

Благоје Љубисављевић, пуковник

У пропагандно-психолошкој делатности, која је све више првенствени начин угрожавања безбедности и остваривања превласти и доминације без отворене примене војне силе, циљ пропаганде у потпуности „оправдава средства“. Наиме, ако је сврха пропаганде завођење и манипулација свешћу маса, једна од основних техника те манипулације јесте управо произвођење, обликовање и пласирање посебне врсте информација намењених циљној групи – гласина.

Научно-технолошким развојем и усавршавањем средстава за уништавање људи и материјалних добара повећан је значај психологије и моралног чиниоца у савременом рату. Осетљивост психе у кризним ситуацијама нагло се повећава, што омогућава произвођење и успешније преношење свих врста гласина које, стицајем разних околности, могу покренути масе на групно понашање које је у интересу протагониста психолошког рата. Ситуациони чиниоци кризних стања и психосоцијалне карактеристике конкретне циљне групе знатно утичу на успешност произвођења и ширења гласина. Са становишта опасности од угрожавања морала становништва и војске, нарочито су значајне гласине које изазивају страх, а оне се најчешће јављају у комбинацији с гласинама које су срачунате на изазивање мржње, неизвесности и обмане. Одбрана моралне свести циљне групе од свих врста гласина заснива се на основним претпоставкама и принципима за супротстављање психолошко-пропагандном деловању уопште. То су, пре свега, отклањање или ублажавање негативних чинилаца кризних стања као објективних и ширих категорија, затим јачање отпорности свести циљне групе и предузимање конкретних информативних, образовних, административних и ментално-хигијенских мера према деловима групе и појединцима у циљној групи „нападнутој“ гласинама.

Гласине у савременим психолошким операцијама

Промене војно-политичке ситуације у свету након распада СССР-а и Варшавског уговора, успостављањем „новог светског поретка“, допринеле су даљој афирмацији психолошких операција у доктринарном и практично-технолошком смислу. У осавремењеној доктрини „ваздушно-копнене битке“ психолошке операције претходе борбеним операцијама и трају током њиховог извођења. Осим психолошких,¹ у по-

¹ Психолошке операције обухватају: планску употребу пропаганде и осталих мера ради утицаја на људе како би се понашали на жељени начин (Никола Аћимовић, *Психолошка подршка војним операцијама*, „Нови гласник“, бр. 5, 1996).

следње време све чешће се јављају синтагме неокортичке² и „информатичке“³ операције. У новој доктрини КоВ-а САД информација се третира као „најубојитије оружје“, као окосница операција за остваривање како војних, тако и политичких и економских циљева и интереса. Доћи брзо у посед информације, обликовати је и фабриковати, а затим је пласирати циљној групи (властита јавност и војска, противничка јавност и војска или неутрална јавност), односно ускратити циљној групи,⁴ први је предуслов успеха у предстојећој операцији.

Првобитни облици психолошког утицаја на свест маса сежу дубоко у историју, о чему се налазе записи Сун Цу Вуа и других војних теоретичара, чија се доктрина заснивала на остваривању доминације и превласти без насиља, разарања и деструкције, путем овладавања свешћу маса.

Један од основних начина „завођења“ маса управо је било, и још увек је, фабриковање, обликовање и емитовање ка неокортексу циљне групе посебних врста информација – гласина. Гласине су у неким историјским догађајима имале пресудан значај било да су покретале масе на насиља, погроме, деструкцију и панично бекство и капитулацију, било да су их успављивале и одузимале им снагу и вољу за акцијом. Општи циљ психолошких операција (*PSYOP*) одређује и циљ произвођења и лансирања гласина. Ако је тај циљ утицај на смањење борбене ефикасности непријатеља, посебни циљеви су његова конкретизација, зависно од нивоа рата (стратегијски, оперативни, тактички) и изабраних метода и средстава. Према томе, циљ произвођења и лансирања гласина произилази из тих општих циљева *PSYOP*: подршке војним операцијама (смањити борбену ефикасност непријатеља обарањем морала, подстицањем пребега, подршком заваривања, усмеравањем и охрабривањем дисидената), супротстављања пропаганди непријатеља и развијања добре воље (према јавном мњењу неутралних земаља).⁵

Појмовно одређење гласина

Феномен гласина, с обзиром на значај с психолошког, социјалног, политиколошког и правног становишта, био је предмет бројних научних истраживања и студија. Најчешће су гласине дефинисали и објашњавали

² Лат. *kortex* – кора; нешто што се односи на кору великог мозга, на утицај на мозак противника ради обликовања понашања без његовог физичког уништења.

³ Обухвата разноврсне активности: психолошко-пропагандна дејства, употребу медија у војне сврхе, утицај информације на процес доношења одлуке и вођење борбених и неборбених дејстава ради савлађивања отпора противника.

⁴ Циљну групу чини скуп појединаца (група људи) који су у некој узајамној повезаности и међузависности, а према којима је усмерена пропаганда. У психолошкој операцији циљну групу чини: сопствено јавно мњење, јавно мњење противника, јавно мњење савезника и пријатеља, и неутрално јавно мњење. У оквиру циљних група могу се разликовати и циљне подгрупе: припадници војске, припадници одређене нације, конфесије, политичке групације, итд.

⁵ Никола Аћимовић, *исто*, стр. 91–92.

социјални психолози, теоретичари психолошког рата и, у последње време теоретичари неокортикалног рата.

