

**Никола Перишић\***

*Институт за политичке студије, Београд*

---

## **МЕДИЈСКИ ДИСКУРС НА ИНФОРМАТИВНИМ ИНТЕРНЕТ ПОРТАЛИМА У СРБИЈИ ПРИЛИКОМ ИЗВЕШТАВАЊА О ДЕВЕДЕСЕТОЈ ГОДИШЊИЦИ СМРТИ РУДОЛФА АРЧИБАЛДА РАЈСА**

---

### **Сажетак**

*Рудолф Арчибалд Рајс био је немачки и швајцарски криминолог и форензичар. Од 1914. године живео и радио у Србији, где је остао до своје смрти 1929. године. У Србију је дошао да истражи злочине немачке, аустроугарске и бугарске војске над цивилним становништвом током Првог светског рата. За тих 15 година је одлично упознао навике и обичаје српског народа чије је негативне елементе неретко критиковао. Те критике су преточене и у његову најпознатију књигу „Чујте, Срби – Чувајте се сами себе”. Позитивно је утицао на развој криминалистике и форензике, али и генерално науке у Србији. Преминуо је 8. августа 1929. године, тако да се у августу 2019. године навршило 90 година од његове смрти. Медији имају велики утицај на јавно мњење и захваљујући медијима људи се информишу и поставља им се агенда о којим темама и личностима да размишљају. Стога је битно да се утврди на који начин се у медијском простору комуницира о Рудолфу Арчибалду Рајсу. Због тога овај рад испитује какав*

---

\* Имејл-адреса: [nikola.perisic.fpn@gmail.com](mailto:nikola.perisic.fpn@gmail.com).

*је био медијски дискурс приликом обележавања 90 година од смрти Рудолфа Арчибалда Рајса. Као узорак је узето десет најчитанијих и најпосећенијих информативних портала у 2022. години и портала Радио-телевизије Србије од којих пет није објавило нити један текст посвећен деведесетој годишњици смрти Рудолфа Арчибалда Рајса, док су неки попут Блица објавили и више од једног текста током тог дана.*

**Кључне речи:** медијски дискурс, онлајн медији, Рудолф Арчибалд Рајс, новинарско извештавање, нови медији

---

## УВОД

Рудолф Арчибалд Рајс рођен је у Немачкој, а студије и професионалну каријеру започиње у Швајцарској. Био је немачко-јеврејског порекла. У Србију је дошао 27. септембра 1914. године како би истраживао ратне злочине над цивилним становништвом које су чиниле немачка, аустроугарска и бугарска војска. Своје извештаје је слао у Француску у њима је хвалио српску војску како се опходи према аустроугарским ратним заробљеницима, док с друге стране бележи монструозне злочине Аустроугара (Pavlović 2021). Треба истаћи да су управо ти његови извештаји осујетили развој пропаганде коју су намеравале да пласирају Немачка и Аустроугарска. Вероватно из тих разлога постаје снажан заговорник борбе против Немачке и Аустроугарске током Првог светског рата (Petrović 2022). Заволео је Србију и остао је у Србији да живи и ради до своје смрти 1929. године. Након рата наставља свој посао у Србији што је омогућило да се осветле сви злочини током рата над српским становништвом, али и да се развије криминалистика и форензика у Србији. Многи га сматрају зачетником криминалистике у Србије. По завршетку Првог светског рата постао је директор Техничке полиције, али је убрзо смењен са те позиције због сукоба са Николом Пашићем чији је био велики критичар сматрајући да се не опходи на прави начин према борцима који су били учесници рата и војним инвалидима (Petrović 2022). Због тих догађаја размишљао је и да напусти Србију. Преминуо је 8. августа 1929. и у августу 2019. године обележено је

90 година од његове смрти чије медијско извештавање и дискурс на информативним онлајн порталима у Србији и јесте предмет овог рада. Историјски списи показују да је смрти претходила жучна расправа са тадашњим министром Миланом Капетановићем (Pavlović 2021). Осим што се бавио криминалистиком, радио је и као ратни репортер у Солуну за време Првог балканског рата. Иако је објавио неколико књига, најпознатијим његовим делом сматра се „Чујте, Срби – Чувајте се себе” у којем истиче све врлине и мане српског народа које су приметне и након скоро једног века од када је он то увидео и описао.

