merska raven je ordinalna, vrednosti indeksa pomenijo zaporedje od najmanjše do največje negativnosti.

3.4.5 Odvisna spremenljivka: medijska kategorizacija "Drugih" kot nacionalnih kolektivitet

Definicija: medijska kategorizacija "Drugih" kot nacionalnih kolektivitet je dimenzija medijskega odnosa do "Drugih", ki je stopnja do katere mediji obravnavajo pripadnike drugih narodov kot reprezentante naroda (npr. le z izrazom Srbi in ne z izrazi srbski politični režim ali srbska vojska ali Milošević ipd.). Pove nam, do katere mere se na "Druge" gleda kot na nacionalno kategorijo in se pripisuje lastnosti ter dejanja posameznih pripadnikov "Drugih" kar celotni nacionalni kolektiviteti.

Operacionalizacija: indikator za medijsko konstrukcijo "Drugih" kot nacionalnih kolektivitet so vse vrednostne sodbe o "Drugih", kjer so "Drugi" definirani le s svojo narodnostno pripadnostjo.

"Drugi" so:

- a) Albanci,
- b) Bosanci (tudi Bošnjaki ali bosanski muslimani),
- c) Hrvati,
- d) Makedonci,
- e) Srbi.

Pri tem imajo enako veljavo vrednostne sodbe o "Drugih" v vrednostno določenih trditvah o "Drugih" z enim objektom percepcije in vrednostne sodbe z dvema objektoma percepcije, ki sta v interakciji.

Končni rezultat je indeks, katerega vrednosti se dobi z izračunom deleža vrednostnih sodb o "Drugih", kjer so "Drugi" definirani le s svojo nacionalno pripadnostjo (narodnosti so združene v enotno skupino "Drugi"). Indeks se računa za vsak časopis pri vsakem dogodku posebej.

Merska raven je ordinalna, vrednosti indeksa pomenijo zaporedje od najmanjše do največje pogostosti kategorizacije "Drugih" kot nacionalnih kolektivitet.

3.4.5 Odvisna spremenljivka: vrednotenje interakcij "Drugih" do "Nas"

Definicija: vrednotenje interakcij "Drugih" do "Nas" je dimenzija medijskega odnosa do "Drugih", ki je stopnja medijskega odnosa do interakcij, ki jih vodijo "Drugi" do "Nas". Pri tem je prvi oz. vodilni akter v interakciji objekt percepcije, ki predstavlja "Drugost" oz. narode SFRJ. Drugi akter, ki je v odnosu, ni pa vodilni, je objekt percepcije, ki predstavlja "Nas".

Operacionalizacija: indikatorji so vrednostne trditve o interakcijah med objekti percepcije. Pri tem upoštevamo le vrednostne sodbe o objektih percepcije z dvema objektoma percepcije. Vrednostna sodba vrednoti odnos med objektoma percepcije, ki je lahko pozitiven ali negativen oz. prijateljski ali sovražni.

Indeks je povprečna vrednost vrednotenja interakcij, ki jih vodimo "Mi" do "Drugih". Izračunan je za vsak časopis pri vsakem dogodku posebej.

Merska raven je ordinalna, vrednosti indeksa pomenijo zaporedje od najmanjše do največje negativnosti.

3.4.6 Odvisna spremenljivka: navajanje "Drugih"

Definicija: Navajanje "Drugih" je dimenzija medijskega odnosa do "Drugih", ki je pogostost povzemanja "Drugih" znotraj medijskega diskurza. Pove nam, kako pogosto so "Drugi" dobili možnost podajanja svojega mnenja in svojega videnja dogodkov.

Operacionalizacija:

Indikator za medijsko navajanje "Drugih" so vse vrednostne sodbe o "Drugih", kjer so vir informacij "Drugi".

"Drugi" so:

- a) Albanci,
- b) Bosanci (tudi Bošnjaki ali bosanski muslimani),
- c) Hrvati,
- d) Makedonci,
- e) Srbi.

Pri tem imajo enako veljavo vrednostne sodbe z enim objektom percepcije in vrednostne sodbe z dvema objektoma percepcije, ki sta v interakciji.

Končni rezultat je indeks, katerega vrednosti se dobi z izračunom deleža vrednostnih sodb, kjer so vir informacij "Drugi" (narodnosti so združene v enotno skupino "Drugi"). Indeks se izračuna za vsak časopis pri vsakem dogodku posebej. Merska raven je ordinalna, vrednosti indeksa pomenijo zaporedje od najmanjše do največje pogostosti navajanja "Drugih".

4.5 Hipoteze in argumenti

Ključni raziskovalni problem te diplomske naloge je raziskati povezanost med nacionalističnim referenčnim okvirom umeščanja v množičnih medijih in medijsko konstrukcijo "Drugih". Hipoteza, ki jo želim preveriti s pomočjo delovnih hipotez, se glasi:

H: Nacionalističnost referenčnega okvira umeščanja negativno vpliva na medijski odnos do "Drugih".

Nacionalizem je občutek pripadnosti narodu, je definiranje "Nas" skupine kot "Našega naroda". Nacionalističnost medijskega okvira umeščanja je prisotnost nacionalizma oz. narodne identitete v medijskem diskurzu. Večja kot je prisotnost nacionalne identitete v medijskem diskurzu, večja je njena vloga pri pozitivnem samovrednotenju naroda in medijev. In pozitivno samovrednotenje zahteva primerjavo z "Drugimi", kjer mora biti razlika med "Nami" in "Njimi" v prid "Nam" in "Naše boljšosti".

Na tem mestu privzemam Billigovo (1995) tezo, da nacionalizma ne moremo deliti na dober patriotizem in slab nacionalizem, kjer bi patriotizem zajemal le pozitivno vrednotenje lastnega naroda, nacionalizem pa pozitivno vrednotenje lastnega naroda in negativno vrednotenje ostalih narodov. Nacionalizem zajema oboje, pozitivnost "Nas" in negativnost "Drugih". In večja kot je pozitivnost "Nas" večja je negativnost "Drugih", saj mora naša pozitivnost izhajati ravno iz neke razlike in primerjave lastne socialne skupine z drugimi socialnimi skupinami.

Večja kot je torej nacionalističnost medijskega okvira umeščanja, bolj se mediji definirajo kot nacionalni mediji in večji vpliv ima pri medijski konstrukciji "Drugih" nacionalizem kot negativni pojav.

Ker nacionalističnosti medijskega okvira umeščanja in medijske konstrukcije "Drugih" ne moremo analizirati drugače, kot da opazujemo njune dimenzije in povezanost med njimi, smo za analizo rezultatov sestavili delovne hipoteze, ki vse izhajajo iz osnovne hipoteze (glej 4.3 Grafični prikaz raziskovalnega modela).

H1: Večja kot je pozitivnost medijskega vrednotenja "Nas", večja je negativnost medijskega vrednotenja "Drugih".

H2: Pogostejša kot je kategorizacija "Nas" kot nacionalnih kolektivitet, večja je negativnost medijskega vrednotenja "Drugih".

H3: Večja kot je pozitivnost vrednotenja interakcije "Nas" do "Drugih", manjša je negativnost medijskega vrednotenja "Drugih".

Prve tri hipoteze povezujejo vse tri dimenzije nacionalističnosti medijskega okvira umeščanja z negativnostjo medijskega okvira umeščanja. Argument izhaja iz argumenta osnovne hipoteze, da namreč prisotnost nacionalne identitete v medijskem diskurzu pomeni tudi negativni odnos do "Drugih", saj skupaj tvorita nacionalizem v medijih.

Nacionalni mediji konstruirajo skupino "Mi" na osnovi nacionalne pripadnosti s tem, da bralce nagovarjajo kot "Mi – narod". Tajfelova teorija socialne identitete (Tajfel 1969 v Oakes, Haslam, Turner, 1994) zagovarja stališče, da večja, kot je pomembnost pripadnosti družbeni skupini (narodu) za identiteto posameznika, večja bo njegova potreba po pozitivnem vrednotenju te skupine, saj s tem zviša lastno samopodobo in samovrednotenje.

Vendar pa je pozitivno vrednotenje lastne skupine na žalost povezano s potrebo po primerjavi z drugimi skupinami in iskanjem skupin, ki so lahko vrednotene kot manjvredne in slabše. Navadno so tarče takega odnosa marginalne skupine in manjšine brez družbene moči (npr. Romi, imigranti, Neslovenci).

Velika pozitivnost medijskega vrednotenja "Nas – Slovencev" pomeni veliko pomembnost nacionalističnega okvira umeščanja za medije, pri katerem se na dogodke gleda iz zornega kota "Mi – Slovenci (dobri in pozitivni)". "Naša" velika pozitivnost pa potrebuje svoj nasprotni pol, t.j. "Druge", ki so negativni. V tem primeru so tarče negativnega medijskega odnosa vsi "Drugi", ki so "Neslovenci".

Večja kategorizacija "Nas" kot nacionalnih kolektivitet pomeni večjo samokategorizacijo oz. večje gledanje na pripadnike lastne skupine le iz zornega kota te pripadnosti. S tem se zmanjšajo zaznane razlike med pripadniki lastne in tuje skupine. S tem, ko se poveča stopnja kategorizacije "Nas", se pa poveča tudi stopnja kategorizacije "Njih", saj ne moremo kategorizirati lastne skupine v nek smiseln sistem, ne da bi ob tem kategorizirali tudi druge.

Tretja dimenzija nacionalističnega medijskega okvira pa je v ravno obratnem razmerju z negativnostjo vrednotenja "Drugih", kot zgornji dve. S svojimi znanimi eksperimenti je Sherif

(1966 v Ule, 2004:373-374) dokazoval, da je razvoj predsodkov in medskupinske diskriminacije v veliki meri odvisen od tega ali se morajo skupine skupaj boriti za isti cilj ali pa tekmujejo med sabo. *"Če situacija zahteva tekmovalnost in konkurenčnost med skupinama, potem se pojavi močno favoriziranje lastne skupine pred nasprotno skupino. Tako se razvije vrsta pozitivnih predsodkov o lastni skupini in negativnih predsodkov o drugi skupini, ki še dodatno poglobljajo konflikt. Če pa je situacija takšna, da terja od skupin medsebojno sodelovanje in solidarnost, potem manjka motiv za konflikt in agresivnost...tendenca po favoriziranju lastne skupine pa se bo zmanjšala ali izginila."* (Sherif, 1966 v Ule, 2004: 374). Če je torej interakcija "Nas" do "Drugih" vrednotena pozitivno oz. kooperativno, bo to zmanjšalo negativni medijski odnos do "Drugih".

H4: Večja kot je pozitivnost medijskega vrednotenja "Nas", bolj pogosta je medijska kategorizacija "Drugih" kot nacionalnih kolektivitet.

H5: Pogostejša kot je kategorizacija "Nas" kot nacionalnih kolektivitet, bolj pogosta je medijska kategorizacija "Drugih" kot nacionalnih kolektivitet.

H6: Večja kot je pozitivnost vrednotenja interakcije "Nas" do "Drugih", bolj pogosta je medijska kategorizacija "Drugih" kot nacionalnih kolektivitet.

Kategorizacija "Drugih" zahteva gledanje na "Druge" kot na enotno socialno skupino. Razlike med posamezniki znotraj skupine se navidezno zmanjšajo. Pripadniki "Drugih" so percipirani iz zornega kota socialne pripadnosti.

Pozitivnost medijskega vrednotenja "Nas" pomeni večjo stopnjo nacionalističnega medijskega okvira umeščanja v medijskem diskurzu, ki pa je mehanizem socialne kategorizacije, tako lastne skupine, kot drugih socialnih skupin. V primeru, ko je prisoten ta mehanizem za kategorizacijo "Nas", bi glede na teorijo socialnega kategoriziranja moral biti prisoten tudi pri kategorizaciji "Drugih", še posebej, če je kategorija "Nas" pomembna za socialno identiteto in pozitivno vrednotena.

Konstrukcija "Nas" kot nacionalnih kolektivitet prav tako pomeni stopnjo socialne kategorizacije do katere umeščamo pripadnike lastne skupine. Večja je stopnja kategorizacije "Nas", bolj prisoten je mehanizem kategoriziranja in "predalčkanja" sveta, ki se kaže tudi v našem zaznavanju ostalih pripadnikov družbe, ki so prav tako kot "Mi" kategorizirani v neko skupino.

H7: Večja kot je pozitivnost medijskega vrednotenja "Nas", manjša je pozitivnost medijskega vrednotenja interakcij "Drugih" do "Nas".

H8: Pogostejša kot je kategorizacija "Nas" kot nacionalnih kolektivitet, manjša je pozitivnost medijskega vrednotenja interakcij "Drugih" do "Nas".

H9: Večja kot je pozitivnost vrednotenja interakcije "Nas" do "Drugih", manjša je negativnost medijskega vrednotenja interakcij "Drugih" do "Nas".

Argument je podoben kot za prejšnje hipoteze, saj pozitivnost medijskega vrednotenja "Nas" in konstrukcija "Nas" kot nacionalnih kolektivitet pomenita večjo pomembnost nacionalističnega okvira v medijskem diskurzu. Medijsko vrednotenje interakcij "Drugih" z "Nami" je medijsko vrednotenje interakcij v katerih so "Drugi" vodilni v razmerju do "Nas". Povedano drugače, interakcij kjer so "Drugi" subjekti, "Mi" pa le objekti njihovih dejanj in se nanje le odzivamo. Tako je odgovornost za odnos prenesena na "Druge". In večja je prisotnost nacionalističnega okvira umeščanja, bolj negativno so ocenjeni odnosi "Njih" do "Nas", saj se s tem upravičuje negativno medijsko vrednotenje "Njih".

Večja pozitivnost interakcije "Nas" z "Drugimi" pa za razliko od obeh zgornjih neodvisnih spremenljivk pomeni manjšo pomembnost nacionalističnega okvira umeščanja, saj je odnos med "Nami" in "Njimi" kooperativen. Kooperativen pa mora biti tudi z njihove strani, drugače je pozitiven odnos "Nas" do "Njih" protisloven, saj ne moremo biti kooperativni z nekom, ki je konflikten z nami.

