

POLITIKA „MEKE MOĆI“ I INDIREKTNII OBLICI PROPAGANDNOG DJELOVANJA

Radenko Šćekić

Apart from direct propaganda, the political, cultural, and religious influence is realised more efficiently through indirect forms and means that are not so apparent, invasive and aggressive. The policy of soft power or soft force is the term used in previous decades for defining political and cultural influence extended indirectly through movies, series, literature, fashion, cultural trends, manifestations and TV shows.

Kontrola javnog mišljenja, kao opasnosti za interese elita, vjekovima je predstavljala izazov, da bi tokom 20. vijeka postala predmet institucionalnog angažmana psihologa, sociologa, antropologa, filozofa, koji su se udružili u tzv. „proizvodnji saglasnosti“. N. Čomski u knjizi Nužne iluzije objašnjava kako politička moć koristi propagandu da bi izbjegla preispitivanja važnih pitanja, bitnih društvenih tema, održala konfuziju i podjele, sprečavajući stvarnu demokratiju da postane djelotvorna, navodeći veliki broj primjera koji pokazuju da su moćne elite, nasuprot demokratskim tendencijama oslobađanja medija od ograničenja nametnutih od strane vlade i privatnih centara moći, koji su svoje debate usmjerili na ograničavanje djelovanja

medija pod parolom ugroženosti demokratskih institucija.¹ Preovlađujuće mišljenje elita je da demokratija nije ugrožena ukoliko nekoliko korporacija ima kontrolu nad informativnim sistemom, i da je to, štaviše, sama suština demokratije. Jer, takav vid kontrole medija treba da omogući „društvenu opravdanost“ koja treba da postane predmet propagandnog modelovanja »inženjeringa pristanka«. Studija *Trilateralne komisije*² iz 1975. o mogućnostima vladanja demokratijama zaključuje: da su mediji postali novi značajan izvor nacionalne moći, jedan od aspekata neumjerenosti demokratije, što doprinosi opadanju autoriteta vlade kod kuće i smanjenju uticaja demokratije u drugim zemljama. (Đorović, 2018: 191) „Kako je primijetio S. Hantigton u prošlim vremenima predsjednik Hari Truman je bio

¹ Djelovanjem PR industrije (public relations) i vodeće ličnosti u tom domenu, Edvarda Bernajsa (Edward Bernays), koji je u Analima Američke Akademije političkih i društvenih studija, objasnio da je „sama suština demokratskog procesa sloboda da se ubijedi i predloži“ (složena PR tehnika koju je Bernajs nazvao „inženjering pristanka“.

² Elitističko udruženje Trilateralala je privatno udruženje osnovano 1973. godine sa svrhom promovisanja bliskih odnosa između SAD, Evrope i Japana. U Aziji danas ima članova iz NR Kine, Indije i drugih zemalja. Inicijator osnivanja bio je David Rokfeler. Danas ima nešto manje od 400 članova, koji dolaze iz reda najviđenijih osoba iz poslovnog i političkog života. Izdaje razne izvještaje (*Trilateral papers*) kojima se želi uticati na globalna kretanja. Trilateralna komisija se zalaže za globalnu dominaciju načina organizacije ekonomije i društva kakvi postoje u vodećim zemljama Zapada (tj. kapitalizma i demokratije). Brojni kritičari smatraju Trilateralnu komisiju opasnom koncentracijom moći, i smatraju da doseg njihovih dogovora mora nadilaziti ono što su voljni podijeliti s javnošću. Na nivou teorije zavjere pokušavaju se dokumentovati njihovi potencijali da utiču na svjetska kretanja mimo demokratskih izbora i drugih načina formiranja legitimne vlasti, te veze s tajnim društvima. Trilateralna komisija je usko povezana s Bilderberg grupom osnovanom 1958. – više na: <http://www.trilateral.org/> 11.4.2019.

u stanju da vlada zemljom oslanjajući se na relativno mali broj advokata i bankara sa Vol Strita. Hantington takođe zaključuje da ‘možete podvaliti (intervencije i druge vojne akcije) samo putem stvaranja lažne slike’... te da ‘još od Trumanove doktrine, Sjedinjene Države upravo to i čine’.³ U tom periodu (50-te godine 20. vijeka) kriza demokratije nije postojala, ali se šezdesetih godina razvila, poprimajući ozbiljne namjere, stoga se pomenuta studija Trilaterale zalaže za ‘umjereniju demokratiju’, kako bi se ublažila ovakva njena ‘neumjerenost’. Jednostavnije rečeno, ukoliko želimo da demokratija opstane, javnost mora biti svedena na tradicionalnu apatiju i poslušnost, odnosno mora biti, pacifikovana, uklonjena iz učestvovanja u donošenju važnih odluka. Pomenuta komisija je zaključila da obuhvatniji interesi društva i vlasti zahtijevaju da ukoliko mediji ne primijene standarde profesionalizma, alternativa lako može postati državna regulativa u ovoj oblasti.“ (Čomski, 2000: 558).

Cilj propagande je da utiče na mišljenja i ponašanje ljudi.⁴ Propaganda proizvodi određene socio-psihološke posljedice i teži da prodre do najdubljih slojeva čovjekove psihe i da djeluje na segmente koji se najčešće ne mogu racionalno kontrolisati.

³ Po N. Čomskom: „SAD su istovremeno najslobodnije društvo na svijetu, a sa druge strane demokratija u SAD ima svoja tamna mjesta – najslobodnije je istovremeno jedno od najdublje indoktriniranih društava svijeta“, što po njemu nije ništa paradoksalno, jer baš zato što je slobodno, njime se mora vladati putem perfidne indoktrinacije – Više u: N. Čomski, *Kontrolisana demokratija*, CID, Podgorica, 1999, str. 20).

⁴ S pojavom medija, slike, zvuci i predstave počinju da učestvuju u stvaranju sadržaja svakodnevnog života, dominiraju našim slobodnim vremenom i oblikuju i utiču na naša politička gledišta i društveno ponašanje. TV kultura nasilja stvara svojevrsni sindrom „okrutnog svijeta“, pri čemu ljudi koji na televiziji gledaju mnogo nasilja postaju veoma plašljivi i skloni priklanjanju konzervativističkim liderima koji im nude svojevrsnu sigurnost i ublažavanje straha. (D. Kelner, 2004: 360).

Ukazano je da se prema vrsti i sadržaju koji se koristi, propaganda može podijeliti na direktnu i difuznu (indirektnu i odloženu). Odloženom propagandom se, u prvom redu, stvaraju određeni psihološki uslovi koji olakšavaju primanje propagandne poruke, ali se u početnom periodu ne eksplicira neposredna veza između propagandne aktivnosti i kasnijeg otvorenog iznošenja političkih ciljeva.

Difuzna propaganda ima „širok spektar raznovrsnih nepolitičkih sadržaja u nepolitičkoj formi, ali sa političkim ciljem: da se postigne opšti pozitivan odnos prema osnovnim karakteristikama društva, institucijama i sl, a time i prema značajnim političkim subjektima i njihovim idejama i politici. Ona se naziva još i predpropaganda, subpropaganda ili sociološka propaganda. „Njome se promovišu bitne karakteristike određene zajednice, društvene vrijednosti, ostvareni ekonomski, kulturni, sportski i drugi rezultati, događaji od opšteg značaja, značajne istorijske ličnosti“, a sve u cilju svojevrsne pripreme terena za određenu politiku i ideje. Ona djeluje na duži rok i proizvodi trajnije efekte, cilja na dublje nivoe ljudske psihe, na duboko ukorijenjene stavove, kolektivne predrasude i nema konkretne, trenutne političke ciljeve ili barem oni nisu odmah uočljivi. Ona je prema Z. Slavujeviću: „samo drugačiji oblik i njoj prilagođeni sadržaji političke propagande: opšti politički ciljevi se ne propagiraju otvoreno i direktno eksplicitnim sadržajem poruke, svijet se ne uverava direktno u progresivnost političkog sistema, partije, vlade, lidera, ispravnost njihove politike, ideja, stavova i sl. – već posredno isticanjem markantnih rezultata koje ostvaruje zajednica, vlada, institucija što treba da doprinese afirmativnom odnosu prema vlasti. Radi se na stvaranju opšte povoljne klime u javnom mnenju, o formiranju prilagodljive strukture ličnosti, o svojevrsnoj „pripremi terena“ za direktniji, trajniji i otvoreniji vid propagandnog delovanja. Dakle, radi se na pripremanju pojedinca ili grupe da

kasnije lakše prihvati konkretnije političke sadržaje postizanjem opšteg pozitivnijeg odnosa prema sistemu, ideji, politici“ (2005: 16).⁵