## ТЕОРИЈСКИ ОКВИР

Медији имају важну друштвену улогу јер информишу појединце о различитим догађајима и личностима. Они обезбеђују грађанима „информације које су им потребне да разреше различите и свакодневне неизвесне животне ситуације и проблеме (Kurtić 2006, 81). Медији не утичу толико на креирања ставова публике колико утичу на успостављање агенде о којим догађајима и личностима ће конзументи промишљати (Kunczik i Zipfel 2006, 12). У зависности од начина медији пласирају свој садржај класификација медија се може извршити на: телевизију, радио, новине и онлајн. Иако постоји безброј дефиниција онлајн медија, вероватно најједноставнија је да онлајн медији представљају „преношење информација путем интернета у облику текста, звука, слике и других записа” (Radovanović Šarepac 2012, 258). Потпунија дефиниција би могла бити она која говори о томе да онлајн новинарство „укључује интеграцију свих облика новинарства уз употребу интернета”. Та дефиниција је у складу са оним што Маклаун (McLuhan 1984, 92) каже за *нове* медије, а то је да је у „новим медијима садржај исти као и у старим”. Телевизија, радио и штампани медији губе примат у односу на онлајн медије, јер та врста медија пружа веће могућности приликом информисања грађана. На развој онлајн новинарства највише је утицао „развој технологије, као и различите друштвене и економске промене које су последица развоја информационог друштва” (Bogdanović 2013, 69). Први онлајн медиј настао је у Калифорнији крајем XX века, а данас се тај број на светском нивоу мери у милионима (Kostadinović 2017, 148). На увећање броја медијских интернет портала је утицала и чињеница да готово сви традиционални медији имају и своје

веб-портале. Према истраживањима из 2016. године готово 3,4 милијарди људи на свету користи интернет (Kalajžić i Vučetić Škrbić 2016, 19). То јасно показује колики је раст, а самим тим и утицаја онлајн медија. Без обзира на јасан раст развоја онлајн медија, у Србији се налазе на другом месту по броју извора информисања грађана, док је на првом месту и даље телевизија (Kvaril 2021, 117). Колико је телевизија доминантан медиј у Србији говори податак, да је Србија прва држава у Европи по дневном просечном гледању телевизији по јединици становника, док је на светском нивоу Србија на другом месту иза Сједињених Америчких Држава (Кљајић 2016).

Онлајн медији се све чешће називају и „нови медији”. Њихова основна карактеристика је да су интерактивни, интегрисани и користе дигитални код (Van Dijk 2006, 9). Управо се сматра да је интерактивност, односно могућност да „комуникациону моћ” добије публика, највећа промена коју са собом доносе онлајн медији (Ninković Slavnić 2019, 489). Због тога често се називају и мултимедији. Још једна важна одлика нових медија јесте да су они персонализовани, тачније њихов садржај је окренут појединцу и у разликује се на традиционалне по томе што не пружа свима исту форму и садржај, већ корисник сам то уређује (Manovich 2001, 36). Као једна од основних предности онлајн медија истиче се што не постоји никакав вид просторног и временског ограничења. Уз то, медијски теоретичари сматрају да су још предности мањи трошкови које медији имају за пласирање свог садржаја што је сигурно важан фактор узимајући у обзир чињеницу да је било неколико економских криза од 2008. године, као и мерљивост броја конзумента (Radovanović Šarenac 2012, 261). Ипак, као највећу предност медија који су базирани на интернету треба посматрати у проток информација, тачније кроз могућност да се свака новост испрати у реалном времену када се и дешава (Todorović 2013, 14).

## МЕТОДОЛОШКИ ОКВИР И УЗОРАК

Избор метода условљен је теоријском основом, предметом и циљем истраживања, структуром проблема који се истражује као и објективним могућностима да се прикупи одговарајућа теоријска и емпиријска грађа. Како би се на што бољи начин испитала главна хипотеза рада као методологија, користиће се анализа дискурса. Истраживање обухвата десет медијских портала који су према

подацима из 2022. године били најчитанији и њихов дискурс, када је било у питању извештавање о деведесетој годишњици од смрти Рудолфа Арчибалда Рајса, а то су портали: *Блиц*, *Курир*, *Б92*, *Н1*, *Новости*, *Мондо*, *Телеграф*, *Ало*, *Информер* и *Данас*. Такође, анализа ће обухватити и интернет портал Јавног сервиса Србије (РТС). Основна хипотеза на којој је базиран рад је да су медији пренели само фактографски извештаји и да је обележена годишњица без конкретнијег стављања догађаја у контекст.