H10: Večja kot je pozitivnost medijskega vrednotenja "Nas", manjša je pogostost medijskega navajanja "Drugih".

H11: Pogostejša kot je kategorizacija "Nas" kot nacionalnih kolektivitet, manjša je pogostost medijskega navajanja "Drugih".

H12: Večja kot je pozitivnost vrednotenja interakcije "Nas" do "Drugih", večja je pogostost medijskega navajanja "Drugih".

Van Dijk kot enega ključnih mehanizmov konstrukcije "Drugih" v medijih definira navajanje več citatov s strani večinske družbe (Van Dijk, 1995 v Žnidaršič, 2000: 30) oz. v tem primeru s strani "Nas". "Drugih" tako ne dobijo priložnosti, da bi bili v medijih predstavljeni tudi njihovi pogledi in argumenti, temveč so predstavljeni le kot objekti, o katerih mediji poročajo.

Če je pozitivnost medijskega vrednotenja "Nas" večja, je bolj poudarjen tudi nacionalistični okvir medijskega umeščanja, ki hkrati pomeni večjo osredotočenost na lasten narod in na mnenja in stališča, ki so "naša". Argumenti "Drugih" lahko izpodbijajo "naše" argumente in jih mediji zato ne navajajo, ali pa se medijem preprosto ne zdijo dovolj pomembni, da bi jih navedli. Mnenja "Drugih" ne spadajo k nobeni izmed novičarskih vrednot²¹.

Tudi konstrukcija "Nas" kot nacionalnih kolektivitet pomeni večjo poudarjenost nacionalističnega medijskega okvira umeščanja in s tem večjo prisotnost virov in citatov s strani "Nas" in manj s strani "Drugih".

Pozitivnost medijskega vrednotenja interakcij "Nas" z "Drugimi" pa pomeni manjšo nacionalistično umeščenost v medijih. V primeru, ko so interakcije "Nas" z njimi ocenjene kot pozitivne, so bolj pozitivno vrednoteni tudi "Drugih" sami. S tem njihova stališča in citati pridobijo na pomembnosti za medijsko poročanje.

²¹ Dvanajst novičarskih vrednot po Galtungu in Rugevi je: pogostost, vstopni prag, pomembnost, jasnost, konsonantnost, nepričakovanost, kontinuiteta, kompozicija, nanašanje na elitne naroda, nanašanje na elitne ljudi, nanašanje na ljudi, negativnost (Galtung, Ruge, 1965 v Erjavec, 1999: 54). (Galtung, Ruge, 1973 v Hartley 1982: 76).

4.6 Metodologija

4.6.1 Raziskava

Podatki za to delo so bili zbrani v okviru raziskave z naslovom *Media Construction of the "Other" during War Time* (Turnšek, Pirnat, Pišljar, 2004), ki smo jo izvedli v okviru mednarodnega projekta *The Information Wars in the Balkans since 1991*²².

V prvem delu analize so bili zbrani vsi članki iz teh obdobj, katerih tema je bil eden izmed teh dogodkov. Analiza člankov je zajemala splošne podatke, ki pa jih ne bomo zajeli v tem diplomskem delu²³.

Za to nalogo je pomemben drugi del analize, kjer smo uporabili Osgodoovo metodo analize vsebine. Iz vseh člankov, ki smo jih zbrali za prvotno analizo, smo naredili naključni vzorec, pri katerem smo izbrali vsako drugo zbrano časopisno stran. Število člankov, ki so nato bili analizirani so pomočjo Osgodoove metode analize vsebin, lahko razberemo iz tabele 3.6.1.1, tj. skupno 1617 člankov. Vzorec člankov smo nato naključno razdelili med 14 koderjev, ki so opravili 20 ur učenja metode.

V Tabeli 4.6.1 je navedeno število analiziranih vrednostnih sodb za vsakega izmed časopisov v vseh treh časovnih obdobjih. Vsega skupaj je bilo izoliranih in analiziranih 11907 vrednostnih sodb o različnih objektih percepcije.

Tabela 4.6.1 Število analiziranih člankov in vrednostnih sodb s pomočjo Osgodoove metode analize vsebin

| Ime tiska / leto | Delo | | Dnevnik | | Mladina | | Skupaj | |
|---------------------|--------------------|--------------------------------|--------------------|--------------------------------|--------------------|--------------------------------|--------------------|--------------------------------|
| | Število člankov | Število vrednostnih sodb | Število člankov | Število vrednostnih sodb | Število člankov | Število vrednostnih sodb | Število člankov | Število vrednostnih sodb |
| 1991 | 682 | 3970 | 494 | 3028 | 44 | 688 | 1220 | 7686 |
| 1994 | 99 | 776 | 64 | 622 | 8 | 31 | 171 | 1429 |
| 1999 | 124 | 1346 | 82 | 1234 | 20 | 212 | 226 | 2792 |
| Skupaj | 905 | 6092 | 640 | 4884 | 72 | 931 | 1617 | 11907 |

4.6.2 Zanesljivost

²² Organizator je bil *KomTech Institute for Communication and Technology research, Solingen, Nemčija* v sodelovanju z *Institute of Political Science, Innsbruck University, Innsbruck, Avstria*. Projekt smo vodile tri študentke *Komunikologije, Teoretsko metodološke smeri na FDV* (Maja Turnšek, Marjeta Pirnat in Tjaša Pišljar) pod mentorstvom prof. dr. Slavka Splichala.

Pri analizi podatkov nam je pomagalo 11 koderjev, prav tako *študentov Komunikologije, Teoretsko metodološke smeri na FDV*: Maja Bizjak, Natalija Brumec, Tanja Čermelj, Martina Čiković, Manca Dolenc, Damir Ilić, Andreja Jagrič, Kristina Jurjevec, Katja Pušnik, Anja Šimenko, Maja Špindler.

²³ Podatki, kot so: velikost časopisne strani, velikost članka, žanr članka, prisotnost in vrsta grafičnega dodatka itd. Kodirna knjiga je dodana kot Priloga 1.

Po učenju je vseh 14 koderjev opravljalo test zanesljivosti na 10 člankih²⁴.

Izračunali smo koeficient zanesljivosti:

$$I = 2 * AO_{1,2} / (AO_1 + AO_2)$$

Pri čemer je AO_1 celotno število objektov precepcije, ki jih je določil prvi koder, in AO_2 celotno število objektov percepcije, kot jih je določil drugi koder, $AO_{1,2}$ pa minimalno število določenih objektov percepcije. Vidimo, da dobimo 100% strinjanje oz. zanesljivost le v primeru, če sta oba koderja določila natanko enako število objektov percepcije.

Koeficient zanesljivosti je bil različen za vse spremenljivke, kar je razvidno iz tabele 4.6.2 Tabela

4.6.2 Koeficient zanesljivosti za spremenljivke

| Spremenljivka | Koeficient zanesljivosti |
|--|--------------------------|
| Medijsko vrednotenje "Nas" | 0,89 |
| Kategorizacija "Nas" kot nacionalnih kolektivitet | 0,81 |
| Medijsko vrednotenje interakcij "Nas" do "Drugih" | 0,86 |
| Medijsko vrednotenje "Drugih" | 0,89 |
| Kategorizacija "Drugih" kot nacionalnih kolektivitet | 0,81 |
| Medijsko vrednotenje interakcij "Drugih" do "Nas" | 0,86 |
| Navajanje "Drugih" | 0,71 |

Vidimo, da se zanesljivost vseh spremenljivk razen navajanja "Drugih" giblje nad 80 %. To pomeni, da spremenljivka navajanje "Drugih" ni dovolj statistično zanesljivo določena in jo bo treba izločiti iz analize oz. njeno porazdeljevanje obravnavati le informativno brez možnosti posploševanja.

4.6.3 Metoda

Metoda, ki smo jo uporabili, se imenuje analiza vrednostno določenih trditev. Razvili so jo Charles E. Osgood, Sol Sapporta in Jum C. Nunnally (1973).

"Analiza vrednostno določenih trditev je vrsta analize vsebine, katere splošni namen je izločiti iz sporočila vrednotenje različnih pojmov. Metoda je v najmanjši meri odvisna od učinkov sporočila na recipiente ali obstoječih stališč šifrantov. Izhaja iz kombinirane uporabe kongruenčnega principa oblikovanja in spreminjanja stališč ... in določenih principov lingvistične analize." (Osgood, Sapporta, Nunnally, 1973: 141)

Metoda omogoča merjenje usmerjenosti in intenzivnosti vrednostnih trditev. Vendar pa smo v naši analizi merili le usmerjenost vrednostnih trditev (pozitivna ali negativna vrednostna trditev o objektu percepcije). Intenzivnost smo zaradi prevelikega nestrinjanja koderjev morali opustiti.

²⁴ V letu 1991: 1 iz Dela, 1 iz Dnevnika in 1 iz Mladine. V letu 1994: 1 iz Dela, in 1 iz Dnevnika. V letu 1999: 1 iz Dela, 1 iz Dnevnika in 1 iz Mladine.

4.7 Rezultati

Tabela 4.7.1. Dimenzije nacionalističnosti referenčnega okvira umeščanja v medijih in medijskega odnosa do "Drugih"

| Leto | Časopis | Vrednotenje »Nas« (1=pozitivno, 2=negativno) | | Kategorizacija »Nas« kot nacionalnih kolektivitet (Večji je delež, bolj pogosta je kategorizacija) | | Vrednotenje interakcij »Nas« do »Drugih« (1=pozitivno, 2=negativno) | | Vrednotenje »Drugih« (1=pozitivno, 2=negativno) | | Kategorizacija »Drugih« kot nacionalnih kolektivitet (Večji je delež, bolj pogosta je kategorizacija) | | Vrednotenje interakcij »Drugih« do »Nas« (1=pozitivno, 2=negativno) | | Navajanje »Drugih« (Večji je delež, bolj pogosto je navajanje) | |
|------|---------------|--|------|--|-----|--|-----|--|------|---|-----|--|-----|--|-----|
| | | x | N | % | N | x | N | x | N | % | N | x | N | % | N |
| 1991 | Delo | 1,26 | 1159 | 26,4 | 279 | 1,24 | 70 | 1,50 | 554 | 22,5 | 103 | 1,27 | 73 | 31,6 | 363 |
| | Dnevnik | 1,32 | 923 | 16,7 | 111 | 1,36 | 48 | 1,54 | 239 | 14,5 | 37 | 1,48 | 68 | 25,3 | 173 |
| | Mladina | 1,52 | 277 | 13,5 | 30 | 1,75 | 8 | 1,60 | 53 | 35,9 | 14 | 1,70 | 10 | 35,4 | 52 |
| | | 1,31 | 2359 | 21,6 | 420 | 1,33 | 126 | 1,51 | 900 | 20,5 | 154 | 1,39 | 151 | 29,7 | 588 |
| 1994 | Delo | 1,62 | 61 | 14,3 | 7 | 1,75 | 20 | 1,39 | 213 | 42,6 | 92 | 1,50 | 8 | 77,1 | 101 |
| | Dnevnik | 1,20 | 26 | 17,7 | 1 | 1,13 | 8 | 1,37 | 205 | 35,0 | 76 | - | - | 100,0 | 47 |
| | Mladina | 1,20 | 5 | 50,0 | 1 | 2,00 | 1 | 1,57 | 14 | 33,3 | 3 | - | - | - | - |
| | | 1,48 | 92 | 14,1 | 9 | 1,59 | 29 | 1,38 | 432 | 38,7 | 171 | 1,50 | 8 | 83,1 | 148 |
| 1999 | Delo | 1,24 | 98 | 13,6 | 12 | 1,36 | 17 | 1,56 | 362 | 35,6 | 111 | 1,21 | 14 | 38,8 | 120 |
| | Dnevnik | 1,40 | 241 | 24,5 | 52 | 1,70 | 30 | 1,61 | 346 | 42,4 | 142 | 1,47 | 15 | 19,4 | 63 |
| | Mladina | 1,43 | 23 | 37,5 | 6 | 1,50 | 2 | 1,44 | 93 | 40,0 | 38 | 1,00 | 1 | 71,0 | 22 |
| | | 1,32 | 362 | 22,2 | 70 | 1,57 | 49 | 1,57 | 801 | 39,2 | 291 | 1,33 | 30 | 30,9 | 205 |
| | Delo | 1,28 | 1318 | 25,0 | 298 | 1,36 | 107 | 1,49 | 1129 | 31,0 | 306 | 1,28 | 95 | 36,8 | 584 |
| | Dnevnik | 1,33 | 1190 | 18,4 | 164 | 1,37 | 86 | 1,53 | 844 | 31,6 | 255 | 1,47 | 83 | 26,8 | 283 |
| | Mladina | 1,50 | 305 | 15,4 | 37 | 1,73 | 11 | 1,51 | 160 | 38,5 | 55 | 1,64 | 11 | 41,6 | 74 |
| | Skupaj | 1,35 | 2813 | 21,5 | 499 | 1,42 | 204 | 1,51 | 2133 | 31,8 | 616 | 1,39 | 189 | 33,3 | 941 |

