

Dr ZLATKO ISAKOVIĆ

Usavršavanje televizijske tehnike i mogućnosti koje televizija pruža za propagandno delovanje u savremenim međunarodnim odnosima

Za nastanak štamparske tehnike i štampe — kao prvog sredstva, odnosno medija za masovno informisanje ljudi — trebalo je da prođe više milenijuma čovekove praistorije i više od četrnaest vekova njegove istorije, a posle pauze od pet vekova nastala su još tri takva sredstva: radio, film i, najzad, televizija. Dok je za široku primenu štamparske tehnike od njenog nastanka trebalo da prođe nekoliko vekova, sva tri medija koja su se javila krajem XIX i u XX veku doživela su široku primenu već nakon nekoliko desetina godina od njihovog nastanka. U isto vreme javio se odgovarajući kadar — ljudi koji vladaju veštinama i poseduju teorijska i druga znanja potrebna za informisanje posredstvom tih medija. Zato se o XX veku može govoriti i kao o veku revolucionarnog — u širem značenju te reči — razvoja sredstava i same delatnosti masovnog informisanja.

1. Preobraćanje propagande iz metoda za ubeđivanje ljudi u metod za njihovo prinuđivanje

Uporedo sa širenjem tehničkih mogućnosti informisanja o događajima i pojavama u svetu koji ga okružuje, za obrazovanje i zabavu u časovima odmora i dokolice, rasla je i čovekova »žed«

za informacijama. Dakle, širenjem čovekovih vidika i opštim napretkom civilizacije rasla je i njegova želja da sazna što više o sve većem broju događaja i društvenih odnosa. S druge strane, razvojem tehničkih mogućnosti za *informisanje* i narastanjem čovekove želje da bude *informisan*, povećale su se, na žalost, i mogućnosti za njegovo *dezinformisanje*, posebno ukoliko se pri tom koriste propagandne tehnike i sredstva.

Bilo je mnogo pokušaja da se definiše i objasni pojam propagande. To su činili kako naučnici koji se bave izučavanjem te pojave tako i teoretičari socijalne psihologije i srodnih disciplina, političkih i multidisciplinarnih nauka kao što je teorija međunarodnih odnosa i druge.¹ Zajednički imenitelj i srž tih, ponekad i vrlo dugih i složenih, definicija mogao bi se izraziti relativno jednostavno: propaganda je *metod i veština ubeđivanja ljudi* i svakodnevna je pojava u mnoštvu društvenih odnosa u onoj meri u kojoj ljudi, ponekad i nenamerno, svojim postupcima i naročito rečju pokušavaju da jedni druge ubede kako su oni u pravu, a drugi nisu ili da je neko ovakav ili je nešto ovakvo, a ne onakav, odnosno onakvo itd. Već takve činjenice iz svakodnevnog života upućuju na zaključak da propaganda nije, sama po sebi, ni nešto što je apsolutno dobro, a ni nešto što je apsolutno loše. Inače, može se pasti u grešku slične onim koje su počinili neki zapadni teoretičari propagande, oni koji su u vreme najžešćeg propagandnog sukoba u istoriji čovečanstva, hladnog rata, licemerno tvrdili da je propagandno delovanje nedostojno »slobodnog sveta«, odnosno Zapada, dok su sovjetski autori, polazeći od pozitivnih iskustava u korišćenju propagandnog metoda stečenih u vreme oktobarske revolucije i posle nje, propagandu kao sredstvo apriori pozitivno ocenjivali i slično. Dakle, određeni propagandni postupak se može pozitivno ili negativno oceniti samo na osnovu njegove sadržine, sagledavanja cilja s kojim se on preduzima i *posmatranja tog cilja u sklopu* društvenih odnosa koji postoje u istorijskom trenutku u kom se vrši ili planira određena propagandna akcija.

Izvršenje tog zadatka po pravilu nije lak posao, i uspeh zavisi od toga koliko je propagandist spretan u kreiranju sadržine i forme propagandne poruke koja će što bolje »*ulaziti u uši*« ljudi-
ma kojima je namenjena i od *prikrivanja pravog cilja* s kojim se

¹ Vidi definicije jugoslovenskih i stranih autora: M. Zvonarević, *Socijalna psihologija*, »Školska knjiga«, Zagreb, 1976, str. 697—699; M. Oreč i V. Mićović, *Jugoslavija i inostrana propaganda*, Tanjug, Beograd, 1971, str. 7—8; *Politička enciklopedija*, »Savremena administracija«, Beograd, 1975, str. 848; V. Dimitrijević i R. Stojanović, *Međunarodni odnosi — osnovi opšte teorije*, »Nolit«, Beograd, 1979, str. 303.

ta poruka šalje, naravno ako je to potrebno. A u slučajevima u kojima se propaganda iskorišćava radi posrednog realizovanja dominacije u međunarodnim odnosima, to je iz razumljivih razloga najčešće potrebno, pa je često i jedan od osnovnih uslova za uspeh cele propagandne akcije.² Ukoliko se ispune ta dva uslova, može se čak računati i s prinudnim efektom. Naime, može se postići da čovek — neposredni objekt takvog propagandnog delovanja posmatra svoje ponašanje kao izraz svoje slobodno formirane volje, a ono je u stvari posledica delovanja propagandne poruke na njegovu podsvest ili na »tamne mrlje« neinformisanosti i neobrazovanosti koje postoje u domenima njegove psihe koji su inače pod njegovom svesnom kontrolom.³ Radi postizanja ovakvih efekata u međunarodnim odnosima deluju osim propagandista i čitavi timovi stručnjaka različitih profila i specijalnosti (psiholozi, ekonomisti, etnolozi, istoričari, lingvisti, i drugi), koji na taj način koriste, to jest zloupotrebljavaju sva u tu svrhu upotrebljiva saznanja do kojih su došle naučne discipline kojima se bave.

Zahvaljujući tome što svaka informacija, odnosno informativna poruka sadrži — osim elemenata već postojećeg i sasvim novog saznanja — i vrednosnu kvalifikaciju autora poruke, jasnije se mogu sagledati odnos i veza između informativne i propagandne delatnosti.⁴ Ukoliko se pođe od te činjenice, može se konstatovati da je pravilo da je svaka informativna poruka manje ili više i propagandna poruka i obrnuto. Razlike ipak ima u strukturi i načinu organizovanja sadržine poruke, a potiče iz činjenice da je osnovni cilj informatora prenošenje novog saznanja, dok je najvažniji cilj

² Dominacija, shvaćena u najširem smislu kao prinudno uspostavljena nejednakost između subjekata međunarodnih odnosa koja je u prvom redu političke prirode, prema spoljnopolitičkoj strategijskoj koncepciji posrednog nastupanja može se uspostaviti ili i održavati primenom prinude u širem smislu te reči (propagandnim, ekonomskim, političkim i specifičnim fizičko-prinudnim — terorističkim, diverzantskim i sličnim — postupcima i sredstvima, i to na posredan i prikriven način). Vidi i druge definicije ove pojave: A. Bofr, *Uvod u strategiju*, Vojnoizdavački zavod, Beograd, 1968, str. 46, D. Miljanić i dr. *Opštenarodna odbrana i društvena samozaštita SFRJ*, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, Beograd 1979, str. 129.

³ Zato se može govoriti o psihičkoj prinudi kao posebnom obliku pomenute prinude u širem smislu.