Анализа дискурса је одабрана као једна од најбољих метода за истраживања која се односи на написане речи. „Дискурс у себи сакупља најситније и најсакривеније елементе стварности” (Stanović Rejnović 2019, 83). „Анализа дискурса је приступ језичкој анализи који је фокусиран на језичке обрасце у тексту као и социјалне и културне контексте у којима се текст јавља” (Perović 2014, 35). Дискурс се може дефинисати као „процес интеракција чији је текст само један део” (Fairclough 1992, 202) Под дискурсом се подразумева употребни језик у одређеној друштвеној пракси (Veljak 2019, 48). Дискурс у себи садржи неколико елемената: 1) комуникативне намере аутора; 2) односи између аутора и реципијената; 3) околности (контекст); 4) стилско-реторичке одлуке поруке; 5) претходно искуство које је прочитано у поруци (Kenzhekanova 2015, 192). Односно, како Женет тврди да се захваљујући дискурсу може спознајно разумети порука коју је аутор намерио да пошаље (Gennet 1990). На то треба додати и одређење које дискурс дефинише као „конкретна манифестација језика и настаје, нужно, у неком посебном контексту у који се урачунавају не само језички елементи, него и околности њиховог продуковања: сабеседници, време и место, постојећи односи између тих ванјезичких елемената” (Тодоров 2010, 7). Дакле, анализа дискурса као метод не приступа језику да би се само идентификовали елементи значења, већ да би се открило како појединци користе језик за креирање стварности (Bešić 2019, 248). Ближе објашњење даје Мирков (2018) која запажа да дискурс представља систем интерпретације и континуирано стварање значења.

Захваљујући анализи дискурса може се открити како се користи језик да би се креирала стварност (Foucault 1972). Бешић (2019) запажа да је у ствари основни елемент анализе дискурса његов материјални носилац. У конкретном примеру овог рада материјални носиоци су текстови информативних портала који се односе на тему обележавања деведесете годишњице смрти

Рудолфа Арчибалда Рајса. Ван Дајк (Van Dijk 2006) наглашава да је најзначајнији део анализе дискурса лексичка анализа, јер је она главно средство идеолошког изражавања у дискурсу. Управо је на основу тога и изабрана јединица анализе овог рада. Мекарти (McCarthy 1994, 5) указује да у ствари анализа дискурса представља „однос између језика и контекста у којем се употребљава”. Дакле, метод анализе дискурса омогућава нам да „пронађемо и утврдимо везе између језика и његових социјалних релата” (Bešić 2019, 250). Потпуније, анализа дискурса је језик у употреби, како то наводе поједини теоретичари (Brown i Yule 1983). Истовремено, не треба занемарити још један елемент коју анализа дискурса има. Тај елемент се односи на ефекте које језичка употреба изазива на различите социјалне идентитете и релације (Paltridge 2006). Јасно је да на основу овог предлога дефиниција и елемената које у себи садржи анализа дискурса, тај метод представља најпогоднији начин да се успешно спроведе наша анализа.

## АНАЛИЗА

Као што је објашњено у претходним деловима, предмет истраживања овог рада је медијски дискурс на информативним интернет порталима у Србији који обухватају извештавање о деведесетој годишњици смрти Рудолфа Арчибалда Рајса. Тај догађај се одиграо 8. августа 2019. године. Као узорак је узет десет најпосећенијих и најчитанијих информативних интернет портала у Србији за 2022. годину и интернет портал Радио-телевизије Србије. Мониторингом тих портала приметно је да нису сви портали пренели да је обележена. Међу медијима који нису овај догађај уврстили на своје портале су: *Б92*, *Курир*, *Н1*, *Ало*, *Телеграф* и *Информер*.

Портал *Блица* објавио је три текста посвећена Рудолфу Арчибалду Рајсу 8. августа 2019. године. Први је објављен у 11:07 под насловом: „Пре трачно 90 година умро је Арчибалд Рајс – Један од највећих пријатеља Србије”. У самом тексту је дата биографија Рудолфа Арчибалда Рајса и други је објављен у 15:23 и насловљен је: „Венци на споменик Арчибалду Рајсу – Обележено 90 година од смрти великог пријатеља српског народа”. У самом наслову видимо постојање хишерболе, јер је довољно рећи „пријатељ” без „велики пријатељ”. Хипербола представља „израз којим се претеривањем наглашава нека идеја или емоције, а такође, се могу увећати одлике