Tabela 4.7.2 Preverjanje hipotez

| Hipoteza | Vojna za slovensko osamosvojitvev | | Pokol na sarajevski tržnici | | Bombardiranje Beograda | |
|--|-----------------------------------|--------------|-----------------------------|--------------|------------------------|--------------|
| | Pearsonov koeficient | Signifikanca | Pearsonov koeficient | Signifikanca | Pearsonov koeficient | Signifikanca |
| H1: Večja kot je pozitivnost medijskega vrednotenja »Nas«, večja je negativnost medijskega vrednotenja »Drugih«. | 0,983 | 0,119 | -0,419 | 0,725 | -0,372 | 0,758 |
| H2: Pogostejša kot je kategorizacija »Nas« kot nacionalnih kolektivitet, večja je negativnost medijskega vrednotenja »Drugih«. | -0,922 | 0,253 | - | - | -0,723 | 0,486 |
| H3: Večja kot je pozitivnost vrednotenja interakcije »Nas« z »Drugimi«, manjša je negativnost medijskega vrednotenja »Drugih«. | 0,984 | 0,116 | - | - | - | - |
| H4: Večja kot je pozitivnost medijskega vrednotenja »Nas«, bolj pogosta je medijska kategorizacija »Drugih« kot nacionalnih kolektivitet. | 0,825 | 0,383 | - | - | 0,876 | 0,320 |
| H5: Pogostejša kot je kategorizacija »Nas« kot nacionalnih kolektivitet, bolj pogosta je medijska kategorizacija »Drugih« kot nacionalnih kolektivitet. | -0,376 | 0,755 | - | - | 0,598 | 0,592 |
| H6: Večja kot je pozitivnost vrednotenja interakcije »Nas« do »Drugih«, bolj pogosta je medijska kategorizacija »Drugih« kot nacionalnih kolektivitet. | 0,822 | 0,386 | - | - | - | - |
| H7: Večja kot je pozitivnost medijskega vrednotenja »Nas«, večja je negativnost medijskega vrednotenja interakcij »Drugih« do »Nas«. | 0,959 | 0,183 | - | - | - | - |
| H8: Večja kot je kategorizacija »Nas« kot nacionalnih kolektivitet, manjša je pozitivnost medijskega vrednotenja interakcij »Drugih« do »Nas«. | -0,956 | 0,189 | - | - | - | - |
| H9: Večja kot je pozitivnost vrednotenja interakcije »Nas« do »Drugih«, večja je pozitivnost medijskega vrednotenja interakcij »Drugih« do »Nas«. | 0,960 | 0,180 | - | - | - | - |

Tabela 4.7.3. Medijsko vrednotenje narodov nekdanje Jugoslavije in SFRJ ter JNA²⁵

| Leto | Časopis | SFRJ | | JLA | | Hrvati | | Srbi | | Bosanci | | Albanci | | Makedonci | | |
|---------------|---------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-----------|
| | | x | N | | | x | N | x | N | x | N | x | N | x | N | |
| 1991 | Delo | 1,58 | 284 | 1,66 | 325 | 1,35 | 223 | 1,60 | 259 | 1,65 | 17 | 1,29 | 24 | 1,52 | 31 | |
| | Dnevnik | 1,56 | 183 | 1,72 | 208 | 1,43 | 108 | 1,68 | 148 | 1,37 | 27 | 1,00 | 3 | 1,29 | 7 | |
| | Mladina | 1,62 | 65 | 1,52 | 81 | 1,25 | 8 | 1,70 | 43 | 1 | 1 | - | 7 | 1 | 1 | |
| | | 1,58 | 532 | 1,66 | 614 | 1,38 | | 339 | 1,64 | 450 | 1,47 | 45 | 1,26 | 27 | 1,46 | 39 |
| 1994 | Delo | - | - | - | - | 1,26 | 88 | 1,54 | 61 | 1,41 | 63 | 1,00 | 1 | - | - | |
| | Dnevnik | - | - | - | - | 1,21 | 61 | 1,60 | 76 | 1,25 | 67 | 1,00 | 1 | - | - | |
| | Mladina | - | - | - | - | 1,75 | 4 | 1,50 | 10 | - | 0 | - | - | - | - | |
| | | - | - | - | - | 1,26 | 153 | 1,57 | 147 | 1,33 | 130 | 1,00 | 2 | - | - | |
| 1999 | Delo | - | - | - | - | 1,42 | 12 | 1,56 | 279 | 1,57 | 14 | 1,47 | 43 | 1,86 | 14 | |
| | Dnevnik | - | - | - | - | 1,60 | 5 | 1,69 | 252 | 1,67 | 15 | 1,32 | 63 | 1,55 | 11 | |
| | Mladina | - | - | - | - | 1,50 | 2 | 1,50 | 72 | 1,00 | 4 | 1,27 | 15 | - | - | |
| | | - | - | - | - | 1,47 | 19 | 1,61 | 603 | 1,55 | 33 | 1,36 | 121 | 1,72 | 25 | |
| | Delo | 1,58 | 284 | 1,66 | 325 | 1,33 | 323 | 1,58 | 599 | 1,48 | 94 | 1,40 | 68 | 1,62 | 45 | |
| | Dnevnik | 1,56 | 183 | 1,72 | 208 | 1,36 | 174 | 1,67 | 476 | 1,34 | 109 | 1,30 | 67 | 1,44 | 18 | |
| | Mladina | 1,62 | 65 | 1,52 | 81 | 1,43 | 14 | 1,57 | 125 | 1,00 | 5 | 1,27 | 15 | 1 | 1 | |
| Skupaj | | 1,58 | 532 | 1,66 | 614 | 1,34 | 511 | 1,61 | 1200 | 1,39 | 208 | 1,34 | 150 | 1,57 | 64 | |

Tabela 4.7.4 Kategorizacija narodov SFRJ kot nacionalnih kolektivitet

| Leto | Časopis | Hrvati | | Srbi | | Bosanci | | Albanci | | Makedonci | |
|---------------|---------|-------------|-----------|-------------|------------|-------------|-----------|-------------|------------|-------------|----------|
| | | % | N | % | N | % | N | % | N | % | N |
| 1991 | Delo | 26,3 | 45 | 16,7 | 36 | 11,8 | 2 | 94,4 | 17 | - | 3 |
| | Dnevnik | 18,9 | 8 | 9,8 | 12 | 27,3 | 6 | 20,0 | 1 | - | - |
| | Mladina | 60 | 3 | 32,4 | 11 | - | - | - | - | - | - |
| | | 24,4 | 66 | 15,9 | 59 | 20,5 | 8 | 78,3 | 18 | 8,1 | 3 |
| 1994 | Delo | 43,2 | 35 | 43,4 | 21 | 50,0 | 35 | 100 | 1 | 11,8 | 2 |
| | Dnevnik | 21,0 | 13 | 50,0 | 43 | 29,9 | 20 | - | - | 18,2 | 2 |
| | Mladina | 50,0 | 2 | 20,0 | 1 | - | - | - | - | - | - |
| | | 34,0 | 50 | 42,8 | 65 | 40,1 | 55 | 50,0 | 1 | 14,3 | 4 |
| 1999 | Delo | 11,1 | 1 | 34,7 | 78 | 16,0 | 4 | 74,3 | 26 | - | - |
| | Dnevnik | - | - | 38,6 | 93 | - | - | 81,0 | 47 | - | - |
| | Mladina | - | - | 32,4 | 23 | 75,0 | 3 | 70,6 | 12 | - | - |
| | | 6,7 | 1 | 32,4 | 194 | 17,1 | 7 | 77,3 | 85 | - | - |
| | Delo | 31,0 | 81 | 26,9 | 135 | 36,6 | 41 | 81,5 | 44 | 10,4 | 5 |
| | Dnevnik | 19,3 | 31 | 32,9 | 148 | 25,7 | 26 | 75,0 | 48 | 11,8 | 2 |
| | Mladina | 45,5 | 5 | 31,8 | 35 | 75,0 | 3 | 70,6 | 12 | - | - |
| Skupaj | | | | 30,0 | 318 | 32,3 | 70 | 77,0 | 104 | 10,8 | 7 |

²⁵ Medijsko vrednotenje SFRJ in JNA smo opravili le v primeru slovenske vojne za osamosvojitve saj ob pokolu na sarajevski tržnici in bombardiranju Beograda SFRJ in JNA nista več obstajali.

Tabela 4.7.5 Vrednotenje interakcij Slovencev do narodov SFRJ

| Leto | Časopis | Do Hrvatov (1=pozitivno, 2=negativno) | | Do Srbov (1=pozitivno, 2=negativno) | | Do Bosancev (1=pozitivno, 2=negativno) | | Do Albancev (1=pozitivno, 2=negativno) | | Do Makedoncev (1=pozitivno, 2=negativno) | |
|------|---------|---|----|---|----|--|----|--|----|--|---|
| | | x | N | x | N | x | N | x | N | x | N |
| 1991 | Delo | 1,14 | 35 | 1,44 | 27 | - | - | 1,00 | 5 | 1,00 | 3 |
| | Dnevnik | 1,16 | 19 | 1,63 | 24 | 1,00 | 3 | 1,00 | 1 | 1,00 | 1 |
| | Mladina | 1,50 | 4 | 2 | 3 | - | - | - | - | 2,00 | 1 |
| | | 1,17 | 58 | 1,56 | 54 | 1,00 | 3 | 1,00 | 6 | 1,2 | 5 |
| 1994 | Delo | - | - | 1,81 | 16 | 1,00 | 2 | 2,00 | 1 | - | - |
| | Dnevnik | - | - | - | - | 1,00 | 7 | - | - | - | - |
| | Mladina | 2 | 1 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| | | 2 | 1 | 1,81 | 16 | 1,00 | 9 | 2,00 | 1 | - | - |
| 1999 | Delo | - | - | 1,38 | 16 | - | - | 1,00 | 11 | - | - |
| | Dnevnik | 1,25 | 4 | 1,43 | 7 | 2,00 | 1 | 1,89 | 18 | - | - |
| | Mladina | - | - | 1,5 | 2 | - | - | - | - | - | - |
| | | 1,25 | 4 | 1,4 | 25 | 2,00 | 1 | 1,84 | 19 | - | - |
| | Delo | 1,14 | 35 | 1,53 | 59 | 1,00 | 2 | 1,14 | 7 | 1,00 | 3 |
| | Dnevnik | 1,17 | 23 | 1,58 | 31 | 1,09 | 11 | 1,84 | 19 | 1,00 | 1 |
| | Mladina | 1,60 | 5 | 1,80 | 5 | - | - | - | - | 2,00 | 1 |
| | | 1,19 | 63 | 1,56 | 95 | 1,08 | 13 | 1,65 | 26 | 1,2 | 5 |

Tabela 4.7.6 Vrednotenje interakcij narodov SFRJ do Slovencev

| Leto | Časopis | Hrvati (1=pozitivno, 2=negativno) | | Srbi (1=pozitivno, 2=negativno) | | Bosanci (1=pozitivno, 2=negativno) | | Albanci (1=pozitivno, 2=negativno) | | Makedonci (1=pozitivno, 2=negativno) | |
|------|---------|---|---|---------------------------------------|----|--|---|--|----|--|---|
| | | x | N | x | N | x | N | x | N | x | N |
| 1991 | Delo | 2,00 | 1 | 1,53 | 17 | - | - | 1,11 | 9 | 2,00 | 1 |
| | Dnevnik | - | - | 1,73 | 33 | 1,00 | 9 | 1,00 | 1 | 1,00 | 2 |
| | Mladina | - | - | 1,88 | 8 | - | - | - | - | - | - |
| | | 2,00 | 1 | 1,69 | 58 | 1,00 | 9 | 1,10 | 10 | 1,33 | 3 |
| 1994 | Delo | - | - | 1,50 | 8 | - | - | - | - | - | - |
| | Dnevnik | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| | Mladina | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| | | - | - | 1,5 | 8 | - | - | - | - | - | - |
| 1999 | Delo | - | - | 1,21 | 14 | - | - | - | - | - | - |
| | Dnevnik | - | - | 1,60 | 10 | - | - | 1,25 | 4 | - | - |
| | Mladina | - | - | 1,00 | 1 | - | - | - | - | - | - |
| | | - | - | 1,36 | 25 | - | - | 1,25 | 4 | - | - |
| | Delo | 2,00 | 1 | 1,41 | 39 | - | - | 1,11 | 9 | 2,00- | 1 |
| | Dnevnik | - | - | 1,70 | 43 | 1,00 | 9 | 1,2 | 5 | 1,00 | 2 |
| | Mladina | - | - | 1,78 | 9 | - | - | - | - | - | - |
| | | 2,00 | 1 | 1,58 | 91 | 1,00 | 9 | 1,14 | 14 | 1,33 | 3 |

Tabela 4.7.7 Navajanje narodov SFRJ

| Leto | Časopis | Hrvati | | Srbi | | Bosanci | | Albanci | | Makedonci | |
|------|---------|--------|-----|------|-----|---------|----|---------|----|-----------|----|
| | | % | N | % | N | % | N | % | N | % | N |
| 1991 | Delo | 38,6 | 64 | 45,2 | 75 | 4,8 | 8 | - | 9 | 11,4 | 19 |
| | Dnevnik | 24,0 | 25 | 62,5 | 65 | 9,6 | 10 | - | 1 | 3,8 | 4 |
| | Mladina | - | - | 100 | 6 | - | - | - | - | - | - |
| | | 32,2 | 89 | 52,9 | 146 | 6,5 | 18 | - | 10 | 8,3 | 23 |
| 1994 | Delo | 22,9 | 22 | 69,8 | 67 | 7,3 | 7 | - | - | - | - |
| | Dnevnik | 21,1 | 8 | 57,9 | 22 | 21,1 | 8 | - | - | - | - |
| | Mladina | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| | | 22,4 | 30 | 66,4 | 89 | 11,2 | 15 | - | - | - | - |
| 1999 | Delo | - | - | 87,6 | 99 | 3,5 | 4 | 2,7 | 3 | 6,2 | 7 |
| | Dnevnik | - | - | 91,4 | 53 | - | - | 5,2 | 3 | 3,4 | 2 |
| | Mladina | - | - | 81,8 | 18 | - | - | 18,2 | 4 | - | - |
| | | - | - | 88,1 | 170 | 2,1 | 4 | 5,2 | 10 | 4,7 | 9 |
| | Delo | 22,9 | 86 | 64,3 | 241 | 5,1 | 19 | 0,8 | 3 | 9,6 | 26 |
| | Dnevnik | 16,5 | 33 | 70,0 | 140 | 9,0 | 18 | 1,5 | 3 | 3,0 | 6 |
| | Mladina | - | - | 85,7 | 24 | - | - | 14,3 | 4 | - | - |
| | | 19,7 | 119 | 67,2 | 405 | 6,1 | 37 | 1,7 | 10 | 5,3 | 32 |

4.7.1 Slovenska vojna za osamosvojitve

Ob vojni za osamosvojitve so si Slovenci prizadevali za najvišji cilj nacionalnega gibanja - samostojno Republiko Slovenijo. V desetih dneh vojne je bil to edini dogodek, ki je pritegnil pozornost medijev. Količina vrednostnih trditvev, kjer je bilo vrednoteno slovenstvo je zato izredno velika (2359, tabela 4.7.1). To razloži, zakaj na prvi pogled ob tem dogodku dobimo vtis, da je nacionalističnost medijskega okvira umeščanja na izredno visoki ravni.