Meka sila i moć medija i upotreba NVO

Sama po sebi, meka sila (moć) je vrijednosno neutralna, kao i propaganda. Ocjena zavisi od cilja, sredstva i posljedica sprovedenih akcija. Manipulacija mislima nije uvijek bolja od manipulacije oružjem (iako su objekti manipulacije obično samostalniji u mentalnim procesima nego u fizičkim). Već odavno države troše milijarde na javnu diplomatiju i medije u igri za konkurentnu atraktivnost – a „borbu srca i razuma“. U 19. vijeku ishod borbe za hegemoniju uglavnom je zavisio od toga čije oružje pobjeđuje; danas taj ishod zavisi i od toga čija interpretacija događaja pobjeđuje.⁶ Kaže se da je propaganda koja liči na propagandu, trećerazredna propaganda.

⁵ *Do određene mjere slično značenje ima i ranije pomenuti pojam subpropagande, a pod tim se podrazumijeva širenje određene ideje u dužem razdoblju, a koja nije bliska određenoj javnosti. To je proces stvaranja određene psihološke podloge koja olakšava komunikaciju i spremnost da se prihvati neki sadržaj koji u datim, realnim okolnostima nema kritičnu većinu pristalica. U toj funkciji, objavljuju se knjige, bilteni, održavaju konferencije, daju stipendije, finansiraju istraživački projekti, stvaraju lični kontakti. Ta djelatnost često i nije neposredno propaganda, koliko je u funkciji olakšavanja prihvatanja eventualne propagandne poruke.*

⁶ Takvi instrumenti meke sile, kakav su Maršalov plan i „Glas Amerike“, pomogli su da se odredi ishod Hladnog rata. Informaciono oružje može agresivno da se iskoristi za slabljenje protivnika. To možemo nazvati „negativnom mekom silom“. Napadajući vrijednosti drugih zemalja, moguće je umanjiti njihovu privlačnost i, samim tim, njihovu relativnu meku silu. Džozef Nej, *Informacioni rat ili meka sila*, više na: <https://www.project-syndicate.org/> 25. 5. 2017.

Jer emisije, izjave, govori koji su previše propagandistički gube kredibilitet, ne privlače publiku i ne stvaraju meku silu koja utiče na ciljanu metu (publiku, javno mnjenje, narod). Simptomatična je „upotreba“ intelektualaca, raznih publicista, stručnjaka i eksperata za pojedine oblasti, istoričara, književnika, analitičara, ljekara i sl. u potkrepljivanju i davanju „argumentacije i legitimiteta“⁷ određenom političkom stavu, programu, ideji. Putem upotrebe prikrivenog propagandnog djelovanja priprema se teren za realizaciju određenih političkih koncepcija i ideja, političke elite nastoje da u javnosti oforme željenu svijest i kritičnu masu, zahvaljujući kojoj bi te ideje bile podržane i prihvaćene⁸. Kada ljudi jednom potpadnu pod propagandu, posebno onu koja govori o opravdanosti rata koji je medijski modelovan, mi zapravo nikada ne vidimo šta se zapravo događa na terenu – onda oni ostaju pod utiskom koji im je propaganda utisnula, čak i onda kada zvanični izvo-

⁷ Kada govorimo o legitimitetu, „mislimo na određene moralne kriterijume koji su za razliku od legaliteta apstraktni. Šta to znači? Da li jedna izvršna vlast ima podršku u društvu za svoju politiku? O tome se nagađa. Egzaktna provjera (glasanjem u parlamentu ili izborima) može da donese potvrdu ili negaciju pretpostavki“. – B. Omorac, „*Pristanak*“ umesto konsenzusa <https://www.academia.edu>

⁸ Edvard Herman i Noam Čomski pokazali su u djelu: *Proizvodnja saglasnosti: Politička ekonomija masovnih medija*, demonstrirajući strukturu i djelovanje propagandnog modela koji objašnjava ponašanje medija i medijske performanse u strukturalnim terminima, čiju okosnicu čini pet faktora: vlasništvo, advertajzing (oglašavanje), izvori informacija, oštra kritika (flak) i supersmisao (ideologija). Ovi faktori djeluju kao filteri kroz koje sve informacije moraju da prođu, značajno utičući pojedinačno i udruženo na medijske izbore. Krajnji rezultat uspostavljanja propagandnog modela: djelovanje medija kao čiste propagande uvijene u medijsku formu konstitutivno je za uspostavljanje svjetskog poretka, a dokazi o urušavanju i posljednjih odblijesaka demokratske prakse svakodnevno se nižu.

ri poreknu svoje nekadašnje laži, a toga su tvorci propagandnih poruka potpuno svjesni (Stauber; 2006). U svrhe potkrepljivanja određene politike i davanja podrške, često se koriste i uključuju brojne GONGO⁹ (*Government-organized non-governmental organization*), odnosno „provladine Nevladine organizacije“, koje svojim izjavama, anketama, projekcijama daju potporu u javnosti odlukama političkih elita. Organizacije ovoga tipa su osnivane i u bivšim socijalističkim državama Evrope, u kontekstu fingiranja demokratije i liberalizma prema stranim faktorima. Mada im je prvenstveni zadatak davanje, po potrebi – ključne podrške aktuelnoj vlasti u određenim kriznim situacijama putem istraživanja, anketa i sondaža, analiza javnog mnjenja, prognoze izbora i sl.

⁹ „Vladina nevladina organizacija“ (VNVO/GONGO) jeste organizacija/udruženje koja je ciljano osnovana ili sponzorisana od strane vlade ili njenih pristalica, sa ciljem da zastupa provladine političke interese i zabavlja civilne grupe i društva kod kuće, ili da promoviše njene internacionalne i geopolitičke interese. Engleski termin *Government-organized non-governmental organization* (GONGO) je nastao kasnih 1980-ih godina. Ističu se organizacije, poput: NED (Nacionalna zadužbina za demokratiju) koja je aktivna i na Balkanu, *Ljekari bez granica*, *Naši* u Rusiji, *Društvo Crvenog Krsta Kine* i dr, više u: Cumming, Lawrence S. GONGOs. In Anheier, Helmut K, and Stefan Toepler. *International Encyclopedia of Civil Society*. Berlin: Springer, 2010.; Mansbach, Richard W., and Edward Rhodes. *Global Politics in a Changing World: A Reader*. Belmont, CA: Wadsworth/Cengage Learning, 2009.; Sharma, Aradhana. *Logics of Empowerment: Development, Gender, and Governance in Neoliberal India*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2008.

Lista¹⁰ zemalja po snazi „Meke moći“:

1. V. Britanija	2. Francuska	3. Njemačka	4. SAD	5. Japan	6. Kanada	7. Švajcarska
8. Švedska	9. Holandija	10. Australija	11. Danska	12. Italija	13. Norveška	14. Španija
15. Finska	16. Belgija	17. Austrija	18. N. Zeland	19. Irska	20. J. Koreja	21. Singapur
22. Portugal	23. Grčka	24. Poljska	25. Mađarska	26. Češka	27. Kina	28. Rusija

Prema: A Global Ranking of Soft Power 2018.