бића, ствари, појава или емоција” (Bagić 2012. 140). У самом лиду вести је објашњено да се обележава 90 година од Рајсове смрти и ко је он био. У телу вести је тежиште на томе ко је присуствовао обележавању годишњице као и шта су изјавили представници Града Београда и државни секретар у Министарству за рад, запошљавање, борачка и социјална питање. Дакле, јасно уочавамо фактографски приступ у овој вести где је пренето искључиво шта се догађало на церемонији годишњице. Трећи и последњи текст тог дана објављен је 20:39. Текст је насловљен на следећи начин: „Странац који је био већи Србин од многих Срба: *Требало би да предводите Европу, али не можете јер су вам вође похлепне*”. Као што се може приметити у наслову нигде није наведено да је у питању деведесета годишњица смрти Рудолфа Арчибалда Рајса. Треба указати, да наслов представља једно од повлашћених места у сваком тексту и да треба да садржи суштину онога што се налази у остатку текста (Dor 2003, 698). Међутим, треба имати у виду чињеницу да је наслов тај који привлачи публику што полутаблоидни медији попут *Блица* користе да кроз елементе сензационализма заинтригирају читаоце. У наслову још треба приметити и употребу хиперболе када се говори како је Рајс „већи Србин од многих Срба”. Тек у самом тексту сазнајемо да се тог дана обележава 90 година од Рајсове смрти. Тај текст је био најкраћи од свих који су тог дана објављени на *Блицовом* интернет порталу. Запажа се да је *Блиц* добро искористио интернет простор да објави све релеванте информација о самом Рудолфу Арчибалду Рајсу, али и о догађају којим је обележено 90 година од његове смрти, а да истовремено не затрпа публику подацима одједном.

Интернет портал листа *Вечерњих новости* објавио је један текст посвећен Рудолфу Арчибалду Рајсу који се нашао на њиховој веб-презентацији у преподневним часовима, тачније у 11:01. Наслов текста гласи: „Великог српског добротвора је убила прејака реч”. Поново треба указати на употребу хиперболе и непотребног префикса „велики”. У наставку наслова примећујемо алузију на један од стихова по којима је препознатљив песник Бранко Миљковић који је у једној својој песми рекао „уби ме прејака реч”. Алузија се може дефинисати као стилска фигура којом се остварује значење које се манифестује кроз неки други познати догађај, дело или изреку (Juvan 2013, 31). Алузија се у насловима подједнако јавља и код озбиљне штампе и код таблодине (Glišović 2014, 62). У лиду се објашњава да се тог дана обележава 90 година од смрти Рудолфа Арчибалда Рајса. Сам



текст је подељен на неколико подналова који су селектовани као различити сегменти његовог рада и живота. Потенцира се његова приврженост Србији што јасно показује присутност националног дискурса у тексту, као и чињенице да су га се тадашње „политичке елеите” одрекле. Ту треба приметити да су у негативан контекст стављени тадашњи политичари на челу са премијером Николом Пашићем, што за циљ има да се Рајс представи као личност „о коју смо се огрешили” као *народ*.

Чини се да је најприкладнији и најинформативнији наслов имао *Данас*: „Обележено 90 година од смрти Арчибалда Рајса”. Текст је објављен у 12:36 часова 8. августа 2019. године. На примеру овог наслова можемо видети како изгледа један наслов који у потпуности испуњава основни циљ, а то је да информише и уведе читаоца у суштину онога што се налази у самој вести или извештају. У самој вести фокус је на догађају којим је обележено 90 година од Рајсове смрти, а не на самом животу и раду Рудолфа Арчибалда Рајса. Слично, као и у једном од текстова из *Блиц*, у вести се преноси ко је присуствовао догађају и испред које институције. Пренете су изјаве Андреје Младеновића (помоћник градоначелника Београда у том тренутку) и државног секретара Министарства за рад, запошљавање, боричка и социјална питања. То нас наводи на закључак да је могуће да су те две вести агенцијске и да су само по принципу „copy/paste” те вести пренете. Многи медијски теоретичари и експерти говоре о томе да „новинарски текстови који се обликују на исти и/или сличан начин постају тренд са развојем технологија и виртуелног простора” (Ерцеговац и Средојевић 2014, 198). Ипак, то није у потпуности последица развоја информационе технике, већ своје корене има и у теорији медија која примећује да ће се највећи број вести и информација у различитим медијима преклапати, а то настаје као последица чињенице да је највећи број свих информација производ новинских агенција које се само преузимају и прилагођавају врсти медија кроз који ће бити пласиран јавности и конзументима (Ward 2002, 67).