Vendar pa dimenzije nacionalističnosti kažejo, da ob tem dogodku nacionalističnost ni bila tako visoka, kot bi lahko pričakovali. Predvidevala sem, da bo zaradi vpletenosti Slovencev v vojno, katere poglaviti cilj je bila osamosvojitve in lastna država, nacionalističnost medijskega okvira izredno visoka. Pri tem dogodku je bil lasten narod vpleten v vojni konflikt in je bila potreba po izgrajevanju pozitivne podobe lastnega naroda višja, saj je bilo treba upravičiti dejanja in razloge, zakaj so Slovenci sploh v vojni.

Prva dimenzija, *medijsko vrednotenje "Nas"*, kaže na prisotnost nacionalističnega okvira umeščanja (1,31, tabela 4.7.1), kar je v skladu s predvidevanji, da bo zaradi upravičevanja vpletenosti v vojno lasten narod vrednoten pozitivno. Tudi druga dimenzija, *kategorizacija "Nas" kot nacionalnih kolektivitet*, bi lahko kazala prisotnost nacionalističnosti medijskega okvira umeščanja. Slovenci so bili imenovani le po svoji nacionalnosti v 21,6 % primerov (tabela 4.7.1). Vendar pa v tem primeru kategorizacija nacionalističnosti zahteva višje deleže, da bi lahko sklepali iz nje o nacionalističnosti medijskega okvira. Pri ostalih dveh dogodkih Slovenci niso bili neposredno vpleteni in je poimenovanje le po nacionalni pripadnosti pomenilo kategorizacijo in resnično posploševanje na cel narod, saj so lahko bili vpleteni le politiki ali predstavniki države. Ob vojni za slovensko osamosvojitve pa ne gre samo za kategorizacijo kot posploševanje in medijsko "predalčkanje" temveč so Slovenci kot narod oz. kot veliko število posameznikov resnično bili vpleteni v dogajanje. Pričakovali bi torej, da bo kategorizacija "Nas" ob vojni za osamosvojitve najvišja, saj se v tem letu združita mehanizem kognitivne kategorizacije in poročanje o resničnih skupinah. Vendar pa je ob bombardiranju Beograda, kjer Slovenci niso bili vpleteni, kategorizacija skoraj tako pogosta kot ob vojni za osamosvojitve (21,5 %, tabela 4.7.1). Kategorizacija "Nas" kot nacionalnih kolektivitet je torej ob vojni za slovensko osamosvojitve v resnici še nižja in ne kaže na visoko nacionalističnost medijskega okvira.

O visokem nacionalističnem okviru ob vojni za osamosvojitve lahko dvomimo tudi ob tretji dimenziji, *medijskem vrednotenju interakcij "Nas" do "Drugih"*, ki je pozitivna (1,33, tabela 4.7.1). Interakcije, ki so jih vodili Slovenci do "Drugih", so bile torej vrednotene kot pozitivne in prijateljske. Takšno stanje pa pomeni majhno nacionalističnost medijskega okvira umeščanja. Vzrok je verjetno v tem, da je bila v tem vojnem konfliktu uradni sovražnik, proti kateremu se je borila Slovenija, SFRJ in njena JNA. Tako Slovenija ni bila v vojni z narodi SFRJ temveč s SFRJ in

JNA in mediji so vrednotili odnos Slovencev do narodov SFRJ (razen srbskega) pozitivno. Takšno domnevo podpira tudi prva dimenzija medijske konstrukcije "Drugih", *vrednotenje "Drugih"*, ki je ob slovenski vojni za osamosvojitve ravno na meji s pozitivnim (1,51, tabela 4.7.1). V tem primeru so vsi narodi SFRJ združeni v eno skupino. Iz tabele 4.7.3 lahko razberemo medijsko vrednotenje SFRJ in JNA ter vsakega izmed narodov SFRJ posebej. Najbolj negativno je bila v tem obdobju ocenjena JNA (1,66, tabela 4.7.3) in SFRJ (1,58, tabela 4.7.3), kar podpira tezo, da je bila uradni sovražnik SFRJ in njena vojska JNA. Sovražnik je bila tudi Srbija, ki je bila prav tako vrednotena negativno (1,64, tabela 4.7.3). Tudi medijsko vrednotenje interakcij Slovencev do Srbov je bilo negativno (1,56, tabela 4.7.5).

Z izjemo Srbov so bili ob vojni za osamosvojitve vsi ostali narodi vrednoteni pozitivno. Najbolj Hrvati (1,38, tabela 4.7.3). Hrvati so bili, prav tako kot Slovenci, v konfliktu s SFRJ in JNA. Nova Republika Hrvaška, ki je nastala ob istem dnevu kot Republika Slovenija, je imela skupni cilj s Slovenijo – osamosvojitve - in s tem tudi skupne sovražnike – SFRJ, JNA in Srbijo. Na skupne cilje in prijateljske odnose med Slovenci in Hrvati kaže medijsko vrednotenje interakcij "Nas" do Hrvatov, ki je bilo vrednoteno izredno pozitivno (1,17, tabela 4.7.5). Medijsko vrednotenje interakcij Hrvatov do Slovencev (tabela 4.7.6) pa pokaže, da je bil ta odnos predvsem enosmeren. Slovenci so bili vrednoteni kot aktivni akterji ob vojni za Slovenijo in kot pozitivno dejavni do Hrvatov. Hrvati pa obratno sploh niso bili vrednoteni kot aktivni do Slovencev. Kljub temu, da so se Slovenci in Hrvati osamosvojili skupaj in so se skupaj borili za isti cilj, pa so mediji zasluge pripisovali le Slovincem, ki bi naj *"pomagali Hrvatom"*, da bi pa *"Hrvati pomagali Slovincem"*, pa ni bilo zaslediti.

Če pogledamo še druge dimenzije medijske konstrukcije "Drugih", vidimo, da ob vojni za slovensko osamosvojitve ta ni bila negativna. Kot že omenjeno, *vrednotenje "Drugih"* je bilo na meji med pozitivnim in negativnim in če izvzamemo Srbe je bilo pozitivno. *Kategorizacija "Drugih"* (20,5 %, tabela 4.7.3) je bila skoraj enako pogosta kot kategorizacija "Nas" (21,6 %). *Vrednotenje interakcij "Drugih" do "Nas"* je bilo pa prav tako na meji med pozitivnim in negativnim (1,50, tabela 4.7.3). Tudi *navajanje "Drugih"* je prepogosto, da bi lahko sklepali o negativni konstrukciji "Drugih" (29,7 %).

Prvi vzrok za takšno stanje je verjetno dejstvo, da je bila Slovenija v vojnem konfliktu s SFRJ in JNA. Edini, ki so bili obravnavani kot sovražniki so bili Srbi. Hrvati so bili obravnavani kot prijatelji, ki se borijo za enak cilj proti istemu sovražniku. Ostali narodi pa, čeprav je bilo njihovo medijsko vrednotenje že skoraj na meji s pozitivnim, kot *"bratje, s katerimi se poslavljam, proti katerim pa nimamo negativnega odnosa"*.

Nadalje, možno je, da je razlog za nižjo nacionalističnost medijskega okvira, kot smo jo pričakovali, ravno enak tistemu, zaradi katerega smo predvidevali visoko nacionalističnost

medijskega okvira – vpletenost Slovencev v vojno. Možno je, da je vpletenost v vojno zbudila strah in dvom v nacionalistične cilje. Cilj, ki ga je postavila *Nova revija št. 57* – nacionalna neodvisnost - je bil še vedno pomemben, vendar pa so nasilni dogodki vojne in strah pred ekonomskimi posledicami osamosvojitve, po kateri bo Slovenija izgubila svoj položaj najbolj razvite republike v Jugoslaviji z močnim tržiščem po celotni SFRJ, doprinesli dvom in večjo kritičnost do dogajanja.

Nacionalističnost medijskega okvira pred vojno za osamosvojitve, to je konec osemdesetih in ob času referendumu za osamosvojitve²⁶, je morda bila izredno visoka, ko se je ljudstvo odločilo za samostojnost, in je bila nacionalna identiteta v skladu s političnimi težnjami in propagando za osamosvojitve veliko bolj medijsko izpostavljena. Vojna je verjetno bila tisti dejavnik, ki je medije "streznil". Pojavil se je dvom in želja po ureditvi razmer. Upoštevati je treba dejstvo, da mediji niso vedno popolnoma v rokah političnih in komercialnih sil²⁷ in ob vojni za slovensko osamosvojitve verjetno niso bili uporabljeni le kot orodje politične in vojne propagande.

Obdobje vojne za slovensko osamosvojitve je bilo edino pri katerem smo lahko izračunali korelacije za vse hipoteze (pri ostalih dveh dogodkih je bilo premajhno število vrednostnih sodb za nekatere časopise), kar je razvidno iz tabele 4.7.2. Pearsonov koeficient kaže povezanost za večino hipotez v tem letu (signifikanca je visoka zato ker smo imeli za vsako spremenljivko le tri enote). Vendar pa povezanosti niso vedno v enaki smeri, kot jih predvidevajo hipoteze, temveč tudi v obratni.

Tako imamo obratno povezanost med prvima dvema dimenzijama nacionalističnosti medijskega okvira in medijskim vrednotenjem "Drugih".

H1: Večja kot je pozitivnost medijskega vrednotenja "Nas", večja je negativnost medijskega vrednotenja "Drugih".

Pearsonov koeficient (0,983) kaže močno povezanost v obratni smeri, kot pa je postavljena hipoteza. Rezultati kažejo na ravno obratno situacijo:

Večja kot je pozitivnost medijskega vrednotenja "Nas", manjša je negativnost medijskega vrednotenja "Drugih".

H2: Pogostejša kot je kategorizacija "Nas" kot nacionalnih kolektivitet, večja je negativnost medijskega vrednotenja "Drugih".

Tudi tukaj kaže Pearsonov koeficient (-0,922) obratno povezanost kot pa jo predvideva hipoteza:

Pogostejša kot je kategorizacija "Nas" kot nacionalnih kolektivitet, manjša je negativnost

²⁶ Kar je pa le predvidevanje, saj v našo analizo na žalost nismo zajeli medijskega poročanja v obdobjih pred vojno za osamosvojitve.

²⁷ Stanje navadno ni idealno, vendar so trditve o popolni medijski odvisnosti od političnih in ekonomskih faktorjev skrajni pol. Nasprotno gledanje na množične medije izpostavlja njihovo funkcijo četrte veje oblasti, "psov čuvajev", ki nadzirajo oblast. Resnica je verjetno nekje vmes, odvisno od družbenega sistema v katerem delujejo mediji.

medijskega vrednotenja "Drugih".

Sklenemo lahko, da ob vpletenosti Slovenije v vojni konflikt medijsko vrednotenje "Drugih" ni bilo bolj negativno ob večanju nacionalističnega okvira umeščanja, temveč je bilo celo bolj pozitivno. Vzrok je mogoče najti v tretji dimenziji nacionalističnosti medijskega okvira umeščanja, medijskem vrednotenju interakcij "Nas" do "Drugih", pri kateri se kaže povezanost v smeri hipoteze:

H3: Večja kot je pozitivnost vrednotenja interakcije "Nas" do "Drugih", manjša je negativnost medijskega vrednotenja "Drugih" (Pearsonov koeficient: 0,984).

Ta dimenzija nacionalističnosti medijskega okvira umeščanja pojasnjuje okoliščine v katerih kljub visokemu medijskemu vrednotenju "Nas" in visoki medijski kategorizaciji "Nas" kot nacionalnih kolektivitet konstrukcija "Drugih" ni nujno negativna. Odnos "Nas" do "Drugih" je bil namreč ob vojni za slovensko osamosvojitve vrednoten pozitivno in korelacija kaže, da bolj kot je bil vrednoten pozitivno, bolj pozitivno so bili vrednoteni "Drugi". Možno je torej, da je negativnost medijskega vrednotenja "Drugih" upadala zaradi naraščanja pozitivnosti medijskega vrednotenja interakcij "Nas" do "Drugih", ne glede na ostali dve dimenziji nacionalističnosti.

Takšni rezultati zavračajo ključna teoretska stališča te diplomske naloge, da patriotizem ni možen in da vedno, ko imamo pozitivno vrednotenje "Nas", potrebujemo negativno vrednotenje "Drugih" za ohranjanje pozitivne samopodobe. V primeru vojne za slovensko osamosvojitve je bilo ravno obratno. Hkrati z naraščanjem pozitivnega vrednotenja "Nas" je v medijih upadalo negativno vrednotenje "Drugih".