Meka sila označava mogućnost uticaja neke države u oblasti politike, ekonomije i kulture na međunarodnoj sceni isključujući vojni uticaj. Meka sila/moć je sposobnost da dobijete to što hoćete atraktivnošću i ubjeđivanjem, a ne prijetnjama da će biti neke prisile. To je mogućnost da se privuče i oblikuje umjesto da se prinuda vrši kroz tvrdu moć, kao recimo, kroz nasilje ili kroz davanje novca kao načina ubjeđivanja. Jedna od važnih odlika meke moći je ta da nije prisilna; da je moć kroz meku moć – moć kulture, političkih pogleda, i spoljne politike. U posljednje vrijeme ovaj pojam se takođe koristio za one kampanje u kojima se utiče na društveno i javno mijenjanje neke zemlje kroz „zaobilazne puteve“ i lobiranje preko jakih političkih i nepolitičkih udruga. Pojam meke moći u opticaj je uveo Joseph Nye u kasnim 1980-tim, a kasnije, 2012, Nye je dodatno pojašnio da je najveća odlika meke moći: „propaganda bez propagan-

¹⁰ Naravno, s obzirom da je lista napravljena po zapadnim „mjerilima“, države poput Kine i Rusije su veoma nisko pozicionirane, a velike države poput Indije, Indonezije, Irana uopšte nijesu u prvih 30, dok se Brazil i Argentina kotiraju na 29. odnosno 30. poziciji.

de“, jer, prema njemu, u informacijskom dobu najveća vrijednost je u vjerodostojnosti informacija.

Vladimir Putin je tokom svog reizbora 2012. izjavio da je „meka sila kompleks instrumenata i metoda za dostizanje spolj-nopolitičkih ciljeva bez primjene oružja, a na račun informacionih i drugih izvora djelovanja“. ¹¹ Rusija se nalazi na spisku 30 najuticajnijih zemalja kada je riječ o korišćenju „meke moći“ – sposobnosti da utiče na druge države, ne novcem i oružjem, već kulturom i drugim nacionalnim vrijednostima. Ima mišljenja da je Ruska „meka sila“ „potcijenjena“, mada Zapadna propagandna mašinerija posljednjih godina „udara“ po Rusiji iz sve snage, satanizujući je u očima svjetske javnosti. Ruski državni mediji su, uspjeli da zadobiju milione gledalaca u zemlji i svijetu. Autori ističu da državni kanal Raša tudej (RT) emituje svoj program na više svjetskih jezika i u više zemalja, što ga čini jednim od najvećih i najgledanijih emitera u svijetu. Ruski mediji ističu da je na Zapadu liberalna revolucija, posebno kada je riječ o moralu, otišla predaleko, a da u Evropi Rusiju smatraju nosiocem i zaštitnicom tradicionalnih, porodičnih vrijednosti. ¹² Mada je i takvo promišljanje takođe faktor meke moći. Rejting listu najuticajnijih zemalja po „mekoj moći“ napravila je britanska PR agencija „Portland“, koja tradicionalno sprovodi istraživanje na ovu temu. Britanska agencija definiše „meku silu“ kao sposobnost postizanja ciljeva u spoljnoj politici uz pomoć „pozi-

¹¹ Sa tačke gledišta Kremlja, šarene revolucije u susjedstvu Rusije i instanci Arapskog proljeća primjeri su kako SAD primjenjuje meku silu kao novu formu hibridnog oružja. Više na: Džozef Nej, *Informacioni rat ili meka sila*, više na: <https://www.project-syndicate.org/> 25. 5. 2017.

¹² Generalni sekretar Ujedinjenih nacija (UN) Antonio Guterres je izjavio da je počeo opadati uticaj SAD. U intervjuu za magazin The Atlantic, Guterres je kazao da se smanjuje moć SAD-a u svetu. „Smanjuje se meka sila Sjedinjenih Američkih Država (SAD)“, rekao je Gutereš. Više na: <https://www.trt.net.tr/> 4. 5. 2019.

ativnog privlačenja i ubjeđivanja“. Kako navode autori liste, „meko moć“ za razliku od „tvrde“, (koja koristi silu, prijetnje i sankcije), pokušava da stekne uticaj uz uspostavljanje veza i međunarodnih pravila i oslanja se na resurse koji zemlju čine privlačnom i atraktivnom u svijetu.¹³ U *Velikoj Britaniji od 1934. djeluje Britanski savjet (British Council) koji ima svoje ispostave u velikom broju država i teži predstavljanju Britanskog načina života, širenju engleskog jezika i propagandnom djelovanju, politikom „meke moći“*. Britanski *Tajms* izlazi od 1785. Tokom velikog dijela svoje istorije, ovaj list je smatran zaštitnim znakom britanske civilizacije, ali, pošto ga je kupio Amerikanac Rupert Mardok, počelo je njegovo glatko skretanje ka tabloidu. Britanski *Tajms* oštro je napao ruski film *Balkanska međa*, ocijenivši da svojim prikazom nedavne balkanske istorije potkopava regionalni mir.¹⁴ U propagandnom djelovanju prema

¹³ Oni navode da je od sredine prve decenije novog milenijuma, ogroman napor uložen na poboljšanje slike o Rusiji u svijetu, a da su značajnu ulogu u tome odigrale i „velike rezerve ‘meke sile‘ u sferi kulture“ kojima Rusija raspolaže. „Rusija je dom *Ermitaža*, *Boljšog teatra* sa njegovim baletom, Čehova, Dostojevskog, Maljeviča, Čajkovskog i Bulgakova“, kaže se u izvještaju. Osim toga, agencija priznaje i nespornu ulogu Rusije u borbi protiv međunarodnog terorizma (DAEŠ-a) u Siriji, što je takođe „imalo pozitivan efekat“ o imidžu države u svijetu. Rusija je, prema mišljenju britanskih eksperata, najbolji rezultat pokazala u diplomatiji i borbi protiv globalnih izazova a, kako se dodaje, preuzela je i vođstvo sa drugim velikim silama u uspostavljanju dijaloga u rješavanju pitanja globalne bezbjednosti. Ruski eksperti ističu da su faktori „meke sile“ odigrali veoma veliku ulogu protiv politike izolacije koju je inicirao Obama, a na kraju su i SAD priznale da je ta politika propala – više na: *The Soft Power 30, A global ranking 2018*, USC Center on Public Diplomacy, London: <https://softpower30.com/> I na: <https://rs-lat.sputniknews.com/> 14. 5. 2019.

¹⁴ U komentaru objavljenom 31. marta 2019. film se istovremeno stavlja u kontekst „meke sile“ Rusije. *Tajms* čak na izvjestan način poziva na cenzuru

vani, postoji Francuski kulturni centar (CCF) koji promoviše vrijednosti francuske kulture i jezika. Veoma značajnu ulogu u međunarodnim odnosima imaju informativno-propagandne ustanove koje su u većoj ili manjoj mjeri vezane za vlade svojih zemalja. Jedna od takvih specijalizovanih ustanova je Informativna agencija SAD (US Information Agency) koju je osnovalo Ministarstvo inostranih poslova (Department of State) i Savjet za nacionalnu bezbjednost (NSC) 1953, kao nastavljajući Odjeljenja ratnih informacija (OWI). Agencijska odjeljenja su integralni dio američkih ambasada i konzulata širom svijeta pod nazivom Informativni servis SAD (USIS). Agencija objašnjava politiku američke vlade i način života i američku kulturu.¹⁵ Republika turska takođe promoviše svoju meku moć u okolnim regionima, kako preko svojih serija, filmova, muzike, kurseva jezika, tako i institucionalno preko državne agencije TIKa, instituta Junus Emre i sl.

Početak novog milenijuma rukovodstvo Kine je zaključilo da globalna tržišna moć i njena uloga „motora svjetskog ekonomskog razvoja“ nisu više dovoljne da se istakne novi zahtjev za samouvjereno globalno rukovodstvo. Iz tog razloga se krenulo sa izgradnjom *Ruan Shili*, kako se na kineskom kaže „soft

filma, navodeći da je „Putinov režim poznat po svojim propagandnim kampanjama koje pravdaju drastične akte nasilja nad malim nacijama i narodima bez zaštite“ i da je „vreme da se na to stavi tačka“, jer „kad se laž zaodene u istinu u opasnosti su život i sloboda“. Film *Balkanska međa*, koji je nedavno premijerno prikazan u Rusiji i Srbiji, govori o desantu na Prištinski aerodrom, kada je ruska jedinica iz sastava Sfora zauzela aerodrom Slatina neposredno po potpisivanju Kumanovskog sporazuma. – <https://www.rferl.org/a/russian-film-balkan-line-pristina-airport/17.5.2019>.