Будући да термин *гласина* упућује на аугментатив од именице *глас*, чији је антипод деминутив *гласић*, потребно је разумети термин *глас*, који има више синонима: глас као звук, као вест и новост, као тврдња и став, порука итд. Међутим, извођење појма *гласине* из појма *глас* оправдано је само у случају његовог значења вести и поруке, извештаја или наговештаја о неком догађају. Но, да би имала све одлике гласине, вест или тврдња не сме да буде обична, већ интригантна, неочекивана и узнемирујућа, обликована тако да на примаоца поруке остави *нарочити утисак*, да покрене на неку активност не само рационалну, већ, пре свега, ирационалну страну свести.

Приликом дефинисања појма *гласина* поједини аутори превише инсистирају на њиховој суштини и неистинитости (или полуистинитости) или начину преношења („у поверењу“ и „од ува до ува“), изводећи синтагму „шапгачка пропаганда“. Тако, на пример, Никола Рот даје следећу дефиницију: „Гласине су специфичне врсте тврдњи које се заснивају на веровању, а које колају од особе до особе, обично усменим путем, без ослоња на евидентне факторе“.⁶ Вуко Михаиловић гласине дефинише као... „неистините или полуистините поруке које се преносе нарочитим путем: 'од уха до уха', 'у поверењу', 'у четири ока' или у најужем интимном кругу, за које се не зна прави извор“.⁷

С обзиром на циљ фабриковања гласина и њихов крајњи ефекат и последице по морал и свест циљне групе, неке раније дефиниције појма гласине у савременим условима наглог пораста значаја комуникација и утицаја постале су „тесне“. Наиме, гласине као „специфична врста тврдњи“ могу да буду изненадне, сензационалне, „убитачне“, али не морају бити неистините. Преношење вести о неком значајном догађају, чак иако је објективно, уколико је та вест неповољна са становишта егзистенцијалних и виталних интереса циљне групе, може да доведе до паничног, ирационалног и штетног појединачног и групног деловања. Тако појединац, група или маса под притиском чињеница стварности постају мера „истинитости“ примљене поруке или тврдње. На сличан начин, придавање великог значаја начину преношења гласина постаје релативно јер добро смишљена пропагандна порука може циљној групи да се пренесе паролама, лецима, сликом, карикатуром и на друге начине, а не само „шаптањем“.

Производња гласина, као планска активност стручних тимова за психолошко ратовање, била би несврсисходна без постојања специфичне психосоцијалне средине у циљној групи, па се гласине као феномен могу дефинисати као: *специфично обликоване информације посредством којих њихов носилац настоји да код циљне групе делује на свест ради њеног покретања на жељену активност. Успешност гласина заснива се на неким основним претпоставкама:*

⁶ Др Никола Рот, *Социјална психологија*, Филозофски факултет, Београд, 1991.

⁷ Вуко Михаиловић, *Пропаганда и рат*, ВИЗ, Београд, 1984.

- 1) извор настанка и крајњи циљ лансирања гласине је непрепознатљив;
- 2) немогућност непосредне провере истинитости;
- 3) привидна добронамерност, логичност и привлачност;
- 4) прилагођеност садржаја психолошким, етичким и другим својствима циљне групе, као и обележјима тренутне социјалне, ратне и политичке ситуације у којој се налази циљна група;
- 5) неотпорност психолошке и моралне свести циљне групе.

Услови настанка и начини преношења гласина

Стручни тимови за психолошко ратовање, према националним и државним интересима, дефинишу циљеве психолошког рата и методологију његовог вођења, при чему велики значај имају и гласине. У вези с тим, оне се условно могу посматрати као „вид политичке пропаганде“,⁸ као метода психолошко-пропагандне делатности, али и као средство утицаја на свест маса у психолошком рату. Колико год да зависе од способности и делатности наведених тимова, гласине не би биле делотворне без посебне психосоцијалне климе, која доприноси тој делатности. Та посебна клима се изводи из две групе претпоставки: прву групу чине психолошке, етичке, верске, моралне и друге одлике циљне групе, а другу групу чине ситуациони чиниоци у којима се у одређеним околностима може наћи циљна група. Што се тиче карактеристика циљне групе, у односу на успешност настајања и ширења гласина, треба узимати у обзир следеће:

- однос припадника једног друштва према стратешким политичким, економским и одбрамбеним циљевима;
- систем колективних и индивидуалних вредности у чију би одбрану стала већина чланова друштвене заједнице;
- националну, верску, идеолошку и страначку толеранцију (нетолеранцију);
- чврстину заснованости социјалних ставова – осетљивост на убеђивања, претње, награде и казне;
- однос према иностраном утицају – туђе културне вредности, техничко-технолошки утицај, страна средства јавног информисања, и друго;
- склоност ка малограђанском трачу, зависти, подметању, снобизму и потрошачком менталитету.

У ситуационе чиниоце најчешће се убрајају сва кризна стања у друштву, која могу бити проузрокована:

- непосредном ратном опасношћу и претњом од агресије;
- политичком кризом (политички сукоби и раздори на идеолошкој, националној и верској основи);
- економском кризом (инфлација, сива економија, криминал, незапосленост итд.);

⁸ Војни лексикон, ВИЗ, Београд, 1981.

– агесијом знатно надмоћнијег противника;
– могућим еколошким и природним катастрофама изазваним деловањем људи или природних сила (инциденти у нуклеарним електранама, озонске рупе у космосу, велики климатски поремећаји, поплаве попут оних у лето 1997. године, и друго).