Vzrok lahko poiščemo v specifični lastnosti tega dogodka – vpletenosti Slovenije v vojno. Pri razlagi nam bo pomagala teorija izbora novic, po kateri je eden izmed glavnih kriterijev za izbor novic njihova negativnost²⁸. Po ideologiji konsenzualnega modela skupnosti (Fowler, 1991) ima skupnost (narod) enake in skupne interese brez variacij in izjem. Konsenz zahteva zavedanje enotnosti: *en narod, eno ljudstvo, ena skupnost*. Ta model predvideva, da še posebej ob kriznih dogodkih ni razlik ali nestrinjanja glede interesov ali vrednot populacij in institucij znotraj skupnosti (Fowler, 1991: 46). Fowler meni, da je konsenzualna ideologija, ki prevladuje v medijih, vir konsenzne "Nas" skupine v medijih. Navidezna moralnost konsenza pa je zanikana z željo medijev in bralcev po negativnih novicah (Fowler, 1991: 53). In tarče negativnosti so "Drugi". "Drugi" po Fowlerju (1991) niso del našega konsenza in so pogosto konstruirani negativno: kot nemoralni, slabi, netolerantni itd. (Fowler, 1991: 46). Po Fowlerju je to osnovni dihotomizacijski princip, po katerem nastajajo predsodki in stereotipi v medijih.

Vendar pa je v obdobjih kriz in vojnih konfliktov negativnost novic izredno visoka in "Drugim" ni treba biti žrtve želje po negativnih novicah. Nasprotno, zaradi ogroženosti "Nas" v

vojni postane mir najbolj cenjena vrednota v skupnosti in z njim načini za njegov doseg. "Drugi" so tako vrednoteni pozitivno, še posebej tisti, ki imajo skupne cilje in niso neposredni sovražniki "Nas", saj "Nam" lahko pomagajo pri doseganju miru in varnosti.

Pri peti hipotezi izračun pokaže le rahlo povezanost v obratni smeri, kot predvideva hipoteza:

H5: Pogostejša kot je kategorizacija "Nas" kot nacionalnih kolektivitet, bolj pogosta je kategorizacija "Drugih" kot nacionalnih kolektivitet (Pearsonov koeficient: -0,376).

Vzrok za to je verjetno dejstvo, da je ob vojni za slovensko osamosvojitvev kategorizacija "Nas" kot nacionalnih kolektivitet zajemala tako kognitivni mehanizem kategoriziranja kot poročanje o dejanskih dogodkih, kjer so Slovenci kot večina naroda bili resnično vpleteni in podatek o kategorizaciji "Nas" v tem obdobju ni zanesljiv.

Tudi pri sedmi hipotezi je izračun pokazal obratno povezanost, kot jo je predvidevala hipoteza:

H7: Večja kot je pozitivnost medijskega vrednotenja "Nas", večja je negativnost medijskega vrednotenja interakcij "Drugih" do "Nas".

Pearsonov koeficient (0,959) kaže ravno obratno povezanost:

Večja kot je pozitivnost medijskega vrednotenja "Nas", manjša je negativnost medijskega vrednotenja interakcij "Drugih" do "Nas".

Negativnost medijskega vrednotenja interakcij "Drugih" do "Nas" torej upada s pozitivnim medijskim vrednotenjem "Nas" (*če smo dobri, bodo tudi ostali dobri do "Nas"*). To se sklada s prejšnjim sklepanjem, da večja kot je pomembnost nacionalne identitete v medijskem diskurzu ob vojnem konfliktu, bolj pomembna bo vrednota miru ob vojnih konfliktih in "Drugi" ne bodo tarče želje po negativnih novicah.

Hipoteze, ki povezujejo nacionalističnost medijskega okvira z drugo in tretjo dimenzijo konstrukcije "Drugih", (z *medijsko kategorizacijo "Drugih" kot nacionalnih kolektivitet* in z *medijskim vrednotenjem interakcije "Drugih" do "Nas"*) se pa izkažejo za pravilno usmerjene in jih ne moremo zavreči. Hipoteze, pri katerih izračun korelacij pokaže visoko stopnjo povezanosti so:

H4: Večja kot je pozitivnost medijskega vrednotenja "Nas", bolj pogosta je medijska kategorizacija "Drugih" kot nacionalnih kolektivitet (Pearsonov koeficient: 0,825).

H6: Večja kot je pozitivnost vrednotenja interakcije "Nas" do "Drugih", bolj pogosta je medijska kategorizacija "Drugih" kot nacionalnih kolektivitet (Pearsonov koeficient: 0,822).

H8: Večja kot je kategorizacija "Nas" kot nacionalnih kolektivitet, večja je negativnost medijskega vrednotenja interakcij "Drugih" do "Nas" (Pearsonov koeficient: -0,956).

H9: Večja kot je pozitivnost vrednotenja interakcije "Nas" do "Drugih", manjša je

²⁸ "Slaba novica je dobra novica." (Hartley, 1982: 79).

negativnost medijskega vrednotenja interakcij "Drugih" do "Nas" (Pearsonov koeficient: 0,960).

Sklenemo lahko, da prva in najbolj opazna dimenzija konstrukcije "Drugih" v medijskem poročanju o "Drugih", *medijsko vrednotenje "Drugih"*, zaradi vpletenosti v vojno in miru kot najvišji vrednoti ne postane bolj negativna ob večji nacionalističnosti medijskega okvira. Večji kot je v tem primeru nacionalistični okvir, bolj pomembna je nacionalna identiteta v medijskem diskurzu. Ker pa je nacionalna identiteta zaradi vojne ogrožena, prevladajo mehanizmi za ohranjanje miru. Tako postanejo "Drugi" vedno bolj pozitivni v skladu z naraščanjem pomembnosti nacionalne identitete.

Drugi dve dimenziji konstrukcije "Drugih", *kategorizacija "Drugih" kot nacionalnih kolektivitet in medijsko vrednotenje interakcij "Drugih" do "Nas"*, pa sta manj opazni v medijskem diskurzu, vendar še vedno ključni za konstrukcijo "Drugih". Nanju vpletenost v vojni konflikt ni vplivala v tolikšni meri kot na medijsko vrednotenje "Drugih". Nacionalističnost medijskega okvira je bila še vedno ključni faktor zaradi katerega se je spreminjala medijska konstrukcija "Drugih" po teh dveh dimenzijah.

Zanesljivost četrte dimenzije medijske konstrukcije "Drugih", *navajanja "Drugih"*, pa ni bila dovolj visoka (koeficient zanesljivosti: 0,71), zato tudi nismo izračunavali korelacij, saj tudi te ne bi bile zanesljive. Tako nismo mogli preveriti hipotez, ki povezujejo nacionalističnost medijskega okvira umeščanja z medijskim navajanjem "Drugih":

H10: Večja kot je pozitivnost medijskega vrednotenja "Nas", manjša je pogostost medijskega navajanja "Drugih".

H11: Pogostejša kot je kategorizacija "Nas" kot nacionalnih kolektivitet, manjša je pogostost medijskega navajanja "Drugih".

H12: Večja kot je pozitivnost vrednotenja interakcije "Nas" do "Drugih", večja je pogostost medijskega navajanja "Drugih".

Ob slovenski vojni za osamosvojitve torej rezultati niso bili v skladu s pričakovanim. Prvič, nacionalističnost medijskega okvira ni bila zelo visoka, čeprav bi na prvi pogled iz števila vrednostnih sodb sklepali, da je bila v tem obdobju najvišja. Drugič, medijsko vrednotenje "Drugih" ni bilo bolj negativno z naraščanjem pozitivnega vrednotenja "Nas", temveč je celo upadalo. Tretjič, medijska konstrukcija "Drugih" kot nacionalnih kolektivitet in medijsko vrednotenje interakcij "Drugih" do "Nas" pa sta dimenziji medijske konstrukcije "Drugih", pri katerih nismo mogli zavreči hipotez o povezanosti z nacionalističnim okvirom umeščanja. Negativnost medijske konstrukcije je

naraščala skladno s tema dvema dimenzijama. Četrtrič, pregled po posameznih narodih pokaže, da so bili najbolj negativno vrednoteni Srbi in z njimi tudi SFRJ in JNA. Vsi ostali narodi so bili vrednoteni pozitivno, še najbolj Hrvati.

Vzrok za takšne rezultate lahko pripišemo specifičnosti tega dogodka – vpletenosti Slovenije v vojno. Uradni sovražniki so bili SFRJ, JNA in Srbi. Zato je bila njihova medijska konstrukcija najbolj negativna. Hrvati so bili v skupnem boju s Slovenci. Vsi ostali narodi so bili pa nevpleteni in konstruirani pozitivno. To je skladno s Fowlerjevimi (1991) razumevanjem ideologije konsenzualnega modela družbe, ki naj bi prevladoval v medijih in ob času kriz imel še večji vpliv. Vojna je sprožila še večje zavedanje skupnih vrednot in večji konsenz znotraj skupnosti. Vendar pa je hkrati sprožila tudi večjo stopnjo negativnosti v novicah, kar je zmanjšalo željo po negativnih novicah pri medijih in bralcih. Občutek ogroženosti naroda v vojni je povzročil, da je mir postal najvišja vrednota, z njim pa mehanizmi za njegovo doseganje. Takšen mehanizem pa je najprej prijateljstvo z "Drugimi", ki imajo iste cilje kot "Mi" in ki niso naši neposredni sovražniki.

3.7.2 Pokol na sarajevski tržnici

5. februarja 1994 je na sarajevski tržnici med vrsto civilistov, ki so čakali na kruh bila vržena granata. Ubila je 68 ljudi. Pokol na sarajevski tržnici je bil dogodek, ki je sprožil val ogorčenja po svetu. Nikoli niso dokazali, kdo je vrgel granato, vse tri vpletene strani pa so se medsebojno obtoževale in zanikale krivdo.

V vojnem konfliktu so bili vpleteni srbski, hrvaški in bosanski narod. Slovenija se je umaknila iz dogajanja in je postala le "opazovalec". Nacionalističnost medijskega okvira umeščanja je bila majhna. To lahko razberemo iz tega, da je bila *pozitivnost medijskega vrednotenja "Nas"* na meji med pozitivnim in negativnim (1,48, tabela 4.7.1). Ob pokolu na Sarajevski tržnici slovenstvo v tem primeru ni bilo ocenjeno zelo pozitivno. To je verjetno povezano z nizko stopnjo *kategorizacije "Nas" kot nacionalnih kolektivitet* (14,1), iz katere razberemo, da so bili medijsko vrednoteni predvsem slovenski politični in vojaški režim ne pa Slovenci na splošno.

Kategorizacija "Nas" je bila nizka (14,1 %). V tem letu slovenski narod ni bil neposredno vpleten v konflikt. Za razliko od slovenske vojne za osamosvojitve, ko so mediji poročali o dogodkih, kjer so Slovenci kot veliko število posameznikov in civilistov resnično bili vpleteni v konflikt, pa to ob napadu na sarajevske civiliste ni bilo možno.

Medijsko vrednotenje interakcij "Nas" do "Drugih" je bilo negativno (1,57). Iz tega lahko razberemo, da Slovenija ni delila istih ciljev z nikomer. JLA je skupaj s SFRJ prenehala obstajati, njena naslednica je bila srbska Jugoslavija. Neposrednega sovražnika za Slovenijo ni bilo več. Hrvaška se je sama borila dalje. Medijsko vrednotenje interakcij "Nas" do Hrvatov sploh ni bilo prisotno, kar kaže na odmik Slovenije od dogajanja. Medijsko vrednotenje interakcij "Nas" do "Drugih" je bilo prisotno le za Srbe, pa še to v zelo majhnem številu (16, tabela 4.7.5) in zelo negativno (1,81, tabela 4.7.5). V tem primeru so bili vsi narodi SFRJ *"tisti Drugi, ki se bojujejo med seboj"*, "Mi" jih pa le opazujemo z bolj ali manj negativnim odnosom.

Medijsko vrednotenje "Drugih" ob tem dogodku je bilo na splošno pozitivno (1,38, tabela 4.7.1). Iz tabele 4.7.3 razberemo, da so bili najbolj pozitivno vrednoteni Hrvati (1,26), za njimi Bosanci (1,33), Srbi pa so bili vrednoteni negativno (1,57). Tudi ob tem konfliktu so bili sovražniki Srbi. Bosanci in Hrvati pa so bili vrednoteni kot žrtve. Medijska konstrukcija "Drugih" je bila glede na to dimenzijo negativna v primeru Srbov, v primeru Hrvatov in Bosancev pa pozitivna.

Kategorizacija "Drugih" kot nacionalnih kolektivitet je izredno visoka (38,7 %, tabela 4.7.1). Ob tem konfliktu ne bi pričakovali tako visoke kategorizacije, saj celotni narodi razen Bosancev niso mogli biti vpleteni v konflikt. Pokol na sarajevski tržnici je namreč potekal na ozemlju Bosne in Hercegovine in razen Bosancev so bili v konflikt vpleteni le vojaški in politični režim ne pa celi narodi. Če pogledamo kategorizacijo kot nacionalnih kolektivitet za vsak narod posebej (tabela

4.7.4), ugotovimo, da so bili najpogosteje kategorizirani kar kot celoten narod Srbi (42,8). To pomeni, da v primerih, ko so srbski vojaki držali v obroču Sarajevo, so slovenski mediji ta dejanja pripisali kar vsem Srbom. Drugi po pogostosti medijske kategorizacije so bili Bosanci (40,1 %), kar je razumljivo, saj je konflikt potekal na ozemlju Bosancev. Najmanj pogosto, pa vendar še vedno zelo pogosto kategorizirani, so bili Hrvati (34,0 %). Če sklepamo o medijski konstrukciji "Drugih" na osnovi te dimenzije bi lahko rekli, da je ob napadu na Sarajevo bila negativna v primeru vseh narodov.

Prav tako, kot je bila majhna pogostost medijskega vrednotenja interakcij "Nas" do "Drugih" (29), je bila majhna tudi pogostost *vrednotenja interakcij "Drugih" do "Nas"* (8), pa še to samo Srbov, kar spet kaže na nizko stopnjo vpletenosti slovenskega naroda v konflikt. Vrednotenje interakcij "Drugih" do "Nas" pa ni bilo ne pozitivno, ne negativno (1,5). Glede na to dimenzijo ne moremo o konstrukciji "Drugih" reči ne, da je pozitivna, in ne, da je negativna.