¹⁵ Propagandnom djelatnošću bave se i mnogobrojne institucije i organizacije, kakve su recimo Rokfelerova, Fordova i Kaplanova fondacija iz SAD, Adenauerov i Nakmanov fond iz Njemačke, zatim Huverov institut pri Stenfordovom univerzitetu, Aspenov institut i sl.

power“. Za Xi Jinpinga njena izgradnja postaje sastavni dio vladinog programa za „ponovno jačanje kineske nacije“. Termin *soft power* je moć privlačenja jedne države na osnovu njenih političkih vrijednosti, kulture i spoljnopolitičkog nastupa. Kada se uzmu u obzir kineski grubi nastupi i teško izvoziv jezik i kultura, nije ni čudo što izgradnja „soft powera“ komunističkoj jednopartijskoj Kini ne polazi baš od ruke. Ali, novac i volja za to postoje. Kina, prema navodima američkog eksperta za Kinu, investira oko 10 milijardi američkih dolara u izgradnju slike o svojoj zemlji kao svjetskom brendu, dok SAD za svoj imidž ulažu manje od 670 miliona dolara. Kineski novac dijelom ide i američkoj filmskoj industriji. Želi se ući u američku kulturnu izvoznu mašinu Hollywood. Kina je prisutna u filmskom biznisu SAD-a – američki lanac AMC Theatres sa 8.400 bioskopa pripada imperiji kineskog investitora Wanda. Kina osim investicije, sprovodi i medijsku ekspanziju u Africi, tako kineska državna televizija CCTV proizvodi lokalne TV programe iz Nairobija u Africi u 14 studija. Državna novinska agencija Xinhua tamo ima više od 30 dopisničkih studija, a planira se otvaranje 200 do 2020. godine. Privatni provajder *Star Times* sa sjedištem u Pekingu obezbijedio je TV dozvole u 16 afričkih zemalja i tamo emituje pet digitalnih programa. I najveća izdavačka kuća u Južnoj Africi, Independent Media od 2017. godine ima kineskog vlasnika.¹⁶ Kina sve više shvata važnost medija u savremenom svijetu i počinje da širi svoje medijsko prisustvo od SAD do Afrike. Kineska vlada je, kao dio širenja svog političkog i ekonomskog uticaja, nedavno počela da posvećuje pose-

¹⁶ U Africi kineske novinske agencije postaju sve popularnije. One su jeftine – za mnoge čak besplatne – i „bez ideologije“, tako barem kažu korisnici. Kina je pouzdan partner i prijatelj bez kolonijalne prošlosti, izjavio je predsjednik Namibije, Hage Geingob, u martu tokom državne posjete Pekingu. „Afrička javnost krikuje sve netačne tvrdnje o Kini“, izjavio je Geingob. – *Kina investira u globalni imidž* <https://www.dw.com/> 21. 5. 2018.

bnu pažnju povećanju svog uticaja u medijskom prostoru. Zapravo, Kineska centralna televizija je već stvorila brojne kanale za širenje svojih ideja među stranom publikom, emitujući već neko vrijeme svoje programe na francuskom, španskom, engleskom i ruskom jeziku. Kroz ove medijske izvore, Peking ne samo da pokušava da promoviše svoju nacionalnu kulturu i jezik, već je pokazao i snažan interes da stranoj publici saopšti sopstvene verzije političkih, ekonomskih i društvenih događaja koji se odvijaju na različitim kontinentima, obezbjeđujući tako protivtežu zapadnoj propagandnoj mašineriji.¹⁷

Brojna su istraživanja koja analiziraju odnose Holivuda sa Pentagonom i CIA. Tako Holivud snima filmove u trendu američke političke konjunktura i „korektnosti“, godinama pravi romantičarsku, ružičastu sliku američkih ratova, a američka armija reklamira holivudske filmove. Savršena simbioza Pentagona i američke industrije zabave. Holivud predstavlja „meku“ kulturnu dominaciju, a Pentagon (Ministarstvo odbrane SAD) i CIA su „tvrda“ dominacija. Naravno, radili su to i Nacisti (film *Trijumf volje*) i Sovjeti (Sergej Ajzenštajn), a danas

¹⁷ Primjetno je da Peking koristi različite strategije, uključujući širenje međunarodnog emitovanja, preduzimanje ospežnih reklamnih kampanja i infiltriranje u strane medije kako bi se širio kineski pogled na svijet. Zanimljivo je da je nedavno otkriveno da kineska vlada ulaže čak 1,3 milijardi dolara godišnje kako bi povećala globalno prisustvo kineskih medija. Kineska globalna televizijska mreža (CGTN) emituje se u 140 zemalja, a Kineski međunarodni radio na 65 jezika. Glavni cilj Pekinga iza ovih medijskih operacija jeste pokušaj da se poboljša javni imidž Kine i njenih političara na međunarodnoj sceni, ali i sticanje mogućnosti da se svijetu pruži objektivniji pogled na događaje koji se dešavaju unutar Kine. Kina povećava svoje medijske sposobnosti, jer pored već pomenutog Kineskog međunarodnog radija koji emituje program na 65 jezika, postoji i *Čajna voć* aplikacija za mobilne uređaje dostupna za preuzimanje u ukupno 30 zemalja. – više na: *Kineska globalna medijska ofanziva* <https://www.standard.rs/> 5. 6. 2019.

Ruska Federacija osnažuje svoju filmsku. Indijski Bolivud¹⁸ preuzima možda globalni primat u broju snimljenih filmova, turske ili latino serije osvajaju srca gledalaca, ruski filmovi možda imaju dušu i kvalitet¹⁹, ali Holivud i filmska industrija

¹⁸ Još tokom 2004. u Indiji je snimljeno više od 1.000 filmova (u odnosu na 739 u Holivudu), koji su zaradili 3,6 milijardi dolara (2,6 u Holivudu). Bolivud je termin nastao spajanjem imena gradova Bombaj (danas Mumbai) i Holivud, a odnosi se na indijsku filmsku industriju, koja se smatra najvećom na svijetu kada je riječ o broju snimljenih filmova i prodatih karata. Bolivudski filmovi su najčešće mjuzikli, a takvi filmovi zovu se još i masala filmovi, jer je „masala“ na indijskom „mješavina začina“. Indijski filmski magazin *Filmfer* osnivač je filmskih nagrada koje se dodjeljuju još od 1953. i koje su, po glamuroznoj ceremoniji dodjele, ekvivalent dodjeli „Oskara“. – više na: <http://www.znanje.org/> 15.4.2018.

¹⁹ Epizoda ruskog crtalog filma *Maša i medved* pod nazivom *Maša i kaša* sakupila je milijardu i 804 miliona pregleda i postala šesti snimak po gledanosti u istoriji Youtube, a mediji su ovaj serijal nazvali „demonstracijom Putinove meke sile“. Italijanski list *Il foljo* navodi da se nevjerovatan uspjeh animiranog filma *Maša i medvjed* najbolje može vidjeti u božićnom periodu, kada su trgovački centri prepuni lutaka, slika i igračaka posvećenih ovim animiranim junacima, a na televiziji se mogu pratiti najpopularnije epizode. Trogodišnja Maša, odjevena u tradicionalnu rusku nošnju, sa maramom na glavi, ušla je u domove djece u 120 zemalja svijeta. Animirani film preveden je već na 25 jezika, od SAD do Indonezije. U Americi, Maši glas pozajmljuje Isla Fišer, holivudska glumica. Godine 2015, animirani film *Maša i medvjed* dobio je nagradu Kids skrin awards za najbolju animaciju, a studio Animakord zaradio je 225 miliona dolara. Ta firma je osnovana 2008. i danas ima više od 100 saradnika i 70 animatora, a otvorila je kancelariju i u Kaliforniji. Dok se u svijetu zapadne medijske percepcije, medvjed (Rusija) najčešće predstavlja „kao zlo protiv kojeg se treba boriti“, istočnoevropska djeca u njemu vide onoga ko pomaže plavokosoj devojčici da nađe put do kuće – piše italijanski list. Više na: <https://www.blic.rs/vesti/svet/putinova-meka-sila-kako-je-jedan-crtani-film-otvorio-rusiji-vrata> 14. 5. 2019.