⁴ Prema mišljenju T. Đorđevića, informacija se sastoji iz informativnog jezgra (do tada nepoznatog ljudskog iskustva), redundantnog sadržaja (ranije stečenog saznanja) i persuazivnog elementa (koji pobuđuje primaoce na vrednosno opredeljivanje i kvalifikaciju događaja). Taj autor naglašava i to da »Komunikatora stalno vreba opasnost falsifikovanja činjenica, uslovljena samim postupkom organizacije vrednosnih poruka; uslovljena aktom manipulisanja aspektima događaja kako bi se njihovom smišljenom koordinacijom organizovao smisao događaja po meri afektivno-voljnog opredeljenja onoga ko poruku organizuje«. (*Teorija informacija — teorija masovnih komunikacija*, »Partizanska knjiga«, Beograd, 1979, str. 22—24 i 29).

propagandiste ubeđivanje.⁵ Pri tome je vrlo čest slučaj, posebno u međunarodnoj propagandi, da se propagandna poruka tehnički i sadržinski obrazuje tako da u što većoj meri liči na informativnu, kako propagandni objekt ne bi shvatio da je u stvari u pitanju propagandna poruka.⁶

Ukoliko se u ovom kontekstu posmatra značaj savremenih medija za masovno informisanje, nameće se zaključak da njihove sve veće informativne mogućnosti šire i mogućnosti za efikasno propagandno delovanje, posebno u međunarodnim odnosima. Pri tome je, čini se, za ispunjenje zadatka prevashodno informativne poruke od presudnog značaja njena sadržina (kvantum novog saznanja koje ona pruža konzumentu), a za poruku koja se stvara i šalje s osnovnim propagandnim ciljem od kapitalne važnosti je prvo, stepen privredne *neposrednosti* odnosa koji se uspostavlja s onim kome je poruka namenjena, drugo, *subjektivni odnos (ne)poverenja* objekta propagandnog delovanja prema izvoru poruka i, treće, stepen *sugestibilnosti*, kao trenutnog ili trajnog stanja čovekove psihe prema kome se deluje propagandom. Suggestibilnost je subjektivno obeležje koje varira od ličnosti do ličnosti, a i u različitim vremenskim odsecima, i to po pravilu nezavisno od medija čijim posredstvom se prenosi poruka a postignuta neposrednost odnosa, a i čovekov subjektivni odnos prema izvoru poruke zavise (ali ne isključivo) od medija koji posreduje u prenošenju poruke.⁷ Stoga će u daljem tekstu biti više reči o onim odlikama savremenih informativno-propagandnih medija koje su važne upravo za određivanje

⁵ Vidi detaljnije: M. Zvonarević, navedeno delo, str. 699, i T. Đorđević, navedeno delo, str. 27.

⁶ U novijoj istoriji zabeleženi su brojni primeri podređivanja ovakvim ciljevima čak i naziva organizacija za propagandno i drugo delovanje u međunarodnim odnosima. Na primer, krajem 1977. godine promenjeno je ime Agencije za informisanje SAD (USIA) u ime Agencija za međunarodne komunikacije SAD (USICA), i to verovatno zato što je »informativna« delatnost ove organizacije već odavno diskreditovana u očima međunarodnog javnog mnjenja; međunarodnu propagandnu delatnost u zemljama članicama Varšavskog ugovora vrše zvanične radio stanice, diplomatska, konzularna i druga predstavništva, domovi kulture u inostranstvu i druge institucije koje se ne deklariraju kao propagandne ustanove; najzad, brojni su primeri s istim ciljem stvorenih naziva organizacija jugoslovenske neprijateljske političke emigracije, kao što su »Udruženje srpskih pisaca u izgnanstvu«, »Udruženje hrvatskih pisaca u izgnanstvu«, »Srpsko istorijsko-kulturno društvo — Njegoš«, »Hrvatska akademija Amerike«, itd.

⁷ M. Zvonarević konstatuje da su deca i omladina sugestibilniji od odraslih, žene od muškaraca, a manje obrazovane osobe su sugestibilnije od obrazovanih. Takođe, »pojedinaac je u masi podložniji sugestiji nego ako je osamljen, umorne su osobe sugestibilnije od odmornih, bolesnici više nego zdravi itd.« (Navedeno delo, str. 705). S druge strane, francuski teoretičar Žak Eli u delu *Propaganda* argumentovano brani tezu da je inteligencija podložnija uticaju propagande od manje obrazovanih pripadnika društva.

njihove podobnosti za uspostavljanje što neposrednijeg odnosa s ljudima (gledaocima, čitaocima, slušaocima itd.) i za uspostavljanje odnosa poverenja prema izvoru propagandnih poruka.

2. Televizija kao potencijalno najefikasniji propagandni medij u dvadesetom veku

U pokušaju da se međusobno uporede mogućnosti za propagandno delovanje koje načelno imaju savremeni informativni mediji, može se konstatovati da je, najpre, štampa objektivno pristupačna samo pismenim ljudima (ilustracije su u njoj najčešće sadržinski u službi odštampanog teksta), a i oni često nisu u stanju da na osnovu teksta »pronuknu u dušu« autora, nego moraju da se zadovolje onim što im stoji pred očima. Drugim rečima, čitalac ne može da vrednuje određeni štampani tekst, recimo i po boji glasa, izrazu lica i pokretima čoveka koji mu ga prenosi, nego je objektivno upućen samo na analizu sadržine i stila onoga što je napisano. S druge strane, čini se, da fenomen verovanja u istinitost odštampanog teksta (verovanje u istinitost »crnog na belom«) još postoji i da se njegovi efekti gotovo neprestano reprodukuju. Međutim, izgleda da je koren takvom iracionalnom čovekovom poverenju u odštampanu reč u činjenici da je štampa nekoliko vekova bila jedini medij za masovno informisanje i da je u početku bila čak rezervisana samo za pripadnike društvene elite.⁸ Stoga se može pretpostaviti da će s povećavanjem relativnog udela ostalih medija za masovno informisanje u ukupnoj masi informacija koje su savremenom čoveku svakodnevno dostupne, taj fenomen polako ali neumitno iščezava.⁹

Prednost televizijskog medija nad radiom je u tome što se televizijski program prati najčešće u grupi (po pravilu u porodičnom krugu), a to pojačava dejstvo poruke koja se emituje.¹⁰ Takođe je utvrđeno da televizijski ekran pokazuje određenu dozu hipnotičkog dejstvovanja na gledaoca.¹¹ Time se zacementirano opovr-

⁸ Prve novine koje su se pojavile u XVII i XVIII veku, zbog visoke cene i velikog broja nepismenih u širokim narodnim masama, bile su objektivno dostupne samo imućnim i pismenim ljudima (M. Zvonarević, navedeno delo, str. 382).

⁹ Isti autor konstatuje da je »povjerenje u istinitost svega što je napisano crno na bijelom« još u pravilu veće u manje obrazovanih ljudi, iako ga ne treba potcijeniti ni u ostalih« (isto delo, str. 388).

¹⁰ Vidi detaljno o uzajamnom interpersonalnom pojačavanju televizijske poruke; M. Zvonarević, navedeno delo, str. 396.

¹¹ Isto, str. 396—397.

gava naučno dokazani stav da savremeni čovek još i danas više veruje informacijama koje saznaje od svojih poznanika, prijatelja, rođaka i drugih bliskih mu osoba nego onim koje dolaze »javnim« ili »zvaničnim« kanalima i izvorima informacija. Treba uzeti u obzir napomenu da će štampa u oblasti dugoročnih delatnosti s ideološko indoktrinativnim ciljevima ostati gotovo nezamenljiv medij, a da će televizija igrati sve veću ulogu u domenu tekuće, svakodnevne propagandne delatnosti.