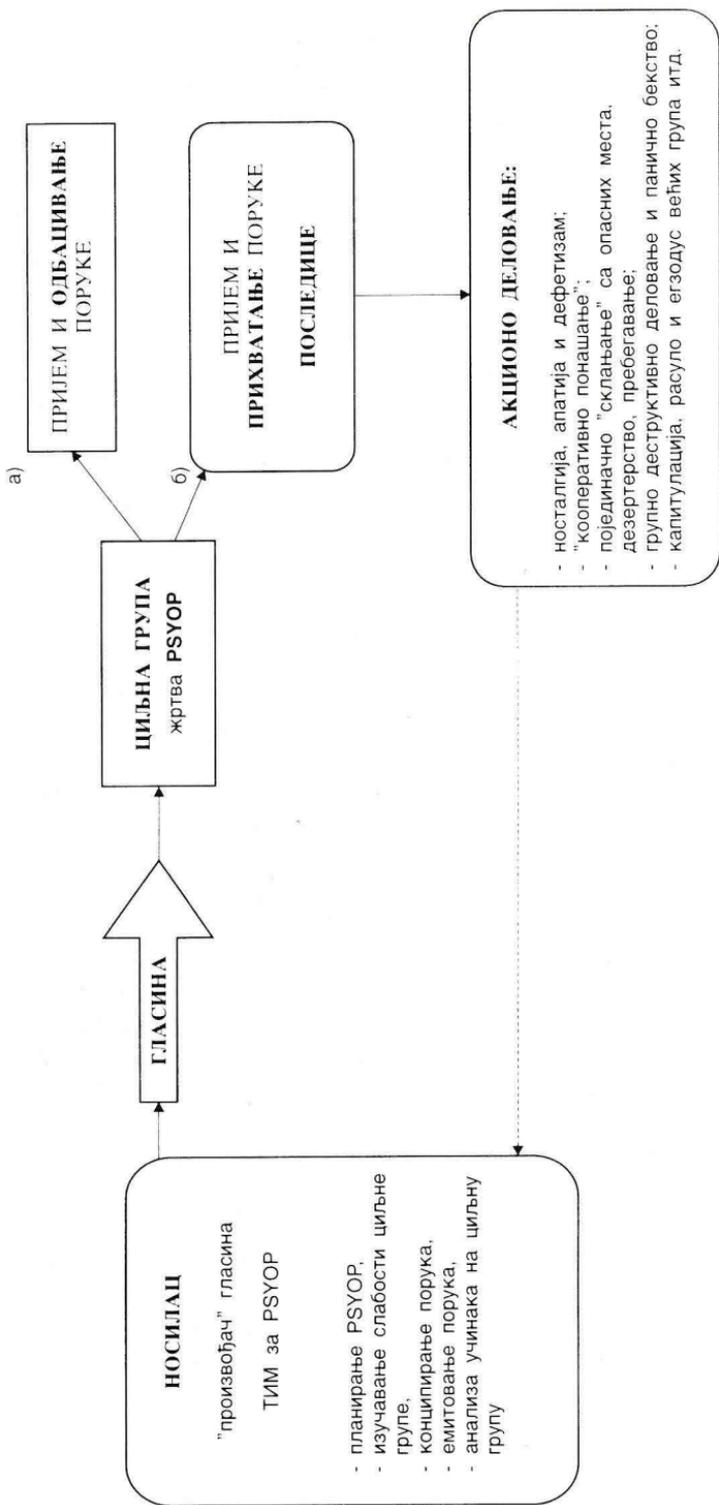
Без обзира на то о којој врсти кризног стања је реч, у сваком од њих постоји више „мањих“ ситуационих чинилаца који су погодни тло за настанак и ширење гласина. Неки од њих су заједнички, карактеристични за све кризне ситуације:

– угроженост виталних, егзистенцијалних интереса људи (живот, здравље, економска сигурност, личне слободе);
– немогућност реалног предвиђања изласка из кризне ситуације;
– недостатак правовремених и тачних информација о догађајима који су узрочници или пратиоци кризне ситуације.

Према наведеном, егзистенцијално угрожени појединци и социјалне групе опседнуте несигурношћу, неизвесношћу, неочекиваним и неповољним догађајима, узроцима и последицама догађаја најпогодније су тло за прихватање, али и за спонтано произвођење гласина.⁹ Заостреност деловања чинилаца кризе повећава „глад“ за информацијама, али и сугестибилност људи и склоност ка групном понашању, што може довести до опасних паничних, погромашких и других „пражњења“. Вероватноћа да до настајања неког значајног догађаја (било нежељеног или жељеног) заиста може да дође чини гласину уверљивом, тачном и „поузданом“ за циљну групу.

Гласине се као средство, али и као метод деловања PSYOP плански производе и конструишу у центрима, штабовима и тимовима за потребе психолошког ратовања и потом емитују путем индивидуалне или колективне комуникације према „потрошачима“ – циљној групи. Углавном их преносе усмено сами припадници циљне групе, али се могу ширити и преко агентуре, исписивањем у виду парола, летака и памфлета, пласирањем преко билтена, гласноговорника, радија, телевизије и штампе, све до Интернета. Тема гласина најчешће је неки значајан догађај о којем циљна група нема довољно информација, па се постојеће специјално обликују тако да, осим што информишу о догађају, носе скривену поруку и сугестију. Осим догађаја, тема гласина најчешће су јавне политичке и војне личности и њихови поступци; алузије и подметања у вези с политичком, војном и економском ситуацијом, обећањима и надањима; вицеви; алузије на припаднике појединих нација и вера, поједине професије, и слично.

⁹ „Због свега што му се месецима догађа, народ је постао тужан... односно депресиван човек постаје јер има губитке свих врста: губитак новца, социјалног задовољства, егзистенције и људског достојанства. Губитак рађа депресију а из ње тако израста агесија... 'као брат и сестра' уз тугу обавезно иде 'руку под руку' анксиозност, односно осећај тескобе. Човек је притиснут осећањем претеће неизвесности, стањем унутрашње напетости али и страхом од будућности. И онда се тако стиже до осећања панике – највишег стадијума анксиозности... (др Јован Мирић, *Хиперинфлација очима психијатара*, „Политика“, 24. децембар 1993.