Информативни портал *Мондо* донео је текст под насловом: „ЗЛАТНО СРЦЕ: Слава ти, пријатељу Срба из најтежих времена”. Јасно је уочљива хипербола и та на два места у наслову. Прво, када је употребљено „златно срце”, а друго, када је окарактерисано да су времена била „најтежа” у којима је он живео и радио. Такође, нејасно је што се у једном делу наслова користе искључиво велика



слова, вероватно је жеља новинара била да додатно истакне тај део наслова. Поставља се питање како можемо да тврдимо да су управо та времена била „најтежа”, поготову у држави која је вековима била окупирана од стране Турске и која је само током XX века прошла кроз најмање шест ратних сукоба. Оно што је карактеристично за овај текст на *Мондо* порталу је да је први, у анализираном узорку, у којем су уочени коментари публике. Коментара на овоом тексту укупно има 64. У коментарима углавном доминира позитиван наратив према Рудолфу Арчибалду Рајсу и његовој књизи „Чујте, Срби – Чувајте се сами себе”, као и негативан однос према Николи Пашићу којег поједини читаоци упоређују са савременим домаћим политичарима. Занимљиво је да је текст објављен нешто мало пошто смо ушли у 8. август 2019. године, тачније у 00:30 часова. У тексту је доминантан историјски приступ у којем се преплићу различити догађаји из Рајсове биографије и историјских догађаја. Сегменти су одвојени поднасловима и у једном од њих се најављује да ће бити обележена годишњица смрти, без улажења у детаље како ће тај догађај изгледати. Један од подналова гласи: „Највећа награда – захвалност народа”. Овде треба јасно истакнути елементе популизма. „Популизам инсистира на вољи народа” (Panizza 2005, 17). Иако се популизам најчешће везује за елементе политичке комуникације, на датом примеру можемо уочити да постаје и део медијског дискурса и то највероватније са циљем да се створи што позитивнија слика о личности о којој се говори. Да је тај циљ имао творац овог текста, говори нам у прилог да у целокупном тексту преовладава позитиван медијски дискурс према Рудолфу Арчибалду Рајсу.

Јавни медијски сервис Србије (РТС) је на свом информативном порталу из другачијег угла известио о годишњици смрти Рудолфа Арчибалда Рајса. Они су свој текст насловили: „Како се Мачва одужила Арчибалду Рајсу”. Сам наслов има све одлике сажетости и суштине информисаности која се може наћи у остатку текста. Такође, у самом лиду се даје подсећање да се тог дана обележава 90 година од Рајсове смрти. У остатку текста фокус је на Мачви и једном месту у том делу Србије – Прњавору. Даје се историјски осврт колико је Прњавор изгубио становништва током Првог светског рата и да је Рудолф Арчибалд Рајс проглашен почасним грађанином тог места. Приликом обраде ове теме консултована је историчарка Светлана Милуновић која је, као релевантан саговорник за ову тему објаснила како је Рајс дошао у Мачву и који су били његови доприноси током

Првог светског рата. При крају текста се оцењује како је Рајс „јунак правде, истине и правде”. Ту поново примећујемо хиперболу која је овог пута употребљена у комбинацији са метафором. У бекграудну (тзв. БКГ) вести се изражава нада да ће ускоро бити постављен његов споменик у порти шабачке цркве.

На основу датог прегледа медијског дискурса на информативним порталима приликом извештавања о деведесетој годишњици смрти Рудолфа Арчибалда Рајса, можемо пре свега закључити да нису сви најпосећенији и најчитанији портали из 2022. године одабрали тај догађај и ту тему да се нађе на њиховим порталима. Од десет медија који су узорковани као најпопуларнији међу публиком из 2022. године, чак, шест није селектовало ову тему. Да таблоидни медији попут *Курира*, *Информера* и *Ало* нису обрађивали ову тему не изненађује, јер таблоидни медији траже више теме које су базиране на сензационализму и шокантности због тога што такве теме привалче највећи број публике и самим тим имају већи економски профит што постаје најдоминантнији циљ комерцијалних медија. Међутим, изненађује да се овом темом нису бавили медији као што је *Б92* и *Н1*. Додатно изненађује да су се ти медији годишњицом Рајсове смрти бавили претходних година, односно у годинама када се није обележивала јубиларна годишњица.