Četrta dimenzija medijske konstrukcije "Drugih" – *navajanje "Drugih"* je bila ob pokolu na Sarajevsko tržnico zelo visoka. "Drugi" so bili navajani v kar 83,1 % vseh navedb, kar bi lahko pomenilo, da so bila mnenja "Drugih" pomembna v medijskem diskurzu in so jih mediji upoštevali. Vendar iz tabele 4.7.7 razberemo, da so bili največkrat navajani ravno tisti, katerih medijska konstrukcija je bila najbolj negativna – Srbi. Problem te dimenzije je, da meri le pogostost medijskega navajanja objektov percepcije, ne pa tudi vsebine, ki jo objekti percepcije podajajo. Iz nje razberemo le to, da so npr. Srbi bili citirani v medijih, ne pa tudi, kaj so povedali. Možno je, da so bili uporabljeni le s citati, ki gradijo negativno medijsko konstrukcijo Srbov in so jih mediji upoštevali le v primeru, ko so njihove citate lahko uporabili v negativnem smislu. To dimenzijo je v prihodnje verjetno bolje izločiti iz medijske konstrukcije "Drugih", kar podpira tudi dejstvo, da je bila zanesljivost koderjev pri tej dimenziji premajhna in torej dimenzija ni samo neveljavna temveč tudi nezanesljiva.

Povezanost nacionalističnega medijskega okvira in medijske konstrukcije smo ob tem dogodku lahko preverili le za prvi dimenziji vsake od spremenljivk, *medijsko vrednotenje "Nas"* in *medijsko vrednotenje "Drugih"*. Pri ostalih dimenzijah je število vrednostnih trditev znotraj časopisov v določenih primerih prenizko, da bi lahko računali korelacije (tabela 4.7.1).

Iz tabele 4.7.2 razberemo, da Pearsonov koeficient nakazuje rahlo povezanost spremenljivk v smeri, kot jo predvideva hipoteza:

H1: Večja kot je pozitivnost medijskega vrednotenja "Nas", večja je negativnost medijskega vrednotenja "Drugih" (Pearsonov koeficient: -0,419).

V tem primeru bi lahko sklepali, da kadar narod ni vpleten v vojni konflikt, imata želja po negativnem medijskem poročanju in mehanizem socialne kategorizacije večji vpliv in negativnost

medijske konstrukcije "Drugih" raste skupaj z višanjem nacionalističnosti medijskega okvira umeščanja.

Vendar pa je signifikanca izredno visoka (0,725). Tako visoko signifikanco bi lahko pripisali dejstvu, da smo imeli le tri enote (tri časopise) in da je bila količina zbranih člankov (171) in vrednostnih trditev (1429) v primerjavi z vojno za slovensko osamosvojitvev neprimerno manjša (1220 člankov in 7686 trditev). Vendar pa tako visoke signifikance ne smemo zanemariti, saj nam lahko pove tudi nekaj o vojni za slovensko osamosvojitvev.

V primeru vojne za slovensko osamosvojitvev je bilo strinjanje med mediji večinoma večje kot 80%. To potrjuje Fowlerjevo (1991) tezo, da predvsem v času kriz prevlada med mediji konsenzualna ideologija skupnih vrednot enega naroda. V primeru vojne za slovensko osamosvojitvev torej ni bilo razhajanj med mediji, kar pa ne velja v primeru, ko Slovenija ni bila vpletena.

Ob pokolu na sarajevski tržnici nivo nacionalističnosti medijskega okvira ni bil visok na nobeni izmed treh dimenzij. Ob tem dogodku Slovenija ni bila vpletena, vrednotenje interakcij "Nas" do "Njih" kaže na odmik od dogajanja. Medijka konstrukcija "Drugih" je bila pa na meji med pozitivnim in negativnim. Odvisno od naroda, Srbi so bili spet konstruirani negativno na vseh treh dimenzijah, Hrvati in Bosanci pa pozitivno.

Vendar pa za razliko od slovenske vojne za osamosvojitvev korelacija nakazuje smer povezanosti med medijskim vrednotenjem "Nas" in medijskim vrednotenjem "Drugih" v smeri hipotez. Bolj kot smo bili "Mi" vrednoteni pozitivno, bolj so bili "Drugi" vrednoteni negativno. Iz tega bi lahko sklepali, da v primeru, ko lasten narod ni vpleten v vojno mehanizem socialne kategorizacije in želje po negativnem poročanju dobiva večji vpliv in "Drugi" so konstruirani negativno ob naraščanju nacionalističnega okvira umeščanja.

4.7.3 Bombardiranje Beograda

Štiri leta po Daytonskem sporazumu so ozemlje nekdanje Jugoslavije še vedno pretresali nasilje in nemiri. Albanci na Kosovem niso pridobili samostojnosti, temveč so ostali v Jugoslaviji pod Miloševićevim režimom. Ta se ni želel odpovedati še Kosovemu, "*zibelki srbstva*" kot ga je imenoval. Marca 1999 je po večjih opozorilih in grožnjah v preteklih letih NATO pakt res uresničil svoje grožnje. In pričelo se je bombardiranje Beograda.

Strani, ki so bile vpletene so srbski narod, albansko prebivalstvo na Kosovem in NATO. Slovenska stran ni bila neposredno vpletena vendar je bila nacionalističnost medijskega okvira ob tem dogodku prisotna na vseh treh ravneh. *Medijsko vrednotenje "Nas"* je bilo pozitivno (1,35, tabela 4.7.1), *kategorizacija* je bila skoraj enaka kot ob vojni za slovensko samostojnost in precej visoka (21,5 %), *vrednotenje interakcij "Nas" do "Drugih"* pa je bilo rahlo bolj pozitivno kot negativno (1,42), vendar do vseh ostalih razen Albancev (tabela 4.7.1 in tabela 4.7.5).

Medijska konstrukcija "Drugih" na splošno ni bila negativna. *Medijsko vrednotenje "Drugih"* je bilo ravno na meji med pozitivnim in negativnim (1,51). Vendar, če pogledamo porazdelitev po narodih SFRJ posebej, vidimo, da je vrednotenje na meji med pozitivnim in negativnim zaradi pozitivnega vrednotenja Albancev (1,36). Ti so bili medijsko predstavljeni kot žrtve nasilja. Vsi ostali narodi so bili pa vrednoteni precej negativno. Najbolj spet Srbi (1,61), za njimi Bosanci (1,55), Hrvati pa so bili na meji (1, 47). Z izjemo Albancev, ki so bili vrednoteni pozitivno kot žrtve vseh ostalih narodov, je bila razlika med Slovenci in ostalimi narodi dokončno vzpostavljena. Narodi SFRJ so dokončno postali "Drugi" in s tem se je utrdila tudi negativnost medijskega vrednotenja. Slovenija se je vedno bolj približevala vstopu v Evropsko Unijo in v NATO pakt. Okvir nacionalističnega umeščanja se je počasi spreminjal iz "*Mi – Slovenci*" v "*Mi – Evropejci in svetovljani*". Slovenci so bili sedaj že "*Evropejci, ki imajo posebne izkušnje z Balkanom – "Drugimi Evrope"*".

Kategorizacija "Drugih" kot nacionalnih kolektivitet je bila pogosta, saj so bili "Drugi" poimenovani le po svoji nacionalnosti v kar 39,2 % vsega poimenovanja. Pri tem je bila kategorizacija najpogostejša pri Albancih (77,3 %), kar je povezano s tem, da se pri Albancih tako kot pri Slovencih ob vojni za Slovenijo in Bosancih ob pokolu na sarajevski tržnici, združita mehanizem kategoriziranja in poročanje o resničnih skupinah. Albanci kot prebivalstvo Kosova so bili resnično vpleteni v konflikt. Takoj za Albanci so bili najbolj kategorizirani Srbi (32,4 %). Del te kategorizacije gre verjetno na srbsko prebivalstvo na Kosovem, del pa na kategorizacijo vseh Srbov.

Medtem, ko je bilo *vrednotenje interakcij "Nas" do "Drugih"* negativno (1,57), pa je bilo *vrednotenje interakcij "Drugih" do "Nas"* pozitivno (1,33). Pri tem gre večinoma za Srbe (tabela 4.7.6). Interakcije Srbov do Slovencev so bile vrednotene pozitivno (1,36), prav tako interakcije

Slovencev do Srbov (1,25) čeprav so bili Srbi vrednoteni negativno (1,61). Srbi torej niso bili več vrednoteni kot sovražniki Slovencev med katerimi bi obstajale negativne interakcije, so pa še vedno vrednoteni kot negativni "Drugi".

Obraten fenomen se je zgodil pri Albancih. Vrednotenje Albancev je bilo pozitivno (1,36). Vrednotenje interakcij Albancev do Slovencev prav tako (1,25 čeprav v le štirih primerih), vrednotenje interakcije Slovencev do Albancev pa izredno negativno (1,84). Razlog je verjetno v gledanju na Albance na Kosovem kot žrtve, tako Srbov, kot vseh ostalih, vključno Slovencev. Možno je torej, da smo "Mi" v negativni interakciji do "Drugih", "Drugi" pa v pozitivni do "Nas", pa čeprav jih vrednotimo negativno. Mediji so torej lahko kritični do interakcij, ki jih vodimo "Mi", pa čeprav smo "Mi" vrednoteni pozitivno ("Mi smo dobri, smo pa slabi do "Drugih", čeprav so "Oni" dobri do "Nas").

Ob napadu na Beograd smo lahko preverjali le štiri izmed dvanajstih hipotez (pri ostalih je bila količina vrednostnih trditev premajhna, da bi dovoljevala sklepanje).

H1: Večja kot je pozitivnost medijskega vrednotenja "Nas", večja je negativnost medijskega vrednotenja "Drugih" (Pearsonov koeficient: -0,372).

Izračun korelacije nakazuje povezanost v smeri, kot jo predvideva hipoteza. Podobno kot ob pokolu na sarajevski tržnici. Vendar je tudi v tem primeru signifikanca previsoka (0,758).

H2: Pogostejša kot je kategorizacija "Nas" kot nacionalnih kolektivitet, večja je negativnost medijskega vrednotenja "Drugih" (Pearsonov koeficient: -0,723).

Izračun korelacije nakazuje povezanost vendar v obratni smeri, kot jo predvideva hipoteza. Enako se je zgodilo ob vojni za slovensko osamosvojitvev. Iz tega lahko sklepamo, da lahko H2 zavrnamo in da kategorizacija "Nas" kot nacionalnih kolektivitet ne povzroča negativnega vrednotenja "Drugih".

H4: Večja je pozitivnost medijskega vrednotenja "Nas", bolj pogosta je medijska kategorizacija "Drugih" kot nacionalnih kolektivitet (Pearsonov koeficient: 0,876).

Izračun korelacij pri tej hipotezi nakazuje povezanost med spremenljivkama v smeri, kot jo predvideva hipoteza. Podobno se je potrdilo tudi ob slovenski vojni za osamosvojitvev. Tako te hipoteze ne moremo zavreči.

H5: Pogostejša kot je kategorizacija "Nas" kot nacionalnih kolektivitet, bolj pogosta je medijska kategorizacija "Drugih" kot nacionalnih kolektivitet (Pearsonov koeficient: 0,598).

Za razliko od slovenske vojne za osamosvojitvev, izračun korelacij teh dveh spremenljivk nakazuje

povezanost v smeri, kot jo predvideva hipoteza, vendar je signifikanca spet zelo visoka (0,592).

V primeru bombardiranja Beograda večine hipotez ne moremo preveriti, pa še tiste, ki jih lahko, bi morali zaradi visoke signifikance skoraj vse zavreči. Vendar pa lahko kljub temu na osnovi primerjave z vojno v Sloveniji sklepamo, da je primer vojne za slovensko osamosvojitve bil verjetno izjemen primer, kjer se je nakazovala povezava v obratni smeri, kot pa pričakovano. Razlog za to smo pripisali vpletenosti Slovencev v vojno in miru kot najvišji vrednoti za časa vojnega stanja. Če bi se ob pokolu na sarajevski tržnici in ob bombardiranju Beograda pokazala ista smer povezave, kot ob vojni v Sloveniji, bi to pomenilo, da vojna v Sloveniji ni bila samo velika posebna izjema, temveč da teoretske predpostavke ne držijo v nobenem izmed treh primerov. Vendar temu ni tako, smeri, ki so se nakazovale v ostalih dveh dogodkih, so bile prave. Nacionalističnost medijskega okvira umeščanja je v primerih kot Slovenija ni bila vpletena v vojno (z eno samo izjemo) negativno (čeprav ne statistično dovolj značilno) vplivala na negativno medijsko konstrukcijo "Drugih".

5. DISKUSIJA

Zavrtni smo morali skoraj polovico naših hipotez. Še več, v primeru vojne za osamosvojitve ne samo, da smo zavrtni hipoteze, temveč so rezultati nakazali povezanosti med spremenljivkami v ravno obratni smeri, kot smo predvidevali na osnovi teorije. Sklepi, ki sledijo, zadevajo tako teorijo kot metodologijo ter možnosti nadaljnjega raziskovanja.

Nacionalističnost medijskega okvira umeščanja in konstrukcija "Drugih" sta teoretska konstrukta, sestavljena iz več dimenzij. Raziskava je pokazala, da so vse dimenzije merljive in imajo vse, razen navajanja "Drugih", dovolj veliko zanesljivost koderjev. Vendar pa je razmerje med temi dimenzijami še neznano in bi ga bilo v prihodnje treba še podrobneje raziskati.