Процес произвођења и ширења гласина и последице тог процеса

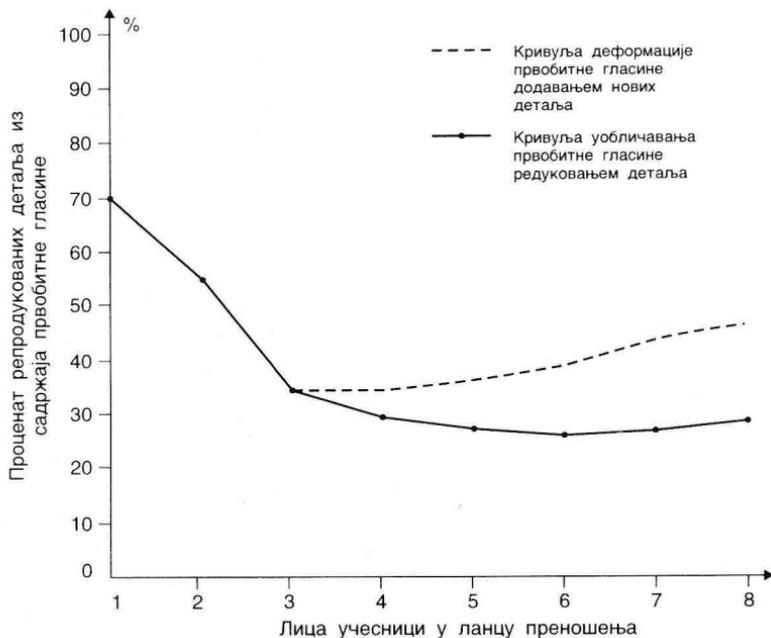
Планирање и реализација *PSYOP*, а самим тим и производња и емитовање гласина, веома је комплексан, доктринарно и научно заснован процес који се осмишљава у Стејт департменту, циљно формулише у агенцији *USIA*, а реализује их Министарство војске, од стратегијског до тактичког нивоа, ангажовањем специјализованих снага јединица и тимова за психолошке операције. Назив појединих тимова, којих има 27 врста (FA – пропаганда; FB – аудио и ТВ – продукција; FE – графичка продукција; KE – телевизија итд.), упућује имплицитно на садржај делатности и на начин произвођења и пласмана, који је типичан за гласине.

Технологија произвођења и пласирања гласина веома је сложена, а обухвата више фаза: избор циљне групе; утврђивање слабости циљне групе на економском, политичком, војном и моралном плану; конципирање садржаја и форме гласине, прилагођене психосоцијалним својствима и „слабим тачкама“ циљне групе; избор начина и средстава пласирања гласина; пласирање, емитовање гласина и подршка њиховом ширењу на „преносном путу“, и искоришћавање ефеката акционог деловања циљне групе; анализа учинака гласина, корекција недостатака операције и обнављање циклуса (шема 1).

Осим конструисања гласина као организоване делатности стручних служби, без посебног подстицаја споља – како у кризним, тако и у нормалним условима, људи испољавају склоност ка *спонтаном произвођењу гласина*. Недобронамерност у почетном „клијању“ пикантних „вести“ није неопходан услов да би на крају, када се ланац шаптата и шаптања затвори, последице биле веома штетне. Према наведеном, произвођачи гласина које нису плански убачене споља у циљну групу могу, али и не морају да буду злонамерни и жељни негативних последица, док су преносиоци углавном „невини“, попут клицаноша у епидемијама заразних болести. Неки аутори настанак и даље преношење гласина, које се током преноса обликују, модификују и обogaћују новим „деталима“, пореде с грудвом меког снега, која се закотрља низ падину и до подножја стигне брзо, увећана до неслућених размера.

Сасвим обични људи веома често ће радо препричати другима „вест“ коју су чули ради провере њене вероватности и истинитости и ради сопственог суда о њој. Уколико прва или, касније, свака наредна карика у ланцу преноса „у поверењу“ изрази чуђење и неверицу, гласина остаје на нивоу „чаршијске приче“, без изгледа да већи број припадника социјалне групе увери у истинитост и покрене њихову активност у неком правцу. С друге стране, уколико су прва, а затим и остале карике у ланцу преноса (односно људи, саговорници) већ раније „начули“ нешто о томе, уколико су подложни сугестији саговорника кога одраније познају као „човека од поверења“ који „многа зна“, ако вест одговара неким њиховим ишчекивањима, жељама и интересима, онда је успешност гласине готово загарантована (шема 2).

Резултати испитивања неких социјалних психолога (Олпорт, Постман) показују да се гласине у току усменог преношења мењају,



Процес уобличавања садржаја гласина током преноса усменим путем

искривљују, уобличавају и „обогаћују“ науштрб првобитне информације. Процес уобличавања је директно везан са психосоцијалним чиниоцима ситуације у којој су преносиоци (страх, ишчекивање, надање), али и с индивидуалним својствима преносилаца, који могу бити оптерећени личним комплексима, бригама, предрасудама, злоробом, и другим. Из шеме 2 види се да већ после првог преноса првобитна гласина, уместо 70 одсто, садржи 50 одсто детаља, у другом преносу – 30 одсто, да би се кривуља стабилизовала на око 25 одсто. Међутим, могућ је релативни пораст процента детаља после трећег преноса, са 35 до 50 одсто, али је реч само о привиду, будући да је то деформисана „вест“, која понекад једва личи на свог изворног претка.¹⁰

Индивидуална комуникација је основни начин преношења таквих гласина, како усменим путем, тако и другим облицима индивидуалног комуницирања (дописивање, телефоном итд.). Међутим, треба узимати у обзир чињеницу да, поред тих „самониклих“ гласина, постоје гласине које су исконструисане у неком тиму за *PSYOP* и пласиране преко средстава масовне комуникације (штампа, телевизија, леци, „документарни“ филмови) које се такође преносе и оплођују путем индивидуалне

¹⁰ Кроз причу о „животу и смрти госпође Кинг“ Иван Марковић је сликовито илустровао утицај субјективних чинилаца на процес уобличавања гласине (*Гласине као оружје*, „Војнополитички информатор“, бр. 2, 1992, стр. 124–125).