Televizija, kao i radio, može da prenosi živu reč i muziku, gotovo u istom trenutku u kom oni nastaju, a uz to prenosi i sliku; istina, slika i zvuk su bitni elementi i filmskog medija, ali njegov nedostatak u poređenju s televizijom je u tome što je nepogodna za direktno prenošenje događaja, pa mora pre prikazivanja da prođe kroz relativno dugotrajan proces razvijanja i druge neophodne tehničke postupke; takođe, gledalac ne može da prati filmsku projekciju u svom domu, osim ako se prikazuje posredstvom televizije, u kom slučaju televizijski medij »apsorbuje« u sebi prednosti i radio i filmskog medija.

S druge strane, neposrednost propagandnog delovanja preko medija za masovno informisanje ne zavisi samo od toga da li se ono ostvaruje stampanom *rečju*, slikom ili tonom, nego i od njihovih obeležja. U tom pogledu film je učinio veliki skok preuzevši od radija stereo, a od fotografije kolor-tehniku. Štaviše, u savremenim filmskim projekcijama koriste se i taktilni efekti, kao što je to slučaj u filmu »Zemljotres«. Međutim, pomenuti hendikepi filma kao medija za masovno informisanje, posebno otkako se i preko televizije emituje program u boji, u ukupnom zbiru znače potencijalnu prednost televizije.

Osnovni elementi pomenutih medija (slika, ton i tekst) i navedene njihove odlike (kvalitet slike, tona i štampe) utiču uglavnom na jačinu utiska čoveka kao objekta propagandnog delovanja o neposrednosti uvida koji mu se pruža u događaje u svetu koji ga okružuju, a subjektivni odnos (ne)poverenja prema izvoru poruke zavisi u prvom redu od dve činjenice: prvo, od mere u kojoj se određeni takav izvor relativno trajno afirmiše kao sadržinski objektiv, odnosno kao izvor istinitih informacija; i drugo, od navedene mogućnosti onih kojima je poruka namenjena da »proniknu u dušu« autora, odnosno osobe koja poruku prenosi. Prva činjenica nema, čini se, načelan značaj, odnosno varira od jednog do drugog izvora i nije imanentna određenom informativnom mediju kao takvom. Takođe, čovek kao objekt prapagandnog delovanja često praktično nije u mogućnosti da neposredno proveriti istinitost

poruka koje su mu namenjene, pogotovu ukoliko je reč o međunarodnoj propagandi.¹² Stoga će se subjektivni odnos (ne)poverenja objekata propagandnog delovanja prema medijima za masovno informisanje posmatrati u prvom redu u službi njegove nemogućnosti da »pronikne u dušu« autora poruke koja mu se šalje. A čovek opaža i registruje mnogobrojne znake po kojima, svesno ili nesvesno, donosi sud. Za *svesno* donošenje zaključaka o tome televizijski medij pruža gledaocima utoliko više mogućnosti što je u stanju da prezentira vizuelnim i auditivnim sredstvima formiranu poruku, tako da oni imaju više mogućnosti za analitičko-sintetičku obradu odnosnog materijala, koje postaje upravo zbog njegove veće sadržinske vrednosti. S druge strane, uvećanim mogućnostima televizije odgovaraju i njene veće mogućnosti za realizovanje propagandnih ciljeva i te dve vrste mogućnosti su, tehnički uzev, međusobno neposredno povezane. Time se omogućuje upotreba gotovo svih finesa filmske i tonske montaže, uz kombinovanje magnetoskopskog, magnetofonskog i direktnog prenošenja slike, odnosno tona itd.

Prednosti televizije su velike i u pogledu mogućnosti koje pruža kada je reč o *nesvesnom* stvaranju stava onoga koji je objekat propagandnog delovanja o (ne)poverenju prema mediju za masovno informisanje, odnosno propagandno delovanje. U prvom redu je reč o pojavi idolopoklonstva, odnosno idolatrije, koja je propagandistima što rade u informativnim medijima odavno poznata i koja ima svoj izvor, čini se, u prvom redu u ljudskoj potrebi da se od svoje unutrašnje psihičke nestabilnosti i nesigurnosti ili oslobodi ili da je samo umanji poistovećivanjem (zasnovanim na naklonosti) s poznatom, odnosno slavnom ličnošću. O toj pojavi ima mnogo teorija, u čije razmatranje se ovde neće ulaziti, nego će se poći od nesporne činjenice da određeni ljudi — svojim likom, stavom, načinom govora, kretanja, gestikulacije i drugim obeležjima svoje pojave — bude kod primalaca poruka koje im saopštavaju osećanje antipatije ili simpatije, a da pri tom primalac često nije u stanju da racionalno obrazloži ta svoja osećanja nego izjavljuje da je odnosna ličnost jednostavno »simpatična« ili »nesimpatična« i slično. Na radio-programu se čovek javlja samo svojim glasom, a već je film omogućio da se takav, u suštini iracionalan,

¹² V. Dimitrijević i R. Stojanović naglašavaju da pošto »čitava buduća delatnost propagandiste biva ugrožena ukoliko jednom biva uhvaćen u laži, propagatori laži najviše vole one tvrdnje čija se istinitost teško može proveriti, koristeći pri tom poznatu okolnost da je teže dokazati negativne od pozitivnih iskaza« (navedeno delo, str. 306).

odnos u vidu slušaoočeve (ne)naklonosti zasnuje i na vizuelnom, a ne samo na autitivnom utisku.¹³ Od Rudolfa Valentina i drugih velikana nemog filma naovamo istorija je zabeležila mnoge brojne slučajeve idolopoklonstava zasnovanih na delovanju medija za masovno informisanje.

Čak ni radio, kao prvi medij koji je ušao u masovnu upotrebu u XX veku, nije imun od takvog popularisanja ljudi; razume se, ukoliko oni već poseduju neophodne subjektivne predispozicije za to: zabeleženo je više slučajeva voditelja radio-programa koji su doživeli veliku popularnost među slušaocima njihovih emisija, pa i izvan granica svoje zemlje.¹⁴

Nije teško pretpostaviti na koje bi načine sklonost savremenog čoveka ka takvom idolopoklonstvu mogla da bude zloupotrebljena u propagandne svrhe. Reč je ne samo o tome da ljudi imaju više poverenja u ono što im poručuje čovek koji uživa njihovu subjektivnu iracionalnu naklonost već i o tome da voditelj u vreme emitovanja emisije trajno okuplja oko prijemnika svoje obožavaoce. Te dve činjenice su pretpostavke čije ispunjenje pruža propagandnim stručnjacima osnovu za optimističku procenu da je već pola posla uspešno obavljeno. Upravo zbog toga u rečniku američkih propagandista postoji vrlo slikovit termin kojim se označavaju emisije tog tipa: »emisija mamac«. »Riba« je dakle, već progutala »mamac« i »ribolovac« treba još samo da zategne konac i izvuče je napolje, ali dakako u trenutku za koji proceni da je najpogodniji. U drugom svetskom ratu je zabeležen slučaj koji je tipičan primer realizacije takvog strategijskog plana. Od novembra 1943. godine emisiju Radio-Tokija »Nulti čas«, namenjenu američkim vojnicima na pacifičkom bojištu, počela je da vodi američka državljanka japanskog porekla Iva Ikuto Toguri, pod pseudonimom »Siroče Eni«. Emisija je obilovala najnovijim snimcima američke muzike i porukama i komentarima na engleskom jeziku, koje je saopštavala Iva svojim »veselim, umilnim devojačkim« glasom (kako su ga kasnije opisivali američki vojnici). Mada je svojim porukama slušaocima u mnogome otežavala život, uživala je njihovu

¹³ Takav odnos, ukoliko se osniva na vizuelnom utisku, ne temelji se isključivo na fizičkom izgledu, nego i na ukupnom čovekovom ponašanju koje se može opaziti čulom vida i na osnovu kog se obično zaključuje o njegovom »šarmu« i sličnim svojstvima.