Zapada²⁰ je efikasnija u širenju „meke moći“, namećući kroz filmove, serije, muziku: jezik, modu, sleng, kulturu, umjetnost, sport – primamljivost i privlačnost zapadnih vrijednosti i načina života, što svjesno ili podsvjesno utiče na konzumente ove industrije. Ideja meke sile bila je uključena u plan ruske spoljne politike 2013, a u martu 2016. načelnik Generalštaba Rusije, V. Gerasimov, izjavio je da je „tradicionalnim vojnim metodama nemoguće odgovoriti na slične spoljne prijetnje; njima se može suprotstaviti samo istim hibridnim metodama“. Pa tako i „tvrda moć“ ima značajan „meki“ efekat: jer pokazuje odlučnost, umijeće, pravičnost i efikasnost u primjeni vojne sile, čime izaziva poštovanje i uvažavanje kod kuće i u svijetu.

²⁰ Bivši sovjetski predsjednik, Mihail Gorbačov, rekao je da događaji predstavljeni u britansko-američkoj *Černobilj* televizije HBO ne odgovaraju u potpunosti stvarnosti. Prema riječima Vladimira Monahova, direktnog učesnika u radu na ublažavanju posljedica katastrofe i predsjednika moskovskog saveza „Černobilj“, mnogi stvarni događaji u seriji su iskrivljeni. „Prikazani su mnogi stereotipi, tipični za zapadnjačku predstavu o Sovjetskom Savezu“, tvrdi Oleksij Breus, član osoblja elektrane u vrijeme havarije. „Velike šolje, votka, KGB svuda.“ Stranka Komunisti Rusije obratila se Ruskoj agenciji za nadzor medija („Roskomnadzor“) sa zahtjevom da ograniči pristup američkoj TV seriji *Černobilj*, u kojoj je, prema njihovom mišljenju, tragedija postala predmet ideološke manipulacije od strane televizijskog kanala HBO. Oni smatraju da su „motivacija, akcije aktera serije, priroda međusobnih odnosa u institucijama i kolektivima i moralna klima u sovjetskom društvu apsolutna laž. Serija o dramatičnim događajima koji su se dogodili u aprilu 1986. godine, predstavlja ideološko sredstvo, napravljeno da okleveta i demonizuje predstave o sovjetskoj vlasti i sovjetskom narodu“, navodi se u saopštenju stranke. Predstavnici stranke smatraju da bi „Roskomnadzor“ trebalo da blokira pristup seriji na svim pretraživačima i resursima, a „protiv režisera, scenariste i izvršnog producenta serije trebalo bi pokrenuti krivične postupke na osnovu Člana 129 Krivičnog zakona Ruske Federacije za javnu klevetu“. – više na: <https://rs.sputniknews.com/> 13. 6. 2019.

Indirektno propagandno djelovanje u političkom životu Crne Gore

Krize su zakonomjeran društveni fenomen, pa zato imaju strateški značaj. Kako je isticao F. Brodel: „Istorija se pojavljuje pred nama kao niz kriza, između kojih postoje neka- kvi tragovi ravnotežnih perioda“. Na osnovu prvih društvenih organizacija uočene su tendencije upravljanja i učenja na kriz- nim situacijama. Teritorija, plemenski jezik, upućenost jednih na druge iz ekonomskih i odbrambenih razloga – predstavljali su presudne kohezivne faktore za stvaranje trajnijih oblika društvene organizacije. Pleme je organizovana zajednica sta- novnika koji žive na određenoj teritoriji, imaju zajedničke obi- čaje, jezik, vjeru, tradiciju i zajedničku plemensku svijest, atri- bute koji ih tijesno povezuju u jedinstvenu cjelinu, društvenu i teritorijalnu. Pleme je predstavljalo vojnički, politički i eko- nomski kolektiv. Plemenski starješina sa svojim užim krugom predstavljao je prve oblike organizovane vlasti. Savez većeg broja plemena koji u dužem periodu obitavaju na istoj teritoriji vremenom, sporazumno ili osvajanjem, stvaraju zajedničku državnu organizaciju ali i osobenu kulturu.²¹ Ubjeđivanje je staro koliko i čovjek, pa ne čudi što su se kroz istoriju razvoja ljudskog društva, pojedinci ili grupe otimali za moć nad kon- trolom masa ili vladanja pomoću ideja, religije, medija. Vještina te kontrole značila je sposobnost upravljanja emocija- ma, stavovima i ponašanjem ljudi, omogućavajući vlast manji- ne nad većinom.

²¹ Šarl Senjobs ističe: „da skup plemena koja se pokoravaju istoj vlasti, čine narod u užem smislu...“ – više u: Uporedna istorija evropskih naroda, (2013), Dereta, Beograd, str. 28.

Cilj propagande je da utiče na mišljenja i ponašanje ljudi. Propaganda proizvodi određene socio-psiholoske posljedice i teži da prodre do najdubljih slojeva čovjekove psihe i da djeluje na segmente koji se najčešće ne mogu racionalno kontrolisati. Ukazano je da se prema vrsti i sadržaju koji se koristi, propaganda može podijeliti na direktnu i difuznu (indirektnu i odloženu). Odloženom propagandom se u prvom redu stvaraju određeni psihološki uslovi koji olakšavaju primanje propagandne poruke, ali se u početnom periodu ne eksplicira neposredna veza između propagandne aktivnosti i kasnijeg otvorenog iznošenja političkih ciljeva. Difuzna propaganda ima „širok spektar raznovrsnih nepolitičkih sadržaja u nepolitičkoj formi, ali sa političkim ciljem: da se postigne opšti pozitivan odnos prema osnovnim karakteristikama društva, institucijama i sl, a time i prema značajnim političkim subjektima i njihovim idejama i politici. Ona se naziva još i prepropaganda, subpropaganda ili sociološka propaganda. „Njome se promovišu bitne karakteristike određene zajednice, društvene vrijednosti, ostvareni ekonomski, kulturni, sportski i drugi rezultati, događaji od opšteg značaja, značajne istorijske ličnosti“, a sve u cilju svojevrzne pripreme terena za određenu politiku i ideje. Ona djeluje na duži rok i proizvodi trajnije efekte, cilja na dublje nivoe ljudske psihe, na duboko ukorijenjene stavove, kolektivne predrasude i nema konkretne, trenutne političke ciljeve ili barem oni nisu odmah uočljivi. Ona je prema Z. Slavujeviću: „samo drugačiji oblik i njoj prilagođeni sadržaji političke propagande: opšti politički ciljevi se ne propagiraju otvoreno i direktno eksplicitnim sadržajem poruke, svijet se ne uverava direktno u progresivnost političkog sistema, partije, vlade, lidera, ispravnost njihove politike, ideja, stavova i sl – već posredno isticanjem markantnih rezultata koje ostvaruje zajednica, vlada, institucija što treba da doprinese afirmativnom

odnosu prema vlasti. Radi se na stvaranju opšte povoljne klime u javnom mnjenju, o formiranju prilagodljive strukture ličnosti, o svojevrsnoj 'pripremi terena' za direktniji, trajniji i otvoreniji vid propagandnog djelovanja. Dakle, radi se na pripremanju pojedinca ili grupe da kasnije lakše prihvati konkretnije političke sadržaje postizanjem opšteg pozitivnijeg odnosa prema sistemu, ideji, politici“ (2005: 16)²²