комуникације. Чак шта више, оне добијају прави смисао и покретачку снагу у масама тек када се „обогате“ новим детаљима и као плима обузму, за кратко време и на ограниченем простору, мноштво људи. У тим приликама долазе до изражаја прави смисао и циљ због којег се уопште и производе гласине, односно до покретања већег броја људи на групно понашање, на: демонстрације, штрајкове, уличне расне и националне погроме, линч, дезертерство из војске, панично напуштање положаја у борби итд. Поред тога, неки стереотипи и клишеи у савременој концепцији *PSYOP*, „резервисани“ само за неке државе и народе, као што су: „угрожавање демократије“, „спутавање људских права“, „подршка тероризма“, и слично, у ствари су гласине у најширем глобалном смислу и имају за циљ да оправдају интервенције, санкције и мешање у унутрашње ствари суверених држава.

Врсте гласина (класификација и подела)

Поједини аутори,¹¹ приказујући врсте гласина, најчешће су као критеријум класификације користили циљ психолошког рата који се помоћу њих остваривао: застрашивање, подривање, уношење раздора, обмањивање и слично. Други аутори,¹² осим критеријума циља и штетности насталих последица, узимали су у обзир мотив, психолошко стање и својства преносилаца гласина. Међутим, оправдана је класификација гласина с обзиром на оба критеријума, како је то учинио социјални психолог Младен Звонаревић,¹³ иако није могуће прецизно разграничење између појединих врста. На пример, гласине намењене ширењу страха сигурно су и обмањивачке, а гласина која има за циљ обмањивање, изазива неизвесност и страх, који се појачава у ситуацијама ишчекивања, појачане радозналости и носталгично-сањалачке узнемирености припадника циљне групе. Према наведеном, гласине се могу поделити у седам група.

Гласине страха. То је најраспрострањенија врста гласина, које се користе у свим кризним ситуацијама, нарочито у рату. Страх је нормална човекова емоција у кризним ситуацијама, а садржи, поред биолошке и рационално вољну и социјалну компоненту. Дакле, није реч само о инстинкту самоодржавања – страху од губитка живота, здравља, материјалних вредности итд. Реч је о томе да човек као друштвено биће чешће доживљава интензивнији страх од повреде „ега“, понижења, губитка људи за које одговара, мотива за престижом, доминацијом, самопоштовањем, и слично, него од личних губитака, укључујући и сопствени живот. То је посебно карактеристично за поједине, углавном затворене етничке заједнице или професије код којих је етички принцип уздигнут на ниво части и обавезности. Савремени творци гласина страха

¹¹ Вуко Михаиловић, *исто*, 1984.

¹² Драгољуб Арнаутовић, *Гласине, једно од оружја специјалног рата*, ВИЗ, Београд, 1983.

¹³ Младен Звонаревић, *Социјална психологија*, „Школска књига“, Загреб, 1976.

сигурно ће узимати у обзир те карактеристике приликом конципирања гласина, посебно њихових мимикрираних порука које циљају на свест, али и на подсвест групе код које жели да се изазове жељено понашање.

Страх је и непријатна емоција која настаје због опасности да се не могу задовољити личне или колективне потребе људи, а незадовољење потреба изазива фрустрацију и ирационално деловање циљне групе, што и јесте циљ лансирања гласина. Страх није једноставна емоција – то је мноштво непријатних емоција које се могу класификовати према више критеријума (према броју учесника у страху: индивидуални и колективни; према стању свести примаоца порука: реални и патолошки страх и према интензитету емоција: страх, шок, стрепња, ужас). С обзиром на општи оквир психолошке, социјалне и конкретне војне средине којој су намењене одређене гласине, емоције страха се могу класификовати према интензитету: стрепња, забринутост, неспокојство, реални страх и ужас. Реч је о различитом интензитету емоција које покрећу људе на акцију или „блокирају“ активност у правцу у којем су желели произвођачи гласина. У стању „благосања“ (стрепња, брига, неспокојство) код људи преовладава забринутост за будуће догађаје, за личну и колективну судбину. Те емоције су нарочито интензивне и долазе до изражаја у стању непосредне опасности у оружаном борби или при ишчекивању судбоносних догађаја и одлука, и слично. Тај благи облик страха може лако да прерасте у ужас и панику код појединаца и група на издвојеним задацима због недостатка правремених и тачних информација.

Основна, имплицитна, понекад чак и отворена порука у гласинама страха јесте позив на дезертерство, бекство, капитулацију и предају да би се прималац поруке „сачувао“ од страдања, рањавања и „ужасне смрти“, а уз „часну предају“. Међутим, и сасвим спонтана гласина у ситуацији већ постојећег страха и неизвесности може довести до паничног бекства с трагичним исходом.