Medijsko vrednotenje objektov percepcije je dimenzija, ki je ob prebiranju časopisov najbolj opazna, saj pomeni pripisovanje pozitivnih ali negativnih atributov objektom percepcije. Tako že na prvi pogled lahko včasih presodimo, ali mediji vrednotijo "Nas" in "Druge" pozitivno ali negativno. Zaradi te lastnosti je pa ta dimenzija tudi najbolj pod vplivom uredniške politike, politične propagande in medijske samoregulacije. Medijsko vrednotenje "Drugih" z atributi, ki so neposredni (npr. *"morilci, napadalci, nepripravljeni na kompromise"*) je namreč lahko opazno in se ga da tudi hitro odpraviti. To pojasni, zakaj je ob primeru vojne v Sloveniji medijsko vrednotenje "Drugih" bila dimenzija, ki je naraščala v ravno obratni smeri, kot smo pričakovali. Zaradi vpletenosti v vojno in večje pomembnosti lastnega naroda so mehanizmi za doseganje miru postali pomembnejši. In medijsko vrednotenje "Drugih" je postalo zaradi svoje očitne prisotnosti v medijskem poročanju pozitivnejše, saj so bili vsi "Drugi" razen Srbov vrednoteni kot *"prijatelji, s katerimi nismo v vojnem konfliktu"* oz. *"vsi so na naši strani"*. Ostali dve dimenziji, ki sta manj opazni in bolj prikriti, pa nista bili pod takšnim vplivom vpletenosti v vojno in sta nakazovali večjo negativnost medijske konstrukcije "Drugih" hkrati z večjo nacionalističnostjo medijskega okvira umeščanja.

Medijska kategorizacija pomeni pripisovanje atributov kar celotnemu narodu in pove v kolikšni meri mediji pripisujejo odgovornost za dejanja posameznikov ali institucij kar celotnemu narodu. Vendar pa ta dimenzija lahko zajema tudi poročanje o dogodkih, kjer je narod kot celota bil dejansko vpleten in v teh primerih dimenzija ni nujno veljavna. To velja še posebej za poročanje o vojnih konfliktih in zadeva predvsem narode, na katerih ozemlju se vojna bije. Ob vojni za slovensko osamosvojitve so bili tako najbolj pogosto kategorizirani Slovenci, ob pokolu na sarajevski tržnici pa Bosanci. V nadaljnjem raziskovanju je treba upoštevati možnost tovrstne napake pri medijski kategorizaciji in to spremenljivko upoštevati le v primerih, ko medijsko poročanje o celotnem narodu ne more biti resnično, temveč je nujno kategorizacija.

Medijsko vrednotenje interakcij, ki jih vodijo objekti percepcije, je tretja dimenzija obeh konstruktov in ima glede na rezultate največjo moč oz. največji vpliv. V primerih, ko sta prvi dve

dimenziji nacionalističnosti medijskega okvira kazali na visoko nacionalističnost, tretja pa je bila z njima v nasprotju, je pri vplivu na medijsko konstrukcijo "Drugih" prevladala tretja. To potrjuje Sherifovo tezo, da se v primerih, ko situacija zahteva od skupin medsebojno sodelovanje in solidarnost, tendenca po favoriziranju lastne skupine zmanjša (Sherif, 1966, v Ule, 2004: 374). V primerih, ko je visoko pozitivno vrednotenje "Nas" in kategorizacija "Nas" pogosta, še ni nujno, da bo medijska konstrukcija "Drugih" negativna. Predpogoj je, da mediji vrednotijo interakcijo med "Nami" in "Njimi" kot tekmovalno in neprijateljsko.

Četrta dimenzija, *medijsko navajanje "Drugih"*, se ni izkazala za dovolj zanesljivo s strani koderjev, prav tako pa so rezultati nakazali tudi njeno neveljavnost. Van Dijk (1995 v Žnidaršič, 2000: 31) definira majhno količino citiranja manjšin in "Drugih" v "naših" medijih kot mehanizem za konstrukcijo "Drugih". Predstavniki "Nas" tako govorijo o "Drugih" kot objektih, "Drugi" sami pa ne dobijo besede. V našem primeru pa se je izkazalo, da so dobili največ besede tisti, ki so bili konstruirani najbolj negativno – Srbi. Ta dimenzija namreč pove samo, kako pogosto so bili "Drugi" navajani, nič pa o tem, kaj so govorili. Možno je, da so bili citati "Drugih" izrabljeni za še bolj negativno konstrukcijo "Drugih" ne pa za bolj pozitivno, kjer bi "Drugi" dobili možnost podajanja svojega mnenja in svojega videnja dogodkov. To dimenzijo bi tako bilo v prihodnje primerno modificirati ali izločiti.

V prihodnje je priporočljivo raziskati razmerje med dimenzijami in poiskati način, kako iz treh dimenzij sestaviti eno spremenljivko. S tem bi bilo v precejšnji meri olajšano delo raziskovalcev in tudi rezultati bi pridobili na večji veljavnosti.

Nadaljnji pomislek, ki izhaja iz teorije, je problem izenačevanja "Drugih" s sovražniki. Pri definiranju spremenljivk smo uporabili osnovno Musekovo bipolarno shemo stereotipov (Musek, 1997: 16). V tej diplomski nalogi sem modificirala to shemo in pomensko izenačila "sovražnike" in "Druge". Musekova shema govori o osnovnem kognitivnem principu, ki velja za posameznika, jaz sem jo pa posplošila tudi na medije. Vendar pa pri medijskem vrednotenju niso pomembni samo individualni vzroki temveč, imajo velik vpliv tudi politični in ideološki dejavniki. Konstrukcija "Drugih" in "sovražnika" tako ne poteka nujno po istem principu, prvi se veže bolj na osnovne mehanizme kategorizacije, drugi na družbene mehanizme odnosov moči. Tako lahko pri medijski konstrukciji Srbov, ki so bili konstruirani negativno ob vseh treh dogodkih, ločimo dve stanji. Ob vojni za slovensko osamosvojitve so bili konstruirani kot "sovražniki". Vzrok je bila vpletenost Slovenije v vojno in vojna propaganda. Ob pokolu na sarajevski tržnici se je ta konstrukcija spremenila in se je pričela porazdeljevati podobno kot pri ostalih "Drugih". Ob bombardiranju Beograda Srbi niso bili sovražniki, temveč so bili le "negativni Drugi", s katerimi pa imamo "Mi" pozitivno interakcijo. Slovenija ni bila vpletena, vojne propagande ni bilo, na medijsko konstrukcijo Srbov so vplivali le mehanizmi socialne kategorizacije na "Nas" in "Druge". To pa nas privede do

tretjega sklepa: kognitivni mehanizmi socialne kategorizacije ne zadostujejo za razlago medijske konstrukcije "Drugih".

Mediji niso samo vsota posameznikov in njihovih načinov kategorizacije, temveč so sistem, ki kot celota deluje drugače, kot bi posamezniki sami. Prvič, mediji so sistem na katerega imajo velik vpliv tudi ostali sistemi družbe, predvsem politični in ekonomski. In drugič, mediji so sistem z bolj ali manj učinkovitimi mehanizmi samonadzora²⁹ in preprečevanja širjenja predsodkov in diskriminacije. Skupna točka vseh evropskih novinarskih kodeksov je odgovornost do javnosti oz. občinstva, kamor spada tudi prepoved diskriminacije družbenih skupin glede na raso, spol, narodno in versko pripadnost (Radojković, 1999 v Bervar, 2002: 32). S tem ne trdim, da mediji ne vsebujejo predsodkov in vrednostnih sodb. Možno je le, da je mehanizem kategoriziranja "Drugih" v medijih še bolj kot pri posamezniku podvržen ekonomskim in političnim dejavnikom, ki vplivajo na to, kdo bo v katerem časovnem obdobju izbran kot "negativni Drugi" ter kdo bo "sovražnik". Mehanizmi samoregulacije pa verjetno prispevajo k temu, da niso medijsko negativno vrednoteni kar vsi "Drugii" povprek in da novinarji težijo k čim večji objektivnosti, kar pa jim v primeru marginalnih skupin in skupin, ki jih izbere politična demagogija, ne uspeva vedno. Ključnega pomena je, da mehanizmi socialne kategorizacije ne zadostujejo za razlago medijske konstrukcije "Drugih" temveč je treba vedno upoštevati tudi politični in ekonomski kontekst.

Najpomembnejši sklep, ki ga lahko izpeljemo iz rezultatov, se navezuje na teorije nacionalizma in patriotizma. Rezultati kažejo, da pozitivnost vrednotenja "Nas" lahko obstaja brez negativnosti vrednotenja "Drugih". Negativni odnos do "Drugih" torej ni konstitutivna dimenzija nacionalizma na splošno, temveč se nacionalizem deli na pozitivni odnos do "Nas" - *patriotizem* in negativni odnos do "Drugih" - *nacionalizem*. Ta sklep zavrača Billigovo tezo (1995), da patriotizem ne obstaja. Pozitiven odnos do "Nas" torej ne povzroča avtomatsko negativnega odnosa do "Drugih". Priznati moramo vsaj možnost, da smo veliki ljubitelji svojega naroda in smo narodno izjemno zavedni, pa vendar ne sovražimo "Drugih". Nadalje lahko sklepamo, da nacionalističnost medijskega okvira umeščanja in medijska konstrukcija "Drugih" ne tvorita vsak svoje dimenzije nacionalizma v medijih, temveč sta ločena pojava, ki sta v različnih situacijah v različnem razmerju. Medijsko poročanje o vojnih dogodkih so pa mejne situacije, še posebej če je lasten narod vpleten v vojno.

V primeru vojne za slovensko osamosvojitve se je izkazalo, da bolj kot je bilo pozitivno medijsko vrednotenje "Nas", manj negativno je bilo medijsko vrednotenje "Drugih", kar je v nasprotju s teoretskimi predvidevanji. Glede na to, da se tak vzorec ni ponovil pri poročanju o pokolu na sarajevski tržnici in bombardiranju Beograda, lahko sklepamo, da je bila vpletenost

²⁹ Zraven novinarskega kodeksa kot najpogostejšega mehanizma medijskega samoomejevanja poznamo še častno razsodišče, medijskega ombudsmana in tiskovni ali medijski svet (Bervar, 2002).

slovenskega naroda v vojno ključen dejavnik, ki je vplival na razmerje med nacionalističnostjo medijskega vrednotenja "Drugih" in medijsko konstrukcijo "Drugih". Ob vojnem konfliktu višja nacionalističnost medijskega okvira umeščanja pomeni, da lasten narod postane višja vrednota. In vojna pomeni ogroženost lastnega naroda. Skupaj z vrednotenjem lastnega naroda tako raste tudi potreba po njegovem ohranjanju in iskanju načinov za konec vojne. Mir postane najvišja vrednota, z njim pa postanejo *"prijatelji"* vsi tisti "Drugi", ki bi nam lahko pomagali. S tem, ko imajo medijipozitivni odnos do vseh "Drugih", ki niso sovražniki zmanjšujejo občutek ogroženosti in hkrati upravičujejo "naša" dejanja, saj so *"Vsi na naši strani"*. *"Sovražniki"* pa so vedno manj negativno vrednoteni, saj se skupaj z željo po miru zmanjšuje sovraštvo in povečuje želja po ureditvi razmer.

Fowler (1991) govori o ideologiji konsenzualnega modela družbe, ki navadno prevladuje v medijih, še posebej pa ob kriznih situacijah. Konsenzualni model gradi na predpostavki o enotnosti skupnosti in strinjanja vseh pripadnikov družbe glede pomembnih vrednot. Ta ideologija *"enega ljudstva, enotnega in brez odstopanj"*, je po Fowlerju osnovni mehanizem, ki gradi "Nas" skupino v medijih. Rezultati naše raziskave so pokazali, da je ob vojni za slovensko osamosvojitvev bilo strinjanje medijev dosti pogostejše, kot pa pri poročanju o pokolu na sarajevski tržnici in bombardiranju Beograda, kar lahko interpretiramo kot visoko prisotnost ideologije konsenzualnega modela družbe v medijskem poročanju o vojni v Sloveniji. Zaradi želje po negativnih novicah s strani bralcev in medijev, so "Drugi", ki niso del konsenzualne "Mi" skupine navadno tarče negativnega poročanja. To hkrati gradi pozitivno samopodobo "našega naroda", kar izhaja iz mehanizmov socialne kategorizacije in procesa vzpostavljanja pozitivne razlike med "Nami" in "Drugimi". Ogroženost naroda v vojni pa zmanjša vzpostavljanje pozitivne razlike med "Nami" in "Drugimi", vsaj v primeru tistih, ki niso neposredni sovražniki, saj postane potreba po ohranitvi naroda večja od potrebe po pozitivnem vrednotenju lastnega naroda na račun "Drugih".

Vsi trije dogodki, o katerih se je analiziralo medijsko poročanje, so bili vojni dogodki in že zaradi tega mejni primeri konstrukcije "Drugih". Vojna za slovensko osamosvojitvev pa je sploh bil dogodek, ki izstopa in pri katerem je najbolj možno, da bodo obstajala odstopanja od "normalne" medijske konstrukcije "Drugih" in "normalne" nacionalističnosti medijskega okvira umeščanja. Tako je analiza medijskega poročanja o teh dogodkih odkrila situacije ob katerih splošna pravila, izpeljana iz teorije, ne veljajo.

V prihodnje bi bilo dobro izbrati za analizo medijske članke, ki so porazdeljeni čez daljše časovno obdobje in zaobjemajo večjo tematiko dogodkov. Tako bi lahko raziskali nacionalističnost medijskega okvira tudi ob poročanju o bolj običajnih, vsakodnevnih dogodkih, kjer se, če uporabimo Billigov termin (1995) gradi vsakodnevni *"banalni nacionalizem"*. Tako bi se verjetno dalo tudi razlikovati med medijskim vrednotenjem "Drugih" na splošno in medijskim vrednotenjem

sovražnika. Pri tem verjetno ne gre za enaka mehanizma, saj pri medijskem vrednotenju sovražnika veliko vlogo igra tudi politični vpliv znotraj države in vojna propaganda. Medijsko vrednotenje "Drugih", ki pa niso sovražniki, pa ob vojni zaradi želje po miru postane bolj pozitivno, kot bi bilo sicer.