¹⁴ Tako je Vilis Konover, voditelj emisije »Muzika u SAD«, koju je emitovao »Glas Amerike«, postao, sudeći prema jednoj anketi koju je krajem pedesetih godina sprovela USIA, najpopularniji živi Amerikanac u Poljskoj. Taj voditelj, preteča savremenih disk-džokeja, imao je 1968. godine 14 klubova obožavalaca, po celom svetu.

naklonost i izvesno poverenje.¹⁵ Najzad, došao je i »nulti čas«, odnosno trenutak kada je to poverenje i naklonost trebalo i iskoristiti, to jest drastično zloupotребiti. »Siroče Eni«, ili »Tokijska ruža«, u jeku najvećeg desanta u istoriji — izvedenog na filipinsko ostrvo Lajte 20. oktobra 1944. godine — obratila se američkim vojnicima s porukom: »Siročići Pacifika, postali ste stvarno siročići. Kako ćete se sada vratiti kući bez brodova?« Učinak te poruke bio je toliki da je Federalni sud Kalifornije 1948. godine Ivu osudio, najviše zbog te dve rečenice, na 10 godina robjije i novčanu kaznu od 10.000 dolara — zbog izdaje zemlje.¹⁶

Istorija radija je iz više razloga bogatija takvim primerima iz međunarodnih odnosa: prvo, zato što je radio-prijemnik po težini i zapremini manji od televizijskog¹⁷; drugo, što su se u istoriji radija odigrala dva svetska rata, a masovna upotreba televizije je ostvarena tek posle drugog svetskog rata; i treće, što je domet preko radio-talasa mnogo veći nego preko talasa kojima se prenosi televizijski program. Upravo zbog tih razlika, televizija je danas po svojim mogućnostima samo *potencijalno* najefikasniji propagandni medij u međunarodnim odnosima. Da bi postala i *realno* najefikasniji propagandni medij, čini se da je neophodno da se oslobodi bar nekih od navedenih ograničenja koja je danas karakterišu.

¹⁵ Sadržina njenih poruka bila je vrlo promenljiva: od naivnog i dopadljivog »čavrljanja« do pokušaja da se podrije psihička stabilnost vojnika pre značajne bitke na Pacifiku i tako smanje njihova disciplina i učinak u borbi. Tako je »Tokijska ruža«, kako su Ivu iz milošte zvali njeni slušaoci, započela jednu svoju emisiju ovim rečima: »Javlja vam se vaš omiljeni neprijatelj, Siroče Eni. Zdravo momci! Nabavila sam vam sveže ploče iz domovine. Uživajte u njima dok još ima vremena, jer sutra u 06.00 napadate Sajpan, a mi vas čekamo. Dok ste još među živima, zabavljajte se«. Čini se da je vojnicima bio posebno simpatičan njen smisao za šaljivi ciniizam, mada je razarajuće delovao na njihov moral. Posebno su je cenili zbog toga što ih je ponekad pre preciznije i opširnije obaveštavala o predstojećim zadacima američkih jedinica nego njihove starešine.

¹⁶ Taj slučaj potkrepljuje stav V. Dimitrijevića i R. Stojanovića da »u novije vreme psihološki rat koristi i najnovija naučna i tehnička dostignuća za manipulisanje ljudima uticajem na njihovu podsvest« (navedeno delo, str. 310).

¹⁷ Istina, ostvareni su značajni rezultati i u fizičkom umanjivanju televizijskih prijemnika, ali je neophodnost postojanja slike koja treba da bude dovoljno velika da bi bila jasno vidljiva ljudskom oku ograničila te napore na dosad postignute rezultate. Novi značajan doprinos u razvoju televizijske tehnike učinjen je nedavno: konstruisan je televizor koji se, zajedno sa uređajem za održavanje radio-veze sa televizijskom stanicom čiji se program prati, napaja strujom iz solarnih baterija.

3. Značaj najnovijih tehničkih dostignuća za povećanje efikasnosti televizije kao propagandnog medija

Od početka masovnog korišćenja televizije veliki timovi stručnjaka u više zemalja radili su (i još rade) na njenom usavršavanju, odnosno na razvoju televizijske tehnike. Pri tome koriste se i svi drugi tehnički pronalasci koji gotovo svakodnevno nastaju na mnogobrojnim područjima naučnoistraživačkog rada. Tako je pomenuti slučaj iznalaznja mogućnosti za napajanje televizijskog prijemnika solarnim baterijama u stvari »sporedni proizvod« napora da se pronađu novi ili racionalnije upotrebe postojeći izvori energije koji bi se koristili u prvom redu u saobraćaju, industriji i drugim oblastima što su od vitalnog značaja za opstanak i dalji razvoj čovečanstva. Tranzistori, koji su najpre u radio-tehnici zamenili skupe, relativno kratkotrajne i loše elektronske cevi,¹⁸ ubrzo su se počeli ugrađivati i u televizijske prijemnike itd. Televizija je, takođe, kao i radio, imala koristi i od čovekovog zakoračenja u kosmos, jer su ubrzo posle lansiranja prvog veštačkog Zemljinog satelita lansirani i sateliti kojima se prenose telefonski razgovori, radio-programi, pa i televizijski program.¹⁹ Međutim, zbog velike razdaljine koju radio-talasi prevaljuju s relativnom lakoćom, čini se da je u međunarodnim razmerama radio još i danas neprevaziđeno sredstvo za propagandno delovanje. Televizijin hendikep je još uvek to što njeni programi ne mogu da se prate na većoj razdaljini, pogotovo pri nepovoljnoj konfiguraciji tla, kao što je to u Evropi u kojoj planinski venci i druge prirodne prepreke često ograničavaju dobro primanje signala, neophodnog za njeno gledanje i slušanje. Prvi korak u savlađivanju tih ograničenja već je učinjen, ali signali koje prenose sateliti nisu pogodni za neposredan prijem preko televizijskih prijemnika uključenih u kućama, kampovima, kafanama, klubovima i na drugim mestima. Neophodno je da signal satelita najpre prihvate tzv. zemaljske satelitske stanice i da se zatim u nešto promenjenom obliku prenese do televizijskih aparata. Takav postupak, osim nesumnjive tehničke složenosti koja ga karakteriše, predstavlja i smetnju za tvorce i pošiljaoc televizijskih programa preko satelita jer ne mogu da

¹⁸ Kako ističe A. Buchan, »najneposredniji učinak elektronske revolucije na oblike stvarnog sukoba u poslednjih nekoliko godina bilo je širenje proizvodnje jeftinih tranzistorskih radio-prijemnika. To je dalo sasvim novu moć vladama da mimoiđu rivalske vlade i prenesu svoju poruku neposredno stanovništvima« (*War in Modern Society*, Collins, London, 1968, str. 12).

¹⁹ Najpoznatiji takav satelit je svakako američki »Telstar«, o kome je 1962. godine ispevan i šlager.

osiguraju to da do gledaoca dopre *svaka* emisija koju proizvedu i emijutu u vreme koje odrede i u celini, odnosno bez »sećenja« i sličnih intervencija.