На пример, после победе у Церској бици, Тимочка дивизија српске војске прешла је у Срем и заузела мостобран на левој обали Саве у рејону Чеврнтије. У једном тренутку ишчекивања борбе с аустроугарском војском пронела се гласина „опкољени смо!“ Након тога дошло је до паничног бекства и скакања у Саву, тако да се удавило око 3.500 људи. Или, у бици код Адуе у Етиопији, марта 1936, међу припадницима италијанске колонијалне војске, вероватно спонтано, проширила се гласина о томе да Етиопљани кастрирају сваког заробљеног војника. Гласина је деловала тако застрашујуће да се експедициони контингент од 15.000 људи петоструко смањило због дезертерства и расула.¹⁴

У арсенал порука срачунатих на застрашивање спада већина метода психолошко-пропагандног рата. Међу њима је и традиционални начин застрашивања величином, снагом и бруталношћу противничке војске новим, дотад „неиспробаним“ средствима ратне технике, која уништава

¹⁴ Драгољуб Арнаутовић, *исто*.

живу силу наносећи „ужасан бол“, и слично. Својевремено, у ери биполарне равнотеже и „хладног рата“, гласине о могућој „нуклеарној одмазди“, „инвазији Руса“, „инвазији Марсоваца“ итд. постале су и филмска тема.⁷ Интересантно је да је филм „Руси долазе“, након премијере у САД, изазвао праву панику међу знатним делом становника обале Пацифика. Тај, наоко забавни и безначајни детаљ упућује на нека теоријска уопштавања и закључивања: 1) вероватноћа те гласине да се заиста оствари била је у том периоду реална и могућа, и 2) психосоцијално стање циљне групе (биоскопска публика у САД) било је такво да је постојало погодно тло за прихватање гласине лансиране путем филма, у суштини дубоко идеолошки обојене.

Гласине неизвесности. Те гласине чине посебну врсту гласина, које у кризној ситуацији делују на свест циљне групе. За настајање и ширење тих гласина основни предуслов је информативна изолација циљне групе у односу на догађаје који за њу имају егзистенцијални значај. Ишчекивање повољног или неповољног исхода из кризне ситуације може гласине неизвесности трансформисати у гласине жеље (са повољним исходом) или гласине страха (са неповољним исходом). Неизвесност као предуслов у психосоцијалној равни, у ствари, подлога је за све врсте гласина, али је у случају гласина неизвесности неопходан услов.

Гласине мржње. Та врста гласине добила је назив према циљу психолошко-пропагандног рата који жели да се постигне ширењем гласина: изазивање сумње, подозрења, неповерења, раздора и отворене мржње. Негативне емоције које се формирају под утицајем тих гласина усмерене су против неких основних вредности, које не само да имају значаја за циљну групу него су и непрекидно изложене јавној критици и процени: државно и војно руководство и поједини руководиоци; припадници других партија, нација и раса; припадници других социјалних група; поједине јавне личности за које циљна група има симпатије и у које има поверење, и друго. Сугестивност таквих порука, тј. њихова успешност, умногоме зависи од психосоцијалне ситуације и морално-вољних карактеристика циљне групе. У одређеним условима порука може бити упућена директно и отворено,¹⁵ док ће у другим условима имати бољу „прођу“ ако је увијена у естетичку форму која се посредно намеће. Који ће од начина бити коришћен зависи од процене стручњака за *PSYOP* који конструишу гласине према задатим условима, али с основним захтевом да имају „проходност“ код циљне групе, да не доживе „бумеранг ефекат“ – изазивање негативне емоције према ономе ко шири мржњу и неповерење.

Искуства из ранијих ратова, као и из новијег доба наглог развоја средстава комуникације, која омогућују утицај на свест већих група људи, указују на једну специфичност гласина мржње. Наиме, без обзира на интелектуални ниво, психичко стање циљне групе и карактеристике

¹⁵ У средњем веку на хиљаде жена завршиле су на ломачи јер их је католичка црква прогласила вештицама. Стање свести маса је било такво да нико није у то сумњао, тражио доказе, и слично.

кризне ситуације, најбољу проћу имају кратке, упрошћене поруке, најчешће срочене као паролe, вицeви, афоризми, досетке, карикатуре, и слично. Осим устаљеног усменог ланца, та врста гласина, као и претходне, може се пласирати преко средстава јавног информисања, чиме се ефикасно и истовремено делује на свест већег броја људи.¹⁶ Те гласине, осим својства – побуђивања негативних емоција, садрже елементе страха, неизвесности и обмане. Међутим, њихова диференција специфика у односу на друге врсте гласина јесте циљ таквих порука: изазивање раздора у самој циљној групи или усмеравање њене негативне емоције према неком објекту.

Обмањивачке гласине. С обзиром на дефиницију појма гласине, све гласине у основи садрже обману, завођење, искривљавање и обликовање чињеница стварности. Да би одређена врста гласина ипак добила епитет „обмањивачке“ у њиховој основи мора да постоји сврха: да циљну групу доведу у заблуду или створе лажну представу о неком догађају, личности и појави.

Обмањивање противника гласинама коришћено је током читаве историје ратова. У неким преломним историјским догађајима и биткама обмане су довеле у заблуду команданте војски и утицале на њихове погрешне процене и одлуке. То су типична ратна лукавства и „дезинформисања“ противника о стварним намерама која су најчешће обавештајним путем „исцурила“ и стигла до противника. Осим напада на свест циљне групе као целине (војска, становништво итд.), та врста гласина може да буде сасвим селективна, усмерена на свест команданата и чланова штаба једне војске, политичког естаблишмента, па и међународног јавног мњења, као што је то био случај са медијским ратом против СФРЈ и ЈНА 1991. и 1992. године.¹⁷ Пример добро конципиране гласине, прилагођене етичким својствима циљне групе, јесте гласина коју су Јапанци у рату у Новој Гвинеји наменили Американцима. Наиме, због опасности од маларије америчким војницима су дељене „Атербин“ таблете. Јапанци су пустили у етар гласине да „Атербин“ изазива сексуалну импотенцију. Последица је била то да су амерички војници лажно гутали таблете – држали су их под језиком и у погодној прилици испљувавали, што је довело до епидемије маларије и великих губитака.¹⁸