## ЗАВРШНА РАЗМАТРАЊА

Предмет овог рада је била анализа медијског дискурса информативних портала у Србији поводом 90 година од смрти Рудолфа Арчибалда Рајса, а та годишњица је обележена 8. августа 2019. године. Главна хипотеза од које се кренуло у раду је да су портали дали само фактографске податке о том догађају и преглед догађаја без уласка у суштину и контекст свих догађаја у којима је актер био Рудолф Арчибалд Рајс током свог боравка и рада у Србији. Та хипотеза је потврђена јер је у готово свим анализираним текстовима приметан исти новинарски приступ. Чак, су портали дневних листова *Данаса* и *Блица* објавили идентичне текстове извештавајући о догађају обележавања смрти Рајса. Једини другачији приступ на информативним порталима приметан је на РТС-у. Интернет страница Јавног сервиса је у жижу свог извештавања ставила област Србије (Мачву) где је највећи траг током своје професионалне каријере оставио Рајс. Такође, РТС је једини медиј у

узоркованој анализи где је примећено да је саговорник био експерт из области историје. У свим другим примерима или су пренете изјаве државних и градских функционера или су препричани елементи из његове биографије без навођења извора. То нас наводи на закључак да је РТС најпрофесионалније обрадио ову тему водећи рачуна о начелима новинарске професије која су базирана на коришћењу релевантних стручњака из области која се обрађује. Треба издвојити и податак да је портал *Блиц* током 8. августа 2019. године објавио три различита текста о Рајсу. Први је био посвећен биографији Рудолфа Арчибалда Рајса, други се односио на концертни догађај 90 година од његове смрти и трећи у којем је дата сажета биографија и преглед догађаја из Рајсовог живота и рада. Из тога се види да се *Блиц* највише посветио обрађивању теме и области што је предмет истраживања овог рада. *Блиц* није желео да замара читаоце једним текстом у којем би се нашло превише података, већ су у потпуности искористили простор онлајн света да објаве више текстова у различитим интервалима током дана.

Када говоримо о наративу у оквиру медијског дискурса треба уочити да је био изразито позитивно настројен када се говорило о животу и раду Рајса. Истицани су његови извештаји ка државама Западне Европе током Првог светског рата, али и сукоб са тадашњом најмоћнијом политичком личношћу – Николом Пашићем. У циљу стварања што позитивније слике о Рудолфу Арчибалду Рајсу медији су се неретко користили хиперболом. Та хипербола била је најуочљивија у насловима и поднасловима које су новинари користили приликом писања својих текстова.

Јасно је да ова тема није била превише медијски атрактивна јер у себи не садржи елементе сензационализма, нити се од ње не може учинити тако нешто. У шролог тој медијској неатрактивности иде и чињеница да већина анализираних информативних портала није ни пренела вест која се односила на јубиларну годишњицу смрти Рудолфа Арчибалда Рајса. Такође, ни публика није била претерано заинтересована за ову тему јер ни на једном порталу, изузев *Монда*, нису забележени коментари корисника (публике). Само су на *Монду* примећена 64 коментара на текст који се односио на Рудолфа Арчибалда Рајса. Увидом у те коментаре примећено је да су главне теме публике биле Рајсова књига „Чујте, Срби – Чувајте се сами себе” и однос тадашњих политичких елита, односно Пашића, према њену.

На крају треба истаћи да би медији требало више да се баве личностима и догађајима из историје и свим другим темама које су обележиле историју наше земљем, иако су често такве теме некомерцијалне за медије. Обрађујући такве теме медији испуњују једну од својих фундаменталних улога, а то је да образују. Ипак, када се обрађују такве теме треба инсистирати на професионалности која се односи на примерну употребу речника из којег ће бити искључен сваки вид субјективности и неуравнотежености приликом извештавања и информисања. Уз то, потребно је консултовати и експерте из тих области како би се на што бољи начин обрадила одређена тема, али и како би се задржала релевантност и кредибилитет што се свакако сврстава у неке од најважнијих карактеристика медија.

## РЕФЕРЕНЦЕ

- Bagić, Krešimir. 2012. *Rječnik stiskih figura*. Zagreb: Školska knjiga.
- Bešić, Miloš. 2019. *Metodologija društvenih nauka*. Novi Sad: Akademska knjiga.
- Bogdanović, Jelena. 2013. Građansko novinarstvo u Srbiji. *CM Komunikacija i mediji*, 8 (28): 67–88. doi:10.5937/comman1328069B.
- Brown, Gillian., i Yule, George. 1983. *Discourse Analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Dor, DanielY. 2003. On newspaper headlines as relevance optimizers. *Journal of pragmatics*, 35 (5): 695–721.
- Fairclough, Norman. 1992. Discourse and text: Linguistic and intertextual analysis within discourse analysis. *Discourse & society*, 3 (2): 193–217.
- Foucault, Michel. 1972. *Le discours de Toul*. Paris: Le Nouvel Observateur.
- Genette, Gerard. 1990. *Fictional Narrative, Factual Narrative*. New York: Poetic Today.
- Glišović, Ljiljana. 2014. U naslovima ništa novo: uloga aluzija kao manifestacija intertekstualnosti u novinskim naslovima na primeru nemačke štampe. *CM Komunikacija i mediji*, 9 (31): 59–72. doi:10.5937/comman1431059G.
- Juvan, Marko. 2013. *Intertekstualnost*. Novi Sad: Akademska knjiga.