Sasvim su razumljivi i lični (ponekad i čisto emotivni) motivi i pobude iz kojih autor često teži da njegovo delo dopre do ljudi kojima je namenjeno, i to kao neokrnjena celina, pod optimalnim uslovima za njegovo razumevanje i tumačenje itd. Međutim, čini se da u tom slučaju ima i drugih razloga, prvenstveno političkih, zbog kojih se decenijama uporno radilo na iznalaženju tehničkih rešenja koja će uz upotrebu satelita omogućiti televiziji da emituje svoje programe bez posrednika na Zemlji. Ti »drugi« razlozi mogu umnogome da se poistovete s razlozima zbog kojih velike sile u savremenim uslovima vode hegemonističku i imperijalističku politiku u međunarodnim odnosima, i to, sem ostalog, i propagandnim postupcima, tehnikom i sredstvima preko medija za masovno informisanje.²⁰

No čini se da je čovečanstvo na pragu rešenja i tog tehničkog problema. Ostaje još da se reši pitanje finansiranja realizacije projekta satelitske televizije. U Evropi su se kao mogući finansijeri javili poslovni ljudi iz Švajcarske, Luksemburga i SR Nemačke. Nekoliko preduzimljivih Švajcaraca već gradi u Velikoj Britaniji dva satelita preko kojih treba da počne emitovanje programa 1984. godine²¹, ali još nisu uspeali da potpuno reše njegovo finansiranje.²² Činjenica da je za uključivanje u sistem evropske satelitske televizije zainteresovan i Radio-Luksemburg, radio-stanica koja emituje i jedan televizijski program na francuskom jeziku, dovoljna je da se izvede zaključak o mogućnostima koje taj sistem pruža za međunarodno propagandno delovanje. Poznato je da u Evropi ima radio-stanica kojima je osnovna namena politička pro-

²⁰ Reč je pre svega o delovanju tri grupe istorijskih uslova: prvo, o tehničkim mogućnostima za propagandno delovanje koje su nastale kao rezultati savremene naučno-tehničke i tehnološke revolucije, drugo, o promena uslova za vođenje rata u savremenoj međunarodnoj zajednici, i treće, o rezultatima razvoja pojedinih društvenih nauka.

²¹ Za prijem programa preko tih satelita evropskim gledaocima će biti potrebno da nabave samo posebne antene oblika koji podseća na školjku. Prečnik te antene će biti promenljiv od zavisnosti od geografskog područja u kome se postavlja: od 60 cm u Švajcarskoj, severnoj Italiji, Austriji i južnim delovima SR Nemačke do 4 m u Španiji, južnim delovima Italije i Jugoslavije i pojedinim delovima Rumunije, Švedske i Velike Britanije. Najveći deo gledalaca u našoj zemlji taj program će moći da prati uz pomoć antene prečnika od 2 m (B.p., *Zabava za Evropu*, »Politika«, 20 januar 1981, str. 20).

²² Prema njihovom proračunu, 80 % troškova za emitovanje tog programa (za koji gledaoci iz Evrope ne bi plaćali pretplatu) pokrilo bi se prihodima od ekonomske propagande, preostalih 20 % moralo bi biti dodato iz profita sopstvene fabrike televizora.

pagandna delatnost, bilo da su to zvanične stanice pojedinih zemalja ili »Glas Amerike«, koji predstavlja stanicu USICA, bilo da su to formalno, odnosno fiktivno, nezavisne radio-stanice, koje prema utvrđenoj podeli poslova zajednički ili samostalno finansiraju CIA, USICA i Kongres SAD (kao što su »Radio-Sloboda«, koji emituje program za Sovjetski Savez i nedavno minirani »Glas slobodne Evrope«, koji fabrikuje emisije za područje Istočne Evrope, kakvih ima i u drugim krajevima sveta).

Slučaj Radio-Luksemburga je u isto vreme i sličan i osoben kako u pogledu njegovog finansiranja i programa koji emituje, tako i u pogledu auditorijuma koji okuplja. Program te stanice prati svakodnevno velik broj mladih ljudi — zaljubljenika u modernu muziku, koja je pomešana s porukama ekonomske propagande i kratkim vestima iz sveta. Ta pojava je izrazita, posebno u onim socijalističkim zemljama u kojima se teško nabavljaju ploče i kasete s najnovijim snimcima poznatih izvođača, a disk-džokeji, koji na programu te stanice biraju i komentarišu pop-hitove, formiraju »top-liste« i opšte sa slušaocima, uživaju uzornu popularnost. Finansijski uzev, Radio-Luksemburg je akcionarsko društvo u kom 70 odsto ukupnog kapitala ulažu SAD, a ostatak zapadno-nemački koncerni i proizvođači ploča.

Postavlja se pitanje zašto su SAD uložile kapital u tu radio-stanicu od koje, kako se čini, nemaju neposrednu političku korist, osim što ona favorizuje anglosaksonsku popularnu zabavnu muziku. Kao što je rečeno, popularne emisije relativno trajno okupljaju određeni auditorijum, a poverenje i subjektivna vezanost slušalaca prema voditelju u određenom trenutku može da se, ako i kad to zatreba, i te kako iskoristi u propagandne svrhe. Dakle, Radio-Luksemburg igra ulogu »radio-stanice mamca«, sličnu pomenutoj ulozi »emisije mamca«. Razume se, ukoliko se ostvare planovi te stanice o njenom uvršćenju u sistem satelitske televizije, ona će prerasti u »radio-televizijsku stanicu mamac«. A kao što je rečeno, nije reč samo o porastu privlačnosti za mlade ljude Evrope zbog kvantitativnog proširenja programa već i o proširenju programa novim masovnim medijem, koji u propagandnom pogledu ima mnogo veće mogućnosti i zato su i moguće posledice njegovog rada veće. U svakom slučaju, očigledno je da ideja o satelitskoj televiziji nudi ne samo besplatnu zabavu već i nešto drugo čime bi Evropljani, kada i ako to zatreba (u »nultom času«), mogli da »plate« tu zabavu.

Na osnovu svega toga može se zaključiti da će televizijski medij, po svemu sudeći, u skorij budućnosti prerasti značaj po-

tencijalno najefikasnijeg međunarodnog propagandnog medija u XX veku i postati i *stvarno* najefikasniji takav medij. Na to upućuju kako navedene tehničke mogućnosti koje će joj se otvoriti u relativno skoroj budućnosti tako i prerastanje propagande iz metoda za ubeđivanje ljudi u metod koji omogućava njihovo prinuđivanje u širem smislu te reči. Možda će sledeći korak u razvoju tehnike prenošenja televizijskog programa propagandistima pružiti u međunarodnim odnosima mogućnosti slične onima koje već imaju u pojedinim društvima: emitovanje tematski širih specijalizovanih i vremenski ograničenih programa preko odašiljača i, zatim, posredstvom satelita u sve krajeve sveta.²³

4. Društvena i pojedinačna samozaštita od propagandnog delovanja iz inostranstva preko televizije

Najznačajniji problem koji se u tom sklopu javlja sa stanovišta ljudi i društvenih grupa kao objekata propagandnog delovanja preko televizijskog medija u budućnosti, jest pitanje stvaranja i osposobljavanja društva i jedinki koje ga čine za uočavanje i neutralisanje efekata delovanja koje se sprovodi s osnovnim propagandnim ciljem, a koje je pri tom, kako je rečeno, u ruhu informativne delatnosti. Čini se da je to pitanje posebno značajno za radne ljude, građane, njihove samoupravne organizacije i zajednice i mnoge druge oblike društvenog organizovanja i povezivanja u našoj zemlji, i to pre svega zbog osobenosti kako razvoja sistema unutrašnjih društvenih odnosa tako i njenog međunarodnog položaja prema većini ostalih evropskih, a i drugih zemalja. Jugoslavija je zemlja koja gradi socijalističke samoupravne društvene odnose i zato je »trn u oku« kako zemljama koje vode imperijalističku tako i onima koje vode hegemonističku spoljnu politiku, jer u samoj društvenoj praksi negira brojne političke i propagandne teorije i doktrine.