Kaže se da je propaganda koja liči na propagandu – trećerazredna propaganda. Stoga su, smatrajući za potrebno, već pomenute vrste propagande (difuzna, indirektna, odložena) izdvojeni u ovom poglavlju. Direktno i otvoreno propagiranje političkih ideja i stavova je u dosadašnjem radu predstavljen kao osnovni vid propagandnog djelovanja u Crnoj Gori. Međutim, iako su oblici difuzne propagande karakterističniji za društva sa dužom tradicijom političkog pluralizma i razvijenijim perfidnijim vidovima persuazivne djelatnosti, ipak ni prostor Crne Gore nije ostao imun na njihovu upotrebu. Naročito se to manifestovalo nakon razdora u vrhu vladajuće DPS 1997. godine i sve većim otklonom od vlasti u Beogradu. Stvaranjem široke koalicije i dobijanjem podrške od strane dotadašnjih opozicionih činilaca u političkom životu Crne Gore koji su se deklarirali za njeno osamostaljenje, i sama

²² Do određene mjere slično značenje ima i ranije pomenuti pojam *subpropagande*, a pod tim se podrazumijeva širenje određene ideje u dužem razdoblju, a koja nije bliska određenoj javnosti. To je proces stvaranja određene psihološke podloge koja olakšava komunikaciju i spremnost da se prihvati neki sadržaj koji u datim, realnim okolnostima nema kritičnu većinu pristalica. U toj funkciji, objavljuju se knjige, bilteni, održavaju konferencije, daju stipendije, finansiraju istraživački projekti, stvaraju lični kontakti. Ta djelatnost često i nije neposredno propaganda, koliko je u funkciji olakšavanja prihvatanja eventualne propagandne poruke.

dotadašnja jugoslavenska politika vladajuće elite je morala da se mijenja. Zadobivši povjerenje građana i apsolutnu vlast na izborima krajem 1996. godine na očuvanju SRJ i zajedništva sa Srbijom, a i primorana da od sebe ne odbije birače koji su se jugoslavenski profilisali, u atmosferi borbe „za svaki glas“, DPS je nastojala da se održi balansiranjem među svojim, tako raznolikim glasačkim tijelom.²³ Otklonom od politike vlasti u Beogradu, vezujući se sve više za protivnike S. Miloševića, mijenjali su se i dotadašnji stavovi u pogledu državnog statusa Crne Gore. Koristeći se indirektno-propagandnim djelovanjem i difuznom propagandom, polako se u javnosti pripremao teren za prihvatanje ideje nezavisnosti, dugo godina svojevrsne tabu teme, „satanizovane“ od strane DPS-a. U tom cilju, fokusiralo se na izmjenu dotadašnje preovlađujuće svijesti većine građana. Javno se i dalje deklarirajući za državnu zajednicu sa Srbijom, osnivanjem novih i podržavanjem već postojećih organizacija i institucija koje su propagirale crnogorski nacionalni identitet, njegovu različitost od srpskog i minimizirajući *srpski bit* u Crnoj Gori²⁴, nastojao se

²³ Penetracija srpskog nacionalizma u Crnoj Gori (1987, 1988. i nadalje) intenzivira se i preko manifestacije „Grad tetar“ u Budvi, odnosno Trga pjesnika. Još tokom burnih 1988, 1989, 1990. godine, putem državne štampe su plasirani razni feljtoni, razgovori, teme (poput feljtona o Golom Otoku, Milovanu Đilasu, „Velikoj Albaniji“, o tzv. komunističkim „lijevim greškama“ u Crnoj Gori, Brionskom plenumu, o životu i življenju supruga Josipa Broza, Edvarda Kardelja, Aleksandra Rankovića i dr) a što je trebalo da predstavlja svojevrsnu pripremu javnosti za određenu planiranu politiku.

²⁴ U izjavi za radio *Slobodna Evropa* predsjednik organizacije Dukljanska akademija nauka i umjetnosti, koja je inače okupljala određeni broj crnogorskih intelektualaca, rekao je da je Mitropolit Amfilohije Radović: „postao najobičniji propagandista militantnog velikosrpsstva u Crnoj Gori“ i da bi „Crna Gora morala iznaći neke odbrambene mehanizme od Srpske

pripremiti teren za ideju nezavisnosti oštrim napadima u prvom redu Mitropolije SPC.²⁵

Fokusirajući se na pitanja crkve, jezika, istorije i kulture, nastojalo se takođe i skrenuti pažnja sa tema ekonomije, šverca, kriminala i sl. koje su inače predstavljale omiljene teme opozicije, rabljene kako u javnosti i medijima, tako i u crnogorskom parlamentu. U težnji da veliki dio glasača ne popusti protivničkom bloku koji ih je optuživao za separatizam i antisrpstvo i shvatajući moć i važnost crkve kao institucije u narodu i javnosti koristila se svaka prilika da se javnom mnjenju prikaže međusobni dobar odnos vlasti i Mitropolije crnogorsko-primorske.²⁶ U tom pogledu se može i shvatiti i susret vrha DPS-a u pravoslavne crkve koja je najmilitantniji odred velikosrpstva ovog trenutka u Crnoj Gori“. Takođe je povodom proslave godišnjice Podgoričke skupštine, kojom prilikom je pored Mitropolita Amfilohija govorio i akademik Milorad Ekmečić izjavio da je „Ekmečić teoretičar novijeg srpskog fašizma i inspirator rata u Bosni po Čosićevom napatku i drugim očevima velikosrpstva“ (*Pobjeda*, 28. novembar 2000, str. 3).

²⁵ „Hoće li Crnogorci zadržati crte nadmoći plemensko plemićke duhovne aristokratije i jesmo li kao pojedinci autoritarni a kao narod demokrate? – samo su neka od pitanja kojima se bavi poznati crnogorski neuropsihijatar Todor Baković i tadašnji direktor Saveznog zavoda za zdravlje, koji u intervjuu za *Pobjedu* između ostalog kaže: „Crnogorac diše u dubokim amplitudama. Dugi muk pa nagli skok. Upravo ovih godina, Crnogorac se budi iz prošlosti koja ga je pripitomila i prevarila. Umjesto toga, on sve više počinje da osvaja neslućene prostore budućnosti. Počinje da se navikava na nju, jer ga ona strpljivo već dugo čeka“ (*Pobjeda* 12. april 1998, str. 7). Ovakvi i slični tekstovi i izjave išli su u prilog propagiranju samosvojnosti, specifičnosti i snage crnogorskog etnosa.

²⁶ „Činjenica da u Crnoj Gori građani imaju najviše povjerenja u crkvu, sociološki posmatrano, posljedica je krize društva i države, odnosno osjećaja nesigurnosti, s jedne, i patrijahalnog obrasca života i kolektivističkog duha, s druge strane. U takvim uslovima, religija, u ovom slučaju crkva, dobija inte-

jeku razdora u vrhu stranke sa Patrijarhom Pavlom, prisustvovanje nalaganju badnjaka na Cetinju 1998. zajedno sa Mitropolitom crnogorsko-primorskim Amfilohijem, finansijska potpora obnavljanju crkava i manastira po Crnoj Gori i drugo.²⁷ „Crkva je odvojena od države i sama određuje svoju organizaciju i način rješenja crkvenih poslova, država materijalno pomaže crkvu, međutim ne prosuđuje koja je crkva legitimna“ kazao je F. Vujanović, komentarišući odnos državnih organa prema crnogorskoj autokefalnoj crkvi.²⁸ Međutim, grativnu funkciju, a poprima i kompenzatorsku, odnosno, nadopunjuje ono što ljudima nedostaje a poboljšava i komunikativnu funkciju. Crkva tako postaje mjesto okupljanja. Psihološki je ljudima potrebno da u nešto vjeruju, pa bilo to sveto ili svjetovno. To je bijeg od samoće i usamljenosti. To je i posljedica jednog kolektivističkog duha, koji je okrenut prema takozvanim kolektivnim ideologijama. To znači, ako je vjera u komunizam dovedena u pitanje, odnosno ako je on propao kao sistem, onda se traži vjera u nešto drugo. Narod traži da vjeruje u nešto. Komunisti su vjerovali u društvo jednakosti i visoke solidarnosti. Onda su društvo i taj sistem propali, a najbliža ideologiji i takvom kolektivističkom duhu je crkva. Ali taj fenomen, pokazuje se, ostaje trajno kod ljudi. Komunizam i hrišćanstvo imaju neke zajedničke vrijednosti kao što su solidarnost i jednakost“ (Č. Čupić, *Dan*, 15. decembar 2008).