- Kalajžić, Vesna i Ana Vučetić Škrbić. 2016. „Društvene mreže u novinarstvu.” U *Informacijska tehnologija i mediji 2016*, ur. Josić Ljubica, 19–30, Zagreb: Hrvatski studiji.
- Kenzhekanova, Kuralay. 2015. Linguistic features of political discourse. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6 (6 S2): 192–206.
- Kostadinović, Maja. 2017. „Internet kao glavni agens transformacije žanrovskih sadržaja medija.” In *Sinteza 2017-International Scientific Conference on Information Technology and Data Related Research*, 148-154. Singidunum University. DOI: 10.15308/Sinteza-2017.
- Kunczik, Michael. i Zipfel, Astrid. 2006. *Uvod o znanost o medijima i komuniologiji*. Zagreb: Friedrich Ebert.
- Kurtić, Najil. 2006. *Kod novinarstva*. Sarajevo: MediaPlan institut.
- Kvapil, Milena. 2021. Strategije u stvaranju naslova vesti informativnih onlajn portala u Srbiji. *CM Komunikacija i mediji*, 16 (49): 115–141. DOI: 10.5937/cm16-29105.
- Manovich, Lev. 2001. *The language of New Media*. Lodnon: Press Cabridge.
- McCarthy, Michael. 1994. *Discourse Analysis for Language Teachers*. Cambridge: Cambridge University Press.
- McLuhan, Marsha. 1984. *Violence of the Media in The Man and His Message*. Documentary, McLuhan Production.
- Mirkov, Lidija. 2019. „Pripovedanje u novinarstvu kao žanorovski postupak.” *CM 45*: 135–156. doi: 10.5937/comman14-20822.
- Ninković Slavnić, Danka. 2019. Online Audience from the Perspective of National Scholars: An Overview of Published Articles. *Sociologija*, 61 (4): 497–512. doi.org/10.2298/SOC1904497N.
- Paltridge, Brian. 2006. *Discourse Analysis*. Continuum. London: International Publishing Group.
- Panizza, Francisco. 2005. „Populism and the Mirror of Democracy.” U *Populism and the Mirror of Democracy*, ur: Francisco Panizza, 1–31. London: Verso.
- Pavlović, Nikola. 2021. „Rudolf Arčibald Rajs – čovek koji je precizno opisao vrline i mane srpskog naroda” *Danas*, 8. avgust 2021. <https://www.danas.rs/zivot/rudolf-arcibald-rajs-covek-koji-je-precizno-opisao-vrline-i-mane-srpskog-naroda/>.

Perović, Slavica. 2014. „Diskurs i stilistika ili diskurs kao odgovor na Jaksobonovom „Sramno zaostajanje”. U *Analiza diskursa: Teorije i metode*, ur. Perović, 11–57. Podgorica: Institut za strane jezike.

Petrović, Nenad. 2022. „Upozorenje *naivnim Srbima*: Manje poznati detalji biografije Arčibalda Rajsa – Švajcarac sa Kajmakčalana.” *Danas*, 16. novembar 2022. <https://www.danas.rs/vesti/drustvo/upozorenje-naivnim-srbima-manje-poznati-detallji-biografije-arcibalda-rajsa-svajcarca-sa-kajmakcalana/komentari/>.

Radovanović Šarenac, Dejana. 2012. „Specifičnosti online novinarstva.” *Politeia-Naučni časopis Fakulteta političkih nauka u Banjoj Luci za društvena pitanja*, 2 (3): 257–263.

Todorović, Neda. 2013. Contribution to The Theory of Generson Post-Journalism. *Medijski dijalozi* 17 (6): 11–44.

Van Dijk, Jan. 2006. *The Network Society: Social Aspects of New Media*. London: Sage.

Veljak, Lino. 2019. „Philosophy between discourse of religion and discourse of science.” U *Diskurs i politika*, ur. Dejana Vukasović i Petar Matić, 255–268. Beograd: Institut za političke studije.

Ward, Mike. 2002. *JournalismOnline*. Oxford:FocalPress.