Takođe, jugoslovenska politika nesvrstavanja kao trajna spoljnopolitička orijentacija, a posredno i ugled i značaj koji naša zemlja uživa među nesvrstanim i drugim državama i pokretima koji se u međunarodnim odnosima ponašaju u saglasnosti s principom aktivne miroljubive koegzistencije, povremeno su nemala prepreka pokušajima pojedinih činilaca u međunarodnim odnosima

²³ B. p.: *Kraj careva*, »Ekonomska politika«, 21. jul 1980, str. 49 (članak preuzet iz zapadnonemačkog lista »Die Welt«).

da na optimalan način realizuju svoje imperijalističke i hegemonističke spoljnopoliitičke ciljeve i da spreče, ili čak i trajno onemoguće, demokratizaciju međunarodnih odnosa uopšte. Treba naglasiti i geopolitički i vojnostrategijski značaj naše zemlje za članice NATO i Varšavskog ugovora, pre svega zbog toga što se na okolnom prostoru dodiruju teritorije činilaca ta dva bloka, što naša zemlja preko Jadranskog mora ima izlaz na Sredozemno more i što joj pripada deo toka Dunava između Mađarske i Rumunije, što je teritorija SFRJ »šupljina« u lancu članica NATO, a i u strategijskom zaokruženju »komunističkog sveta« lancem saveznika (strategija kontejnmenta), što tlo naše zemlje sadrži rezerve energetskih i drugih sirovina itd.

Iz svih tih razloga obe rivalske vojno-političke blokovske grupacije zainteresovane su za sticanje u najmanju ruku političkih i drugih pozicija u Jugoslaviji, s maksimalnim ciljem da uspostave dominaciju nad njom, bilo upotrebom vojne strategije, odnosno oružanih snaga, bilo ostvarivanjem pomenute strategije posrednog nastupanja, sem ostalog, i propagandnim metodima i sredstvima. A kako se pokazalo, televizijski medij bi u budućnosti u obe te varijante mogao da bude izuzetno koristan, razume se, ne samo samostalno već i u sadejstvu sa svim drugim medijima za masovno informisanje, odnosno propagandno delovanje.

U ratu i u kriznim situacijama odbrana od propagandnih akcija preko radija ima osobene oblike i sredstva,²⁴ ali se ta sredstva, istina, ne mogu uzeti kao apsolutno pouzdana.²⁵ No, kako se u takvim situacijama može težiti korišćenju (na navedene načine) stvorenih preduslova za propagandno delovanje, jer je bolje, kako se to kaže, sprečiti nego lečiti, preventivno odbrambeno delovanje u savremenim uslovima je vrlo značajno. Problematika tog delovanja već na prvi pogled je vrlo kompleksna i obimna, pa njena sadržina ne može ni izbliza detaljnije da bude u ovom radu obrađena. Ipak se čini da je neophodno konstatovati da čovek u našem društvu, s obzirom na njegov samoupravni položaj u odlučivanju i na osnovne subjektivne odlike njegove ličnosti, može da pruži propagandisti mnogo manje izgleda za uspešnu primenu psihičke

²⁴ Reč je pre svega o elektronskim i drugim ometanjima talasa kojima se prenosi program i na taj način se manje ili više onemogućava da oni dopru do ljudi kojima je namenjen ili bar da prenesu relativno dobar ton.

²⁵ Tako je u toku poznatih događaja u vezi s blokadom Kube od strane Ratne mornarice SAD 1962. god. »Glas Amerike« pokušao da preko 52 predajnika ukupne snage 4.331.000 vati jednom zasićenom, koncentrisanom emisijom (slušaocima unapred najavljenom) probije »zavesu« ometanja njegovih emisija za slušaoce u Sovjetskom Savezu i prenese im »istinu o blokadi Kube«.

prinude, a time i za svrsishodno korišćenje ovog oblika sile u širem smislu u međunarodnim odnosima prema SFRJ. To proizilazi iz činjenice da je delegatski sistem kao najvažnija poluga vlasti u našem društvu osoben oblik neposredne demokratije koji, prema tome koliko se uspešno ostvaruje i funkcioniše u praksi,²⁶ isključuje bilo čiji i bilo kakav monopol u vršenju vlasti u društvu,²⁷ a posledica takve demokratizacije odnosa u jugoslovenskom društvu je proces koji, istina sporo, ali neumitno, teče, a to je čovekovo razotuđenje, što znači da raste stepen razvijenosti svesti i sposobnosti za racionalno rasuđivanje, i to na račun dimenzija, uloge i uticaja podsvesti i iracionalnosti u načinu rasuđivanja.

Osnovni pravci i načini delovanja televizije i drugih medija za masovno informisanje u našem društvu koji su značajni za razvijanje samozaštite od propagandnog delovanja iz inostranstva umnogome se sadržinski podudaraju s najvažnijim društvenim funkcijama tih medija, a posebno u ovim obeležjima i oblastima njegovog delovanja:

Prvo, blagovremeno, objektivno i za radne ljude i građane stilsko-jezečki prihvatljivo informisanje je ne samo uslov za suprotstavljanje inostranom propagandnom delovanju kojem je svrha uspostavljanje dominacije nad našom zemljom već i za vršenje vlasti u društvu i upravljanje društvenim poslovima u najširem smislu te reči. Čoveku malo vredi mogućnost da odlučuje ukoliko nema i neophodne informacije o sredstvima kojima raspolaže, o tome koje ciljeve može njima da ostvari, kao i uopšte o uslovima koji postoje u određenom istorijskom trenutku i koji neposredno ili

²⁶ Delegatski sistem u našoj zemlji još boluje od »dečjih bolesti«, pa u praksi još ne ispoljava sve prednosti koje načelno ima. Vidi: E. Kardelj, *Pravci razvoja političkog sistema socijalističkog samoupravljanja*, »Komunist«, Beograd, 1978, str. 178—179.

²⁷ Kako idejni tvorci strategije posrednog nastupanja potiču iz zemalja sa izrazito razvijenim sistemima posredne demokratije (bilo u obliku buržoaskog predsedničkog sistema, bilo u obliku birokratsko-etatičkog socijalističkog sistema društvenih odnosa, očigledno je da su, u pokušaju da stvore i usavrše nove načine i sredstva za uspostavljanje i održavanje dominacije u međunarodnim odnosima, našli makar samo inspiraciju ili ideju vodilju u osnovnim obeležjima tih društvenih sistema. Zajednički imenitelj za oba ova sistema je postojanje posrednih demokratskih oblika i mehanizama vršenja vlasti, odnosno podela ustrojstva društva na one klase ili slojeve u čijim je rukama monopol vlasti i na one koji su odvojeni od procesa vršenja vlasti, ali koji imaju legalnih ili ilegalnih faktičkih mogućnosti da utiču na političke odlučioce u društvu, i to veće nego subjekti koje se nalaze i deluju izvan strukture odnosnog društva. Stoga je postojanje političkih sistema posredne demokratije u sklopu objekta primene te strategije jedan od neophodnih preduslova za efikasnu realizaciju ciljeva subjekta koji se njome koristi; i obrnuto: u meri u kojoj je politički sistem objekta bliži sistemu neposredne demokratije, on je načelno sam po sebi nepodobniji za njenu uspešnu primenu.

posredno deluju na postizanje ciljeva kojima teži i o ostalim značajnim činjenicama. Pri tome, treba imati na umu i to da je obrađivanje, razotuđenje i narastanje svesti radnih ljudi i građana ne samo spor već i neujednačen proces. Stoga informativne poruke treba da budu najvećma prilagođene potrebama i subjektivnim sposobnostima onih kojima su namenjene.