Sklenemo lahko, da mediji niso le orodje v rokah politične propagande, tudi ne delujejo popolnoma po načelih mehanizmov socialne kategorizacije in sovraštva do "Drugih". Medijska konstrukcija "Drugih" je verjetno res povezana z nacionalističnostjo medijskega umeščanja, vendar pa obstajajo situacije, ko visoka nacionalističnost ne pomeni nujno bolj negativnega medijskega odnosa do "Drugih". In takšne situacije so lahko ravno mejne situacije, kot je vpletenost naroda v vojno, kjer postane želja po miru pomembnejša od potrebe po pozitivnem samovrednotenju in vzpostavljanju pozitivnih razlik na račun "Drugih". V tem primeru je medijski odnos do "Drugih", s katerimi nismo v neposrednem vojnem konfliktu pozitiven, saj tako pokažemo "Nam" in "našim sovražnikom", da so "vsi ostali na naši strani".

6. SKLEP

Ključna ugotovitev te diplomske naloge je, da nacionalističnost medijskega okvira umeščanja ne povzroča nujno negativne medijske konstrukcije "Drugih". Patriotizem kot pozitiven pojav je možen in negativni odnos do "Drugih" ni nujna posledica pozitivnega samovrednotenja.

Pri tem imajo interakcije med družbenimi skupinami največji vpliv. Razlikovati je treba med medijsko konstrukcijo "sovražnika" in medijsko konstrukcijo "Drugih". V primeru vojnih konfliktov je medijsko odnos vedno negativen, saj je interakcija "Nas" z "Njimi" sovražna. Vpletenost v vojno pa je okoliščina, v kateri potreba po samoohranitvi premaga potrebo po pozitivnem samovrednotenju na račun "Drugih" in "ostali Drugi" so vrednoteni pozitivno, saj so *"na naši strani"*.

Namen moje diplome je bil preučiti nacionalizem v medijih kot mehanizem socialne kategorizacije in njegov vpliv na medijsko konstrukcijo "Drugih". Zanimalo me je, zakaj in kdaj so nekoč "bratje" postali naši "Drugih". Vprašanje bo ostalo še naprej odprto za raziskovanje. To diplomsko delo je odkrilo le, da "Drugih" niso nujno medijsko konstruirani negativno in da obstajajo situacije v katerih niso *"Bitja s pol strešice"* (Kuzmanić, 1999) na račun katerih gradimo lastno večvrednost. Vendar so te situacije izjemne in jih izzovejo okoliščine, ki si jih nihče ne želi.

Vedno bolj pogosti primeri negativne medijske konstrukcije "Drugih" terjajo v prihodnje še bolj poglobljeno analizo, ki bo odkrila rešitve za zmanjševanje nacionalističnega okvira umeščanja v medijih. Po vstopu Slovenije v Evropsko Unijo in grajenju evropskega državljanstva je treba preprečiti še bolj negativen medijski odnos do narodov nekdanje SFRJ, ki so ostali "izven Evrope", saj so s tem postali ne samo "Drugih" *"Nam Slovencem"* temveč tudi "Drugih" *"Nam Evropejcem"*.

7. REFERENCE IN LITERATURA

- Turnšek, Maja. Pirnat, Marjeta. Pišljari, Tjaša. 2004. Media Construction of the “Other” during War Time. Ljubljana: Faculty for Social Sciences. Analiza je bila predstavljena na mednarodni konferenci The Information Wars in the Balkans since 1991. Kom-Tech Institute for Communication and Technology research, Solingen, Germany v sodelovanju z Institute of Political Science, Innsbruck University, Innsbruck, Austria.
1. Anderson, Benedict. 1998. *Zamišljene skupnosti: o izvoru in širjenju nacionalizma*. Ljubljana: SH.
 2. Baldwin, John R. 1998. Tolerance/Intolerance; A Multidisciplinary View of Prejudice. in Hecht, Michael (ur.). 1998. *Communicating Prejudice*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
 3. Banton, Michael. 2000. *Ethnic Conflict*. V *Sociology*. 2000. vol. 43, str.: 481-498 United Kingdom: BSA Publications Limited.
 4. Barthes, Roland. 1972. *Mythologies*. New York: Hill and Wang.
 5. Bašić-Hrvatini, Sandra. Who is the Other? 1997. V Malešič, Marjan (ed.). 1997. *Propaganda in War*. 1997. Stockholm: Styrlsen för psykologiskt försvar.
 6. Bašić, Sandra. Čas nacionalizmov. V Vreg, France (ed.) 1994. *Teorija in praksa*, let.31, št. 9/10: 913-915.
 7. Bernd, Simon. Brown, Rupert. 1998. Percieved Intragroup Homogeneity in Minority-Majority Contexts in Stangor, Charles, 2000.(ed.) *Stereotypes and Prejudice: Essential Readings*. Philadelphia PA: Psychology Press.
 8. Bervar, Gojko. 2002. Svoboda neodgovornosti; Samoomejevanje v medijih v Sloveniji. Ljubljana: Mirovni inštitut.
 9. Billig, Michael. 1995. *Banal Nationalism*. London: Sage Publications.
 10. Borak, Neven. 2002. *Ekonomski vidiki delovanja in razpada Jugoslavije*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
 11. Brown, Rupert. 1995. Socialna kategorizacija in predsodek. V Nastran Ule, Mirjana (ur.). 1999. *Predsodki in diskriminacije; Izbrane socialno psihološke študije*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
 12. Caplan, Richard. Conditional recognition as an instrument of ethnic conflict regulation: The European Community and Yugoslavia. V *Nations and Nationalism* 8 (2). 2002. 157 – 177.

ASEN 2002.

13. Connor, Walker. 1984. Ekonomski ali etno-nacionalizem? v Rizman, Rudi (ur.). *Študije o etnonacionalizmu*. 1991. Ljubljana: Knjižnica revolucionarne teorije.
14. Cottle, Simon. 2000. *Introduction – Media research and ethnic minorities: Mapping the field*. V Cottle, Simon (ur.) *Ethnic Minorities and the Media; Challenging Cultural Boundaries*. Buckingham: Open University Press.
15. Dedić, Jasminka. Jalušič, Vlasta. Zorn, Jelka. 2003. *Izbrisani; Organizirana nedolžnost in politike izključevanja*. Ljubljana: Mirovni inštitut.
16. Doupona Horvat, Marjeta. Vershueren, Jef. Žagar Igor Ž. 2001. *Retorika begunske politike v Sloveniji; Pragmatika legitimizacije*. Ljubljana: Mirovni inštitut.
17. Duffy, Gavan. Lindstrom, Nicole. 2002. *Conflicting Identities: Solidary Incentives in the Serbo-Croatian War*. V *Journal of Peace Research* 39 (1). 2002. 69-90. Sage Publications.
18. Erjavec, Karmen. 1999. *Novinarska kakovost*. Ljubljana: FDV.
19. Erjavec, Karmen. 2001. *Media representation of the discrimination against the Roma in Eastern Europe: the case of Slovenia*. V *Discourse and Society*. 2001. Vol. 12(6): 699-727. London, Thousand Oakes, New Delhi: SAGE Publications.
20. Erjavec, Karmen. Bašić Hrvatinić, Sandra. Kelbl Barbara. 2000. *Mi o Romih; Diskriminacijski diskurz v medijih v Sloveniji*. Ljubljana: Open Society Institute.
21. Fein, Steven. Spencer, Steven J. 2000. *Prejudice as Self-Image Maintenance: Affirming the Self Through Derogating Others*. in Stangor, Charles, 2000.(ed.) *Stereotypes and Prejudice: Essential Readings*. Philadelphia PA: Psychology Press.
22. Ferligoj, Anuška. 1995. *Osnove statistike na prosojnicah*. Ljubljana: samozaložba.
23. Fiske, John. 2000. *White Watch*. V Cottle, Simon (ed.) *Ethnic Minorities and the Media; Challenging Cultural Boundaries*. Buckingham: Open University Press.
24. Giddens, Anthony. 1981. Nacionalna država, narod, nacionalizem. v Rizman, Rudi (ur.). *Študije o etnonacionalizmu*. 1991. Ljubljana: Knjižnica revolucionarne teorije.
25. Godina, Vesna V. 1998. *The outbreak of nationalism on former Yugoslav territory: a historical perspective on the problem of supranational identity*. V *Nations and Nationalism*. 4 (3), 1998, 409-422. ASEN 1998.
26. Hall, Stuart. 1997. *The Image of the Other*. V Stuart, Hall (ed.) 1997. *Representations*. London: Sage/Open University.
27. Jalušič, Vlasta. 2002. *Xenophobia or Self-protection? On the Establishing of the New Slovene Civic/citizenship Identity*. V Pajnik, Mojca (ur.). 2002. *Xenophobia and Post-socialism*. Ljubljana: Mirovni inštitut.
28. Kuhar, Roman. 2003. *Fuj, prašiči nemarni buzerantski!* V Kuhar, Roman. Trplan, Tomaž (ur.).

2003. *Poročilo skupine za spremljanje nestrpnosti 02*. Ljubljana: Mirovni inštitut.
29. Kuzmanič, Tonči A. 1999. *Bitja s pol strešice; Slovenski rasizem, šovinizem in seksizem*. Ljubljana: Open Society Institute.
30. Kuzmanič, Tonči A. 2002. Post-socialism, Racism and the Reinvention of Politics. V Pajnik, Mojca (ur.). 2002. *Xenophobia and Post-socialism*. Ljubljana: Mirovni inštitut.
31. Magaš, Branka. 2003. On Bosnianness. *V Nations and nationalism 9 (1)*. 2003, 19-23. ASEN 2003.
32. Malešević, Siniša. Uzelac, Gordana. 1997. Ethnic distance, power and war: the case of Croatian students. *V Nations and Nationalism 3 (2)*. 1997, 291-298. ASEN 1997.
33. Massey, Garth. Hodson, Randy. Sekulić, Duško. 2003. Nationalism, Liberalism and Liberal Nationalism in post-war Croatia. *V Nations and Nationalism 9 (1)*. 2003. 55-82. ASEN 2003.
34. Mekina, Borut. 2004. Izbrisani, prvi polčas: odločna zmaga desnice. V Trplan, Tomaž. Autor, Sabina. Kuhar, Roman (ur.). *Poroči se, kdor se more! Poročilo skupine za spremljanje nestrpnosti 03*. Ljubljana: Mirovni inštitut.
35. Musek, Janek. 1997. Personality stereotypes: psychological comprehension of stereotypes. V Jezernik, Božidar. Muršič, Rajko (ur.) 1997. *Prejudices and Stereotypes in the Social Sciences and Humanities*. Ljubljana: Znanstveni inštitut FF.
36. Nečak, Dušan. Repe, Božo. 2003. *Oris sodobne zgodovine obče in slovenske zgodovine; učbenik za študente 4*. Letnika. Ljubljana: Oddelek za zgodovino Filozofske fakultete Univerze v Ljubljani.
37. Oakes, Penelope J. Haslam, Alexander. Turner, John.C. 1994. *Stereotyping and Social Reality*. Oxford, Cambridge: Blackwell.
38. Ono, Kent A. 2000. Communicating Prejudice in the media; Unpending Racial Categories in Doubles. in Hecht, Michael (ur.). 1998. *Communicating Prejudice*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
39. Osgood, C.E., Sapporta, S. and Nunally, J. C. 1973. Analiza vrednostno določenih trditev. V Splichal, Slavko (ur.) Metode v komunikoloških raziskavah. Ljubljana: Tiskarna RTV.
40. P. Schlesinger^a. *Mass Media and Cultural Identity*. 2004. ^a University of Stirling UK <http://www.sciencedirect.com/science?_ob=ArticleURL&_udi=B6WVS-46RMKJJ-4Y&_rdoc=9&_hierId=4223&_refWorkId=21&_explode=4223&_fmt=full&_orig=na&_docanchor=&_idxType=SC&view=c&_acct=C000050221&_version=1&_urlVersion=0&_userid=10&md5=09d6256f074d60d3ae4d2c1b2f195b77> (januar 2004).
41. Pajnik, Mojca. "Natakar, Ukrajinko prosim!" V Kuhar, Roman. Trplan, Tomaž (ur.). 2003. *Poročilo skupine za spremljanje nestrpnosti 02*. Ljubljana: Mirovni inštitut.

42. Pavković, Aleksandar. 1998. From Yugoslavism to Serbism: the Serb national idea 1986 – 1996. V *Nations and Nationalism* 4 (4), 1998, 511-528. ASEN 1998.
43. Petković, Brankica. 2003. Romi v Sloveniji – tujci za vedno? V Kuhar, Roman. Trplan, Tomaž (ur.). 2003. *Poročilo skupine za spremljanje nestrpnosti 02*. Ljubljana: Mirovni inštitut.
44. Petković, Brankica. 2004. Ne le sosedje, tudi najboljši sosed ne mara Romov. V Trplan, Tomaž. Autor, Sabina. Kuhar, Roman (ur.). *Poroči se, kdor se more! Poročilo skupine za spremljanje nestrpnosti 03*. Ljubljana: Mirovni inštitut.
45. Prunk, J. (1994). *A Brief History of Slovenia*. Ljubljana: Založba Mihelač.
46. *The World Book Encyclopaedia*. 1994. Vol.14. London: World Book.
47. Tolson, Andrew. 1996. *Mediations: text and discourse in Media*. London: Arnold.
48. Van Dijk, Teun A. 2000. New(s) racism: A Discourse Analytical Approach. V Cottle, Simon (ur.) *Ethnic Minorities and the Media; Changing Cultural Boundaries*. Buckingham: Open University Press.
49. Žagar, Igor Ž. 2002. Xenophobia and Slovenian Media: How the image of the Other is Constructed (and What it Looks Like). V Pajnik, Mojca (ur.). 2002. *Xenophobia and Post-socialism*. Ljubljana: Mirovni inštitut.
50. Žnidaršič, Tatjana. 2000. *Vpliv medijev na odnos do Romov; diplomsko delo*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.