*Blic*. 2019. „Pre tačno 90 godina umro je Arčibald Rajs, jedan od najvećih prijatelja Srba.” Pristupljeno 9. maja 2023. godine. <https://www.blic.rs/riznica/istorije/pre-tacno-90-godina-umro-je-arcibald-rajs-jedan-od-najvecih-prijatelja-srba/1bdbf5h>

*Blic*. 2019. „Stranac koji je bio VEĆI SRBIN od mnogih Srba: Trebalo bi da predvodite Evropu, ali ne možete jer su vam vođe pohlepne.” Pristupljeno 9. maja 2023. godine. <https://www.blic.rs/vesti/drustvo/stranac-koji-je-bio-veci-srb-in-od-mnogih-srba-trebalo-bi-da-predvodite-evropu-ali-ne/negyk0>.

*Blic*. 2019. „Venci na spomenik Arčibaldu Rajsu obeleženo 90 godina od smrti velikog prijatelja srpskog naroda.” Pristupljeno 9. maja 2023. godine. <https://www.blic.rs/vesti/beograd/venci-na-spomenik-arcibaldu-rajsu-obelezeno-90-godina-od-smrti-velikog-prijatelja/dvlp1ly>

*Večernje novosti*. 2019. „Velikog srpskog dobrotvora je ubila prejaka reč.” Pristupljeno 9. maja 2023. године. <https://www.novosti.rs/vesti/naslovna/reportaze/aktuelno.293.html:810863-Velikog-srpskog-dobrotvora-je-ubila-prejaka-rec>

*Danas*. 2019. „Obeleženo 90 godina od smrti Arčibalda Rajsja”  
Pristupljeno 9. maja 2023. godine. <https://www.danas.rs/vesti/beograd/obelezeno-90-godina-od-smrti-arcibalda-rajsa/>

Ercegovic, Ivan i Marko Sredojević. 2014. “Copy/paste journalism and the internet: A used product in the new media.” *Kultura* (145): 198–213. DOI 10.5937/kultura1445198E.

Кљајић, Веселин. 2016. *Интервју у штампани, онлајн магазинима и на интернету*. Београд: Чигоја.

*Mondo*. 2019. „Zlatno srce: Slava ti, prijatelju Srba iz najtežih dana.”  
Pristupljeno 9. maja 2023. godine. <https://mondo.rs/Info/Srbija/a1211424/Arcibald-Rajs-godisnjica-smrti-biografija.html>.

RTS. 2019. „Kako se Mačva odužila Arčibaldu Rajsu.”  
Pristupljeno 9. maja 2023. godine. <https://www.rts.rs/lat/vesti/drustvo/3617163/kako-se-macva-oduzila-arcibaldu-rajsu.html>.

Тодоров, Цветана. 2010. *Симболизам и тумачење*. Београд: Службени гласник.



**Nikola Perišić\***

*Institute for Political Studies, Belgrade*

---

## **MEDIA DISCOURSE ON INFORMATIONAL INTERNET PORTALS IN SERBIA WHEN REPORTING ON THE 90TH ANNIVERSARY OF THE DEATH OF RUDOLPH ARCHIBALD RISSE**

---

### **Resume**

---

*Rudolf Archibald Rice was a German and Swiss criminologist and forensic scientist. From 1914 he lived and worked in Serbia, where he remained until his death in 1929. He came to Serbia to investigate the crimes of the German, Austro-Hungarian and Bulgarian armies against the civilian population during the First World War. During those 15 years, he got to know the habits and customs of the Serbian people very well, the negative elements of which he often criticized. Those criticisms were translated into his most famous book "Listen to the Serbs - Keep Yourself Safe". He had a positive impact on the development of criminology and forensics, but also science in general in Serbia. He passed away on August 8, 1929, so August 2019 marks the 90th anniversary of his death. The media has a great influence on public opinion and thanks to the media, people are informed and an agenda is set for them about which topics and personalities to think about. Therefore, it is important to determine how Rudolph Archibald Rice is communicated in the media space. Therefore, this paper examines what the media discourse was like during the commemoration of the 90th anniversary of the death of Rudolph Archibald Rice. As a sample, the ten most read and most visited*

---

\* E-mail address: nikola.perisic.fpn@gmail.com.

*information portals in 2022 and the portal of the Radio and Television of Serbia were taken, five of which did not publish a single article dedicated to the ninetieth anniversary of the death of Rudolph Archibald Rice, while some, such as Blic, published more than one article during that day.*

**Keywords:** *media discourse, online media, Rudolph Archibald Rice, journalistic reporting, new media*

---