Drugo, nije bitna samo sadržina informacije, već često i njen oblik i »izgled«²⁸. Kao što je već rečeno, svako informisanje je više ili manje i propagandno delovanje, a da bi se propagandni ciljevi postigli nije dovoljno da poruka ima progresivan i istinit sadržaj, već su neophodni i znanje, veština i spretnost njenog kreatora.²⁹ Neophodnost da se tom poslu stručno pristupa proističe i iz činjenice da je čovek u našem društvu objektivno i subjektivno prisiljen da u mnoštvu novih sadržaja (poruka) s kojima se svakodnevno sreće svesno ili nesvesno pravi među njima selekciju, s tim što nije uvek u mogućnosti da dosledno primenjuje kriterijume aktuelnog i mogućeg značaja poruke, nego to čini i prema trenutnim okolnostima, vremenu koje mu stoji na raspolaganju, pa i raspoloženju, itd.

Treće, nesporno je da su rad i stvaralaštvo u našem društvu u izvesnom smislu vrhunske vrednosti. Stoga oni treba da budu i osnovni kriterijumi za javnu društvenu afirmaciju pojedinca i njegovog kolektiva. Nije reč samo o primeni jednog od najnačelnijih principa socijalističkog samoupravljanja, već i o značaju takvog odnosa sredstava za javno informisanje, a posebno televizijskog medija kao najefekasnijeg među njima, prema tim kriterijumima u preventivnom odredbenom delovanju radi zaštite od propagandnih akcija pomenute vrste iz inostranstva. U meri u kojoj se etički i estetički odnos primalaca poruka posredstvom sredstava za masovno informisanje i zabavu oblikuje u pravcu, najopštije rečeno, većeg vrednovanja sadržine od forme,³⁰ u istoj meri će ti primaoci biti manje prijemčivi i na »zvezde« odnosno

²⁸ Kako ističu V. Dimitrijević i R. Stojanović, »bez obzira na hvale vredan sadržaj, čitalac neće uzeti u ruke ružno prelomljen i odštampan časopis, neće pročitati frazerski, nepismen i loše preveden članak, isključić radio ili televizor ako ga neko monotonim glasom ili lošim jezikom zasipa inače istinitim podacima, izaći će iz bioskopa ako film pun velikih ideja deluje nevešto i dosadno« (navedeno delo str. 308).

²⁹ »Propaganda i tada ostaje veština koja se, doduše ne služi... trikovima ali iziskuje izvesna znanja, jer se i za napredne ideje i za istinu treba umeti boriti« (V. Dimitrijević i R. Stojanović, navedeno delo, str. 307).

³⁰ A to znači afirmisanje i odavanje većeg društvenog priznanja ljudskim vrednostima koje se ogledaju u rezultatima svakodnevnog rada, stvaralaštva i života uopšte u odnosu na neretko prividne i kratkotrajne efekte senzacionalističkog tipa, koji su često zasnovani na poluistinama i glasinama.

»mamce« koje može da im ponudi inostrani propagandist u toku primene strategije posrednog nastupanja. Na žalost, čini se da je u tom pogledu trenutna usmerenost jednog dela naših sredstava za masovno informisanje upravo obrnuta.³¹ Razume se, taj je put, bar u početku, i teži put, jer treba stvarati poruke koje su u isto vreme i zanimljive za primaoca i sadržinski oblikovane u navedenom smislu.

Razmatranje te vrlo složene i aktuelne problematike obuhvata, donekle, ceo kompleks pitanja koja su u vezi ne samo sa društvenom i pojedinačnom samozaštitom od propagandnog delovanja preko televizijskog medija iz inostranstva već i s načelnim opredeljenjima naše socijalističke samoupravne zajednice kako u pogledu razvoja društva u celini, tako i u pogledu sadržinskog i programskog opredeljivanja informativne, zabavne i kulturne delatnosti uopšte, a posebno onog njenog dela koji se ostvaruje preko televizije. Otvorenost našeg društva prema idejama i kulturnim tvorevinama iz sveta ne treba da pruža mogućnost bilo kome u tom svetu da je zloupotrebljava. A to se može postići, načelno uzevši, samo osposobljavanjem naših radnih ljudi i građana da kritički primaju informativne, obrazovne i zabavne sadržaje i da izdvajaju ono jezgro, odnosno iskustvo, koje može da doprinese duhovnom i kulturnom razvoju kako pojedinačnog korisnika tako i društvenih grupa i organizacija kojima on pripada, a time i jugoslovenskog društva u celini.

5. Međunarodno regulisanje materije vezane za uspostavljanje direktnih televizijskih programa preko veštačkih Zemljinih satelita

Nakon lansiranja prvog veštačkog Zemljinog satelita 1957. godine, izvršenog iz Sovjetskog Saveza, a i posle prodora u kosmos, bilo programiranim ili teledirigovanim svemirskim letelicama s čovekom koji je njima upravljao, otvorena je sasvim nova oblast

³¹ Zbog takve situacije M. Zvonarević naglašava da su se »u našoj zemlji također pojavile snažne tendencije da se štampa prilagodi zahtjevima čitalaca-potrošača«, što je dovelo do rezultata koji su prilično slični rezultatima što ih vidimo na Zapadu: veliki broj novina, revija i časopisa, ispunjenih svim mogućim banalnostima i trivijalnostima koje sigurno nisu prilog razvitku kulturnih, estetskih, pa i političkih shvaćanja naših ljudi. Čini se da bi bio ispravniji put unositi manje senzacionalizma i stupidnosti na stranice novina i časopisa, a nastojati *promijeniti* i razviti ukus čitalaca, čak i po cijenu da mu neki sadržaji budu u početku »nerazumljivi« i »dosadni« (navedeno delo, str. 384).

međunarodnih odnosa koji se uspostavljaju u kosmosu ili između kosmosa i Zemlje, ili, pak, na samoj Zemlji povodom čovekovih poduhvata u kosmosu. Ipak, trebalo je da prođe gotovo puna decenija da bi se započelo međunarodno multilateralno političko i pravno uređivanje novonastalih međunarodnih odnosa. Generalna skupština Ujedinjenih nacija je 1966. godine donela Rezoluciju povodom ugovora o načelima kojima se uređuje delatnost država u istraživanju i korišćenju kosmosa, uključiv Mesec i druga nebeska tela.³² Zatim je sledeće, 1967. godine, potpisan ugovor kog se tiče i koji sadrži pomenuta rezolucija. Čini se da su za razmatranje regulisanja direktnog emitovanja televizijskih programa preko satelita posebno značajne tri odredbe tog ugovora. Prva je da će se kosmos istraživati i koristiti na dobrobit i u interesu svih država bez obzira na njihovu ekonomsku i naučnu razvijenost i da će on biti zajedničko dobro celog čovečanstva, druga da će strane ugovornice istraživati i koristiti kosmos u skladu s međunarodnim pravom i u interesu održavanja međunarodnog mira, bezbednosti i unapređivanja međunarodne saradnje i razumevanja, i treća da će strane ugovornice snositi odgovornost za nacionalne delatnosti u kosmosu — bilo da ih obavljaju vladine agencije, bilo nevladina tela, kao i za obezbeđenje da se nacionalne delatnosti obavljaju u skladu s odredbama tog ugovora. Međutim, i dalje ostaje otvoreno pitanje definicije kosmosa, odnosno, praktično uzev, razdaljine od Zemljine površine na kojoj prestaje suverenitet država i počinje kosmos kao *res communis omnium*. Ipak, zbog toga što nijedna zemlja nije uložila protest zbog povrede suvereniteta povodom lansiranja velikog broja veštačkih satelita u Zemljinu orbitu, čini se nesporним zaključkom da su se države prećutno saglasile s tim da njihov suverenitet ne doseže visine na koje se penju sateliti.