²⁷ Ministar vjera u Vladi RCG, S. Tomović je između ostalog istakao: „Nikada u Crnoj Gori nijesu postojale dvije pravoslavne mitropolije. Ni ustavno ni kanonski ne mogu postojati dvije, već samo jedna. Vlada Crne Gore i državni organi u cjelini podržavaju Crnogorsko-primorsku mitropoliju na čelu sa njegovim preosveštenstvom Amfilohijem“ (“Jedna je pravoslavna crkva“, *Pobjeda*, 30. oktobar 1998, str. 3).

²⁸ „Država je ipak dužna da poštuje kanonsko pravo, a po tom pravu je legitimni predstavnik pravoslavlja na prostoru Crne Gore Mitropolija crnogorsko-primorska koju smo dužni da poštujemo (i nju i njenu imovinu) i pomažemo, kao i islamsku vjersku zajednicu i Katoličku crkvu, u smislu ustavno definisane obaveze.“ premijer F. Vujanović na tribini Saveza studenata. (*Pobjeda*, februar 1999, str. 3) .

usljed pritiska indenpendistički profilisanih saveznika i sve većeg zaoštavanja odnosa sa Beogradom, pripremana je podloga za izmjenu preovlađujuće atmosfere i stavova građana. Registrovanje autokefalne Crnogorske pravoslavne crkve (CPC) u Centru bezbjednosti Cetinje januara 2000. godine i njeno javno podržavanje trebalo je da zadovolji želje koalicionih saveznika, ali i da predstavlja svojevrsan vid političkog pritiska na Mitropoliju SPC u Crnoj Gori.²⁹ Državni mediji su se potrudili da u žižu javnosti postave ovo pitanje.³⁰ Balansiranje između dvije crkve od strane vlasti nastavilo se i dalje, s tim što je vremenom primat sve više davan CPC. Tako su tradicionalnom nalažanju badnjaka početkom 2000. godine ispred manastira Svetog Petra Cetinjskog prisustvovali i predsjednik Skupštine RCG, S. Marović, potpredsjednik Skupštine RCG, P. Popović, ministar vjera, S. Tomović i ministar pravde, Dragan Šoć. „Crkveno pitanje“ od strane vlasti se svodilo na

²⁹ *Pobjeda* je odmah, 20. januara 2000, na naslovnoj strani objavila naslov u kojem se kaže da je prvi put poslije 80 godina Crnogorska pravoslavna crkva održala liturgiju u selu Očinići povodom praznika, uz komentar da su Očinići vratili svoje hramove CPC, a tadašnji predsjednik RCG je tim povodom izjavio: Budući da je registrovana CPC moje čestitke će sasvim razumljivo ići i na tu adresu. Uputio sam čestitku Mitropolitu crnogorsko-primorskom koji je oficijelni predstavnik pravoslavne crkve u Crnoj Gori, odnosno, Crnogorsko-primorske mitropolije (*Pobjeda*, 21. januar 2000, str. 3).

³⁰ Državni dnevni list *Pobjeda* od 4. decembra 2000. prenosi komentare agencije Montena-faks u kojima se između ostalog kaže „da je minulih nedjelja i mjeseci, Crnogorskoj pravoslavnoj crkvi, samo u cetinjskoj opštini, odlukom mještana tamošnjih sela, vraćeno oko 30 crkava koje su nasilnim ukiđanjem Crnogorske pravoslavne crkve 1920. godine – nakon prisajedinjenja Crne Gore Srbiji – do sada bile pod upravom Srpske pravoslavne crkve koja inače ne priznaje postojanje Crnogorske pravoslavne crkve obnovljene na Cetinju 1993. godine.“ (*Pobjeda*, 4. decembar 2000, str. 4).

svojevrstu podjelu „nadležnosti“, dio vladajuće elite je davao izjave u prilog CPC, a drugi dio u prilog Mitropolije SPC.³¹ Tadašnji ministar prosvjete i nauke u Vladi RCG D. Kujović, ocijenio je da je „obnavljanje CPC dio procesa sticanja samo-svijesti Crnogoraca o pripadnosti jednom narodu, jednoj državi i jednoj naciji. Postojanje CPC je sasvim prirodno i to pripada Crnoj Gori, kao staroj državi i Crnogorcima kao narodu i naciji“ (Pobjeda, 31. decembar 1999, 1, 2 i 3. januar 2000, str. 3).

Sa druge strane, opozicija je takođe nastojala da preko vjerskih manifestacija, praznika, „crkvenih pitanja“ ostvari političke poene. Prosrpska opozicija je tako polazila sa stanovišta zaštite srpskih prava u Crnoj Gori i kao zaštitnik prava Mitropolije crnogorsko-primorske SPC. Tako je u Podgorici je 13. januara 2000. godine, na Trgu Ivana Milutinovića, opoziciona SNP organizovala, kako je službeno najavljeno, „narodno veselje povodom dočeka Srpske pravoslavne nove godine, pod nazivom *Bože dragi, svjetla praznika 2000. godine*. Neposredno ispred bine povremeno su se čula klicanja S. Miloševiću, Srbiji i

³¹ U prilog izrečenim konstatacijama slijede dvije oprečne izjave iz vrha crnogorske vlasti: „Država je obavezna da poštuje ustavno opredjeljenje koje podrazumijeva poštovanje kanonskog prava. Dakle, država ne može reći koja je crkva kanonski legitimna već mora konstatovati stanje koje je već kanonski verifikovano. Legitimni predstavnik pravoslavlja u Crnoj Gori kanonski je Crnogorsko-primorska mitropolija a da se sa aspekta onoga šta je posjed crkve mora poštovati i imovina te crkve.“ riječi su predsjednika Vlade Crne Gore Filipa Vujanovića u obraćanju parlamentu, (Pobjeda, 22. decembar 2000, str. 2). Predsjednik RCG Milo Đukanović, gostujući na Univerzitetu Crne Gore, rekao je između ostalog: „Ni jedna crkva nema tapiju na Crnu Goru, pa nema ni pravo da traži od državnih organa da oni arbitriraju u korist ove ili one crkve. Crkve osnivaju ljudi, a ne mogu crkve upodobljivati ljude za svoje potrebe“ (Pobjeda, 21. decembar 1999, str. 3).

Jugoslaviji (*Pobjeda*, 14. januar 2000).³²

Ulaskom u korjenite reforme obrazovnog sistema, u prvom redu jezika i istorije, prepoznavala se težnja ka indoktrinaciji, prije svega omladine, ka uticanju na emocije potenciranje patriotizma, ljubavi prema Crnoj Gori, njenoj viteškoj istoriji, njenom značaju u međunarodnim odnosima i sl. „Decenijama je kroz obrazovanje projektovano poricanje svega što je crnogorsko, a u školskim udžbenicima smišljeno ignorisane činjenice ili su pak iskrivljavane radi negiranja crnogorskog nacionalnog bića, države i suštine crnogorske istorije“ izjavio je tim povodom ministar prosvjete i nauke Crne Gore D. Kujović (*Pobjeda*, 1. decembar 2000, str. 5).³³ Brojne postojeće i novoosnovane organizacije, udruženja, izdavačke kuće, kulturno-umjetničke manifestacije i sl., uz medijsku podršku i prostor koji im je omogućavala vlast, propagandno su djelovali u cilju nametanja i stava o nemogućnosti daljeg života sa Srbijom i o potrebi za osamostaljenjem i izlaskom iz SRJ. Metoda balansiranja na problemu dihotomije crnogorstva i srpstva tekovina je komunističke tehnologije vladanja koju

³² U prilog konstataciji da se prosrpska opozicija u Crnoj Gori postavljala kao zaštitnik prava SPC govori i tadašnja izjava Z. Žižića potpredsjednika SNP-a. „Vaskršnjim ukazom Mila Đukanovića, nekanonska, navodna Crnogorska pravoslavna crkva promovisana je u zastupnika vjerskih osjećanja crnogorske vlasti. U ovom slučaju moglo bi se reći da su našli crkvu gdje će da se mole“ (Press konferencija 3. maja 2000. godine, *Pobjeda*, 4. maj 2000, str. 6).