У последње време, и поред великих могућности за прикупљање, пренос, обраду и коришћење информација о неком догађају, при доношењу војних и политичких процена и одлука тражи се ослонац на

¹⁶ Разорност деловања гласина, које осим изазивања мржње сеју обману и страх а које се емитују путем радија и телевизије, приказана је кроз „вест“ Радио Мостара, а затим и ТВ Сарајева, да су јединице ЈНА 1991. године, на путу до Мостара, убиле 20 људи, те да у чизмама носе направе за вађење очију (Милош Јовановић, *Психолошко-пропагандно деловање у непосредном борбеном додиру*, „Војнополитички информатор, бр. 3, 1992, стр. 191).

¹⁷ Министарство одбране (МУП) Републике Хрватске објавило је 12. октобра 1991. информацију као „војну тајну“ да је у току дана само из састава 5. ВО и 5. КРВ и ПВО погинуло 833, а рањено 800 припадника ЈНА, и уништено 49 авиона, 29 хеликоптера итд. (Иван Марковић, *исто*).

¹⁸ Младен Звонаревић, *исто*.

„незваничне“ и „неидентификоване“ изворе, па и гласине, ради ефикаснијег деловања на циљне групе. Гласине као основни садржај *PSYOP* која је пратила војну операцију Хрватске војске на РСК у лето 1995. године испољиле су се у сложеном, комбинованом облику с елементима страха, обмане, неизвесности, раздора и мржње. Одустајање од пружања оружаног отпора нападачу и прелазак у масовно бекство, расуло и егзодус показују да је циљна група (морална свест становништва и војске) претрпела последице неокортикалне операције у којој је већина пропагандних порука емитована у форми гласина. Неповољна психосоцијална клима у циљној групи само је погодовала лакој прихватању и ширењу гласина.¹⁹

Гласине жеља. Те гласине најчешће настају и шире се спонтано, као извор ишчекивања и надања великог броја људи да ће настати неки догађај или појава која има велики и егзистенцијални значај. Непосредне штетне последице које би паралисале неку акцију или је усмериле у неповољном правцу углавном нису везане за те гласине. Међутим, до таквих последица сигурно долази у облику разочарења и резигнације када се жеље не остваре и утврди неистинитост и немогућност настајања жељеног догађаја. Међутим, има примера у историји да су гласине жеља покренуле масе на акције које су довеле до социјалних, политичких и војних промена и управо произвеле жељени ефекат за чије настојање нису постојали претходни објективни услови.²⁰ У свакодневном животу честе су „епидемије“ тих гласина. У војној средини то су „повећања плата“, „скраћења војног рока“, „изградња бројних станова за војску“ итд. Међу становништвом непрекидно круже гласине о исцелитељским моћима појединих „врачева“, видовњака и култних места, проналаску лекова од опаких болести, откривању еликсира „вечите младости“, указању Бога и Велике госпе, и слично. Такве гласине имају смишљену позадину и комерцијалне ефекте за појединце и групе који профитирају на лаковерности народа, али је „стање духа“ у народу основни предуслов њихове успешности. Наиме, у стању ишчекивања и велике жеље да се нешто повољно догоди, у стању разочарења у успешност медицине, у недостатку идеја, циљева и визија друштвеног напретка, људи лако беже у алтернативне, мистичне, празноверне и наивне слике искривљене, али пожељне стварности.

Сањалачке (носталгичне) гласине. Носталгија у свом изворном значењу подразумева тугу за родним крајем – завичајем. Фигуративно,

¹⁹ „Нефункционалење правне државе, школства, информисања, одбране, снабдевања и личне сигурности грађана производило је духовни очај и бесперспективност“ (Милена Тања, *Живи песак неслоге*, „Вечерње новости“, 19. фебруар 1993).

²⁰ У јесен 1944, док су савезници водили борбе за ослобођење Белгије, неки извиђачки делови прешли су у Холандију, па је Радио Лондон емитовао извештаје о продору савезника кроз Холандију. Становништво је, желећи да се ослободи немачке окупације, почело спонтано да се окупља, слави и истиче националне заставе. То је толико збунило немачке трупе да су се нанично повукле из Холандије за само један дан – 5. септембра (уторак), тако да је тај догађај назван „људи уторак“.

тај термин означава сваку врсту чежње за нечим драгим и пријатним што је човеку постало трајно или привремено недоступно. У кризним ситуацијама, нарочито у рату, војнике одвојене од породица, завичаја и пријатеља носталгија подстиче на ирационално понашање, „омекшавање душе“ и слабљење борбеног морала. Под утицајем гласина и других пропагандних манипулација та чежња може покренути на масовно „склањање“ из борбе, дезертерство и расуло у војсци. Међутим, свака носталгија није изазвана гласинама, и није резултат медијске манипулације, нити обавезно доводи до слабљења морала. Напротив, то може бити објективно задато стање свести које је наметнула ситуација, али, уместо апатије, покреће на високоморалну акцију ради отклањања препрека за постизање жељеног циља. Илустративно је у вези с тим запажање Арчибалда Рајса међу српским војницима на Солунском фронту који су у стању напетог ишчекивања и носталгије за родним крајем, иако под утицајем различитих гласина о судбини својих ближњих у завичају, показивали изванредан борбени морал.²¹ Супротан пример је понашање Италијана после пораза код Кобарида (1917) од аустријске војске. Практично без борбе, Италијани су, под утицајем гласина, носталгије и чежње за породичним животом, масовно напуштали положаје да би „прославили Божић у кругу породица“ на „позив“ добијен преко летака које су растуруле уходе.