Pitanje međunarodnog saobraćanja posredstvom veštačkih satelita unošeno je u dnevni red Generalne skupštine Ujedinjenih nacija u više navrata, i pre i posle stupanja pomenutog ugovora na snagu. U rezoluciji od 1961. godine prihvaćen je princip da saobraćanje pomoću satelita treba omogućiti svim državama u svetu čim to bude izvodljivo na opštoj i nediskriminatorskoj osnovi, i potvrđen je 1969. godine Rezolucijom o međunarodnoj saradnji u korišćenju kosmosa u miroljubive svrhe.³³ Međutim, tada se imalo na umu pre svega saobraćanje preko satelita i zemaljskih satelitskih

³² Rezolucija 2222 (XXI). Vidi tekst u njoj: prilog zborniku *Ujedinjene nacije i savremeni svet*, Savez udruženja za Ujedinjene nacije Jugoslavije, Beograd, 1970, str. 327—333.

³³ Vidi u tom smislu: S. Avramov, *Međunarodno javno pravo*, »Savremena administracija«, Beograd, 1976, str. 258.

stanica, što je odgovaralo tadašnjim tehničkim mogućnostima, a ne i saobraćaj koji se uspostavlja neposredno preko satelita do potrošača komunikacijskih poruka na Zemlji. Ova druga mogućnost je tehnološki i tehnički postala ostvarljiva u drugoj polovini osme decenije ovog veka, kada je i postavljena na dnevni red Generalne skupštine Ujedinjenih nacija i njenih organa, posebno Komiteta za miroljubivo korišćenje kosmosa i njegovog Pravnog potkomiteta.

Po nalogu Generalne skupštine taj komitet već nekoliko godina priprema tekst međunarodnog ugovora kojima bi se uredilo pitanje direktnog emitovanja međunarodnih televizijskih programa preko veštačkih satelita, ali za sada, kako se čini, nisu ostvareni značajniji rezultati u rešavanju jedne od ključnih teškoća: da li bi se takvi programi mogli emitovati i bez saglasnosti država čijem su stanovništvu namenjeni ili samo na osnovu sporazuma između države koja namerava da uspostavi ili dozvoli uspostavljanje takvog programa nekoj organizaciji koja je pod njenim suverenitetom i države kojoj je program namenjen. Kao i u mnogim drugim, u osnovi sličnim, slučajevima, zemlje koje po svojim tehničkim i tehnološkim potencijalima mogu da u doglednoj budućnosti direktno emituju televizijske programe preko veštačkih satelita zauzimaju se za što liberalniji međunarodni režim u toj oblasti, a zemlje koje iz finansijskih i tehničkih razloga ne mogu da emituju takve satelitske programe, pobornici su rešenja po kom bi bila neophodna saglasnost države za čije stanovništvo se emituje takav program.³⁴ Liberalniji režim u toj oblasti omogućavao bi korišćenje sloboda sadržanih u njemu samo onim zemljama koje poseduju odgovarajuće iskustvo u satelitskoj i televizijskoj tehnici i tehnološke, finansijske i druge kapacitete koji čine osnovu za emitovanje televizijskog programa uopšte, a posebno takvog. Posledice toga bi bile, posmatrano u sklopu postojećih međunarodnih odnosa i situacije u međunarodnoj zajednici, značajne kako po međunarodni mir i bezbednost tako i po međunarodne informativne, kulturne i druge srodne odnose. S jedne strane bi se veoma pojačao i onako nesrazmeran tok informacija od razvijenih zemalja prema zemlja-

³⁴ Čini se da je slično i s regulisanjem najvažnijih instituta međunarodnog prava mora i zbog takvog odnosa stavova ne može da bude postignut sporazum već čitavu deceniju. Naime, tehnički i tehnološki najrazvijenije zemlje su za što šire slobode u plovidbi morem i eksploataciji prirodnih bogatstava u moru, na morskome dnu i u primorju, jer su one operativno već osposobljene za takve poduhvate. Međutim, takva, široka prava država faktički bi značila realnu mogućnost samo za te zemlje, a ne i za zemlje u razvoju pored čijih obala se nalaze velika životinjska, energetska i sirovinjska bogatstva u moru i ispod morskog dna.

ma u razvoju i na taj način bi se još više pojačalo delovanje tzv. kulturnog imperijalizma u međunarodnim odnosima, a s druge, kako je već prikazano, ostvarivali bi se načini i metodi kojima se televizija kao masovni medij može koristiti, najčešće u komplementarnom sadržaju sa ostalim pomenutim postupcima, u ostvarivanju strategije posrednog nastupanja, odnosno uspostavljanja ili/i održavanja dominacije u međunarodnim odnosima propagandnim sredstvima i metodima (prinudom u širem smislu). U najmanju ruku, satelitska televizija može da se vrlo efikasno upotrebi za mešanje u unutrašnje poslove država za čije se stanovništvo emituju programi, ili cele populacije zemlje koja prati odnosne programe i neposredan je objekt propagandnog delovanja.

Verovatno je da će se preko takvih satelita moći direktno da prenose i radio-programi. Međutim, države članice međunarodne zajednice ne nalaze da takvo njihovo emitovanje treba da bude predmet međunarodnog regulisanja, kao što je slučaj sa emitovanjem televizijskog programa. Čini se da je osnovni razlog za poseban tretman televizije naspram radija, a i drugih masovnih medija, u onome što smo rekli: da je ona najefikasniji propagandni medij u ovom veku.

Štaviše, u Pravnom potkomitetu Komiteta za miroljubivo korišćenje kosmosa Generalne skupštine UN, u toku izrade pomenute konvencije pojavilo se kao sporno ne samo pitanje emitovanja televizijskog programa preko satelita bez posrednika za gledaoce u određenoj stranoj zemlji nego i mogućnost »prelivanja« (*overflow*) programa namenjenog određenoj zemlji na teritoriji, odnosno gledaoce drugih, po pravilu, susednih zemalja.³⁵

*

Naglo i pojačano raste svest o mogućim opasnostima od savremenih masovnih medija, a posebno televizije, po kulturni, etnički i nacionalni identitet, a i po državnu nezavisnost i suverenitet. Bez obzira na moguće rešavanje tih pitanja, odnosno međunarodno sporazumevanje u Ujedinjenim nacijama, jasno je da se u toj oblasti odbrambena akcija ne može voditi samo na međunarodnom planu, već da treba uporedo da se vodi i u odnosima

³⁵ Ova pojava je prisutna i u uslovima emitovanja televizijskog a i radio programa preko predajnika na zemlji, u prvom redu zbog zrakastog kružnog širenja talasa oko predajnika i geometrijske nepravilnosti državnih granica. Vidi tekst o načelu »saglasnosti i sporazumevanja« koji je formulisala radna grupa Potkomiteta 27. juna 1977. godine: UN (A) 32/20, str. 28, tačka 3.

između članica međunarodne zajednice koje bi mogle biti ugrožene propagandnim aktivnostima preko satelitske televizije. Taj stav se posebno tiče društava koja su po otvorenosti prema svetu bliska jugoslovenskom. Čini se da za našu zemlju to, unutrašnje delovanje treba da bude čak primarno, jer nikakve međunarodno-pravne norme ne mogu i niko nije pozvan da štiti Jugoslaviju kao što su to njeni radni ljudi i građani, razume se, ukoliko su oni dovoljno i na vreme za to osposobljeni, odnosno u izvesnom smislu obučeni za pojedinačno i kolektivno samozaštitno delovanje, o kom je bilo reči. Taj stav je u stvari polazna tačka koncepcije opštenarodne odbrane, a i na području odbrane i samozaštite našeg društva je od kapitalnog značaja.