³³ Ministar Prosvjete u Vladi RCG D. Kujović je još nešto ranije istakao da „kritičko preispitivanje programa i udžbenika istorije nije samo postulat vremena, već oslobađanje od naslaga koje mogu biti zaklon razgovjetnom posmatranju istorije. Nastava istorije je bitan činilac u konstituisanju nacionalnog identiteta i zbog toga se mora osloboditi negativnih stereotipa u odnosu na druge narode koji vode etnocentrizmu“ (*Pobjeda*, 2. februar 2000, str. 5).

iskazuje stav M. Đilasa: „Za Crnu Goru je najbolje stanje ravnoteže. Jer, ona je kao klatno. Ako je gurneš prema crnogorstvu, ona će se vratiti prema srpstvu. i obratno“ (prema M. Bulatović, 2004: 169). Međutim, poslijeratna komunistička elita je povodeći se motom „republika jednako nacija“, nastojala da osnivanjem institucija koje su se bavile proučavanjem i prezentovanjem istorije i kulture Crne Gore daju doprinos isticanju njene samosvojnosti. Institucije, poput Akademije nauka, Univerziteta, Istorijskog instituta, i druge, dale su nemjerljiv doprinos afirmaciji kulturno-istorijske baštine Crne Gore.³⁴ Istorija, kao dio obrazovanja i kolektivnog sjećanja jednog naroda, takođe je predstavljala teren za prikriveno propagandno djelovanje.

Simptomatična je „upotreba“ intelektualaca, raznih publicista, stručnjaka i eksperata za pojedine oblasti, istoričara, književnika, analitičara, ljekara i sl. u potkrepljivanju i davanju legitimiteta određenom političkom stavu, programu, ideji. Tako je do druge polovine 90-tih bilo unosno „igrati na kartu

³⁴ Takođe se i Petar II Petrović Njegoš sagledava kroz prizmu važeće komunističke politike: „Dužni smo da tumačenje njegovog djela, pjesničkog i državičkog, oslobodimo balasti romantičarske i folklorne naivnosti, pravoslavne i građanske mitomanije“ riječi su Veljka Milatovića na otvaranju Njegoševog mauzoleja 1974. godine, (*Pobjeda*, 1. avgust 1974, str. 2). Na V kongresu Kominterne 1924. godine donesena je Rezolucija o razbijanju Kraljevine Srba, Hrvata i Slovenaca i stvaranju nezavisnih republika. Na IV kongresu KPJ 1928. u Drezdenu u Rezoluciji o stvaranju nezavisne Crne Gore stoji: „Partija će najpotpunije pomagati sve akcije masa koje vode ka obrazovanju nezavisne Crne Gore“. Tito iz Pariza piše 1937. godine Milovanu Đilasu u Jugoslaviji: „Nije sada vrijeme diskutovati o tome da li postoji u Crnoj Gori nacionalno pitanje ili ne“ Josip Broz Tito, *Sabrana dela*, tom III, Beograd 1977. str. 140–141“ (prema V. Jovičević, B. Aleksić, *Crnogorsko pitanje*, Svetigora, Cetinje, 2003, str. 8).

srpstva“, zajedništva sa Srbijom, tema o Kosmetu, jugoslovenstva i sl. Početak novog milenijuma je nametao i nove intelektualne obrasce u skladu sa novoproklamovanom politikom vladajuće elite. U tom kontekstu su teme Prevalitane, srednjovjekovne Duklje i Barske nadbiskupije, kraljevine Crne Gore, 1918. i 1919. godine (Podgorička skupština i Božićna pobuna), Petrovdanske skupštine zelenaša 1941, pitanja crnogorske crkve, crnogorskog jezika, crnogorske književnosti i sl, postale veoma „profitabilne“ i zahvalne za eksploataisanje. Podržavanje publikovanja brojnih istoriografskih izdanja koja su se bavila pitanjima iz bliže istorije Crne Gore, njihovim promovisanjem, davanjem u udarnim terminima u medijima mjesta za reportaže sa brojnih tribina, skupova, intervjuva, književnih susreta i sl., nastojalo se svakodnevno uticati na stavove javnosti.

Nakon stvaranja nove politike od razdora u vrhu vlasti 1997. godine nastojala se kreirati nova ideološka matrica i nacionalna svijest. Persuazivna aktivnost za crnogorsku nezavisnost zasnivala se na društvenim, istorijskim i kulturološkim vrijednostima i specifičnostima, putem postepenog uvođenja crnogorskih posebnosti od promjena državnog grba, zastave, himne, izmjene naziva srpskog u maternji jezik u obrazovnom procesu, davanja prostora u javnosti organizacijama poput CPC, DANU i dr. Ko kontroliše prošlost, kontroliše i budućnost. Ko kontroliše sadašnjost, kontroliše i prošlost – jedna je od davno izrečenih sentenci koja bi se mogla uzeti kao adekvatna za karakterisanje pomenutih procesa kojima je na ruku išao uvreženi tradicionalizam.³⁵ Prema Č.

³⁵ „Jer sa stanovišta propagande nije važna teorijsko-saznajna vrijednost ideja (i ideologija), već njihova praktična moć da orijentišu i kontrolišu ponašanja masa.“ (Đ. Šušnjić, *Ribari ljudskih duša*, Beograd, 1997. str. 176).

Čupiću (2002: 155) „tradicionalizam karakteriše zatvorenost zajednice ili društva, jaka grupna homogenizacija (stalno forsiranje osjećaja ugroženosti), orijentacija na primarne grupe (porodicu, bratstvo, pleme, narod, naciju), kolektizam, antiindividualizam i antiintelektualizam“. Davanjem određenog resora, ministarstva, ustanove, preduzeća u svojevrstni „feud“ koalicionim partnerima u vlasti (poput Univerziteta, Direkcije za nekretnine, Aerodroma Crne Gore, Fonda zdrastva i dr – SDP-u), vršeno je, kako po vertikalni, tako i po horizontalni, upošljavanje stranačkih kadrova i snažno indukovanje preko njih željenih stavova i percepcije. Slična tehnologija je primjenjivana na lokalnom nivou od strane opozicionih koalicija. Takođe i korišćenje i potenciranje identitetskih podjela i pitanja korišćeno je za skretanje pažnje javnosti sa većih, aktuelnih problema. Na taj se način, stvaranjem nove, „goruće“ teme, pažnja javnosti odvlačila od nekog ozbiljnijeg pitanja čije su negativne posljedice i konotacije na taj način amortizovane i „stavljane pod tepih“. Tzv. „politički reket“ i svojevrstno „trgovanje informacijama“ (političkim i ekonomskim) koje su često na ivici zakona i etičkih normi. Zadržavanja određenih „vrućih informacija“, njihovo plasiranje kada je to „potrebno“, kreiranje afera, dizanje „medijske prašine“ u svrhe skretanja pažnje javnosti sa važnijih, ali ipak „neodgovarajućih i bolnijih“ tema.

Putem upotrebe prikrivenog propagandnog djelovanja pripreman je, dakle, teren za realizaciju određenih političkih koncepcija i ideja. Vlast je nastojala da u javnosti oformi svijest zahvaljujući kojoj bi te ideje bile podržane i prihvaćene. Sa druge strane, opozicija s obzirom na svoj opozicioni status nije mogla priuštiti sebi toliki prostor za difuznu propagandu, već se prvenstveno fokusirala na vidove otvorene propagande

kojima je nastojala animirati javnost i potencijalne glasače. Vlast se, zahvaljujući logistici i infrastrukturi, kao i svojevrsnoj simbiozi sa brojnim organizacijama i udruženjima sa kojima je povezivao zajednički cilj – osamostaljenje i nezavisnost, mnogo efikasnije koristila difuznim propagandnim djelovanjem. Na ruku joj je išao mnogo širi manevarski prostor, aktivnosti brojnih organizacija koje su se deklarirale kao nevladine, politička podrška i ugled koji je uživala kod relevantnih međunarodnih faktora, oreol demokratske oaze u tadašnjoj SRJ i dr.