Гласине радозналости. Та врста гласина није директно у вези са кризним ситуацијама, али њихово настајање и преношење умногоме зависе од психичких, моралних, интелектуалних, карактерних и других својстава социјалних група и појединаца. Општи, социјални оквир за настајање тих гласина је недостатак информација о неком догађају или личности који имају значаја за циљну групу. Радозналост код људи је нормална и позитивна потреба, која произилази из социјалних и личних мотива. Међутим, када радозналост прерасте у „глад“ за информацијама, када се аспирације не задовољавају самим долажењем до информација, већ њиховим даљим преношењем, уз претходно обликовање према сопственим интересима, онда је реч о абнормалној радозналости. Претерано радознали људи не само да су најбољи интриганци и преносиоци филованих вести већ су и „произвођачи“ таквих „вести“. Јер, склоност ка самопотврђивању и доказивању сопствене важности, сензационализам, завист, злоба и друге негативне карактерне црте веома утичу на преношење гласина. Задовољавање тих мотива, али и њихово подстицање, свакодневно је видљиво на страницама појединих листова такозване жуте штампе који имају посебне трач рубрике за голицаве и ласцивне теме из приватног живота јавних личности. Без обзира на то што је та врста гласина често „забава за народ“, у комбинацији са инсинуацијама и клеветима, када је неповољна психосоцијална клима, могу изазвати штетне последице у некој средини, социјалној групи и друштву у целини.

²¹ Арчибалд Рајс, *Шта сам видео и преживео у великим данима*“, „Младост“ – „Итака“, Београд, 1997.

Гласине као стални садржај *PSYOP* и специфичан психосоцијални феномен не могу да се елиминишу, нити може да се спречи њихово настајање. Исто тако, отклањање објективних околности за њихово настајање, а то су ратне и друге кризне ситуације, такође није могуће. Међутим, постоје велике могућности на општедруштвеном, одбрамбеном и безбедносном плану за смањивање могућности за настајање и ширење гласина, а посебно за спречавање настанка штетних последица деловањем гласина и за санирање тих последица.

Реалне претпоставке за превентивну заштиту од гласина садржане су у неким најопштијим категоријама: стабилан и виталан политички и економски систем државе; стабилни међунационални и међуверски односи, као и односи међу различитим социјалним слојевима и политичким опцијама унутар друштва; развијен и респективан одбрамбено-заштитни систем од угрожавања споља и изнутра; развијени систем правременог и објективног информисања; патриотизам и грађанска лојалност, висока морална свест и поверење у институције државе и друштва и морално-психолошке и стручне припреме припадника војске и становништва за ратне и друге кризне ситуације. И поред предузетих превентивних мера, реално је могућа појава свих врста гласина како у миру, тако и у ванредном стању, непосредној ратној опасности и рату. Предузимање мера за сређивање поремећеног стања, неопходно је у свим случајевима, а нарочито због деловања гласина страха, обмане и раздора, које се најчешће састоји у следећем:

- отклањање или ублажавање кризних и конфликтних ситуација које су погодовале ширењу гласина;
- контрапропагандна делатност;
- правремено и објективно информисање;
- репресивне мере према творцима и преносиоцима гласина (у критичним ситуацијама, најчешће у оружаном борби);
- ментално-хигијенске мере збрињавања лица која су под стресом доживела психичке поремећаје и могу да постану несвесни „сејачи“ панике и страха.

Закључак

Угрожавање безбедности суверених држава од стране носилаца политичке, економске и војне супремације и даље ће бити изражено у међународним односима. Доминантни начин угрожавања све више постају пропагандни и информатички рат као замена за сложеније, скупље и ризичније класичне војне операције. У оквиру утицаја на свест маса ради њеног обликовања и усмеравања ка жељеном понашању гласине ће имати велики значај у пропаганди. И поред предузимања одбрамбених и самозаштитних мера у друштву у целини и у појединим социјалним групама, као и међу припадницима војске, не могу се

потпуно отклонити сви чиниоци кризних стања која погодују гласинама. Исто тако, нису могући затварање, баријере и информативне блокаде од спољашњих инпута информација. Сви ти неповољни чиниоци ипак нису разлог за дефетистичку резигнацију и деморализацију. Увереност већине становника у исправност изабраних стратешких циљева и путева развоја друштва и њихова спремност да се свесно одреде за заштиту тих вредности, уз позната етничка и етичка својства колективне свести народа на овим просторима, значајан су одбрамбени механизам. Организованим мерама државних органа у миру и војних команди у ратном стању знатно се повећава морална виталност и отпорност на погубно деловање гласина и других облика напада на свест људи.

Литература:

1. Миланко Јовићевић, *Ментална хигијена*, ВИНЦ, Београд, 1987.
2. Живко Лукић, *Информатичке операције – даља разрада доктрине КоВ-а САД*, „Војно дело“ бр. 4-5, 1995.
3. *Расправе о ратној вештини*, ВИНЦ, Београд, 1991.
4. Јован Омаљев, *Методи психолошко-пропагандног деловања*, „Војно-политички информатор“, бр. 3, 1992.
5. Др Златко Исаковић, *Гласине у рату, појам, улога и заштита*, „Војно дело“, бр. 1-2, 1992.
6. Др Новак Поповић, *Рат и медијски рат*, „Војно дело“, 1/96.
7. Братислав Радовић, *Страх у рату и како га превладати*, „Нови гласник“, бр. 2/95.