

Ненад Перих, Илија Кајтез***

ИДЕОЛОГИЈА И ПРОПАГАНДА КАО МАСМЕДИЈСКА СРЕДСТВА ГЕОПОЛИТИКЕ И ЊИХОВ УТИЦАЈ НА БАЛКАН

Сажетак

Идеолошко и пропагандно деловање спадају међу најефикаснија средства у политици, која се применом дигиталних медија на планетарном нивоу распростиру невероватном брзином. Идеологија подразумева “тврде” циљеве: освајање, контролу и потчињавање људи, држава, региона. У раној фази обично је користила средства чије је дејство било очигледно, да би се полако окретала суптилнијим методама медијске и ПР природе. Отпочињањем хладног рата методе “мекане силе” добијају на значају у европском простору, посебно на Балкану. Један од разлога може бити што је тадашња Југославија структуром била погодна тло измешаних култура, нација, вера, традиције. У стратешком смислу она је деценијама била тампон зона два војно-политичка блока (Варшавског пакта и НАТО-а), али и једна од водећих земаља покрета несврстаних. Рад анализира како је овај процес, добрим делом искристализован управо крајем XX века - кроз процес разградње СФРЈ, и од стране великих сила постао

* Универзитет Метрополитан

** Војна Академија, Универзитет одбране

један од најкоришћенијих у међународним односима, као и његов данашњи утицај на регион Балкана.

Кључне речи: идеологија, политика, пропаганда, медији, геополитика.

Увод

Последње деценије прошлог, али и почетак овог века протичу у пулсирајућем ритму апокалиптичних претњи глобалним тероризмом, нуклеарним оружјем, идеолошким ломовима, биолошким ратовима, несагледивим културолошким и религијским разликама, планетарним загревањем и климатско-еколошким самоуништењем, ограниченошћу природних ресурса и сличним опасностима. Злослутна упозорења водећих светских геополитичких пророка (Френсиса Фукујаме, Збигњева Бжежинског, Хенрија Кисинџера и др.) о *крају историје* или *сукобу цивилизација*, пракса је демантовала на најбољи начин, али се у сенци најављиваних катастрофа одвијао низ дозираних, медијски контролисаних и крвавих верских и грађанских сукоба, праћених насиљем, конфликтима ниског интензитета и селектованом применом механизма заштите људских права.

Низови револуција на источноевропским просторима са политичке сцене одувале су ауторитарни социјализам, динамично мењајући социоекономско окружење и имплицирајући неизвесну будућност. Неке земље брзо су препознале шансу постајући чланице Европске уније, што значи да су своје економије прилагодиле оштрој конкуренцији светских компанија и да су достигле задовољавајући ниво поштовања заједничких вредности. Бугарска и Румунија статусно и економски издвојиле су се од својих суседа, који су споро и неодлучно посматрали шта се дешава, Грчка је доживљавала тектонске поремећаје који су ескалирали незапамћеном дужничком кризом, Турска је још раније изградила референтне економске капацитете смештајући се у евроазијском коридору, Хрватска је у европском предворју у којем чека и Црна Гора, док некадашња југословенска република Македонија, са Албанијом, Босном и Херцеговином и Србијом тек траже своју прилику!¹ Откада је Џон Морит 1794. први пут употре-

1 Србија своје време није добро потрошила: спољни дуг је од „демократских

био појам Балкан за полуострво које се до тада називало на разне начине, а најчешће Наемус,² трају расправе који се географски простор под њим подразумева. Да би избегли идеолошке расправе или пежоративне конотације, у даљем раду набројане државе сматраћемо југоисточном Европом која као регионална целина треба да гради заједнички пут ка европској породици.

Под плаштом плебисцитарне демократије на страниште историје одлажу се читави друштвени системи и идеолошки покрети, док се уз мирис новца, нафте, корупције, војне хегемоније и нескривене политичке ароганције врши даље преобликовање света. Јаз између богатих и сиромашних никада није био већи, а замах технолошких иновација само убрзава распон у њиховој диференцијацији. Међутим, да би се све уочљивије незадовољство јавности прикрило и пажња усмерила ка другим проблемима обликује се нова парадигма владавине, која политичку демократију мења сфером медиократије, потпомогнуте непрекинутим током све отвореније и бескруполозније пропаганде. Глобализација под утицајем политичких, економских, безбедоносних и војних токова креира све брже и моћније алатке комуницирања, раздвајајући реалност од медијски посредованих представа које опчињеним масама пружају могућност да о себи и другима мисле на нов, другачији начин.

Медији су један од механизма који друштву и појединцима омогућава да сагледају себе, околину и свет. “Мноштвом информација јавна гласила свакодневно на невидљивом временском платну сликају нашу садашњост. Та медијска слика индивидуалне, али и шире, друштвене реалности, урамљена је управо количином информација и дометом нашег сазнања.” (Бригс, Кобли, 2005: 112) Међутим, слика коју медији чине не мора се у потпуности поклапати са реалношћу? Понекад је то одступање толико да се медијска слика и стварност разликују у суштини. У новинарству све је теже одвојити истинито од симулираног извештавања, природно од конструисаног. “Инсценирање комуникације током преношења садржаја мења се у смеру обухватне слике дру-

промена“ учетворостручен (преко 30 милијарди долара), а стопа незапослености (30%) међу највишим је у Европи.

2 Morrilt, J., B.S. of Rokeby, *A Grand Tour, Letters and Journeys 1794-96*, ed. G. E. Martin, Century Publishing, London, 1985, str. 65.

штва и свести. У данашњој визуелној култури мас-медија ове представе одређују схватање света, стил и начин живота, друштвено и политичко мишљење и деловање појединаца. Идеологија тако постаје начин представљања, приказивања ликова, слика и реторике, као и појмова и идеја. Као таква, идеологија претходи медијским представама, тј. деловању. Намеће упрошћавање, сужавање, сажимање и сабијање, као и одбацивање различитих аспеката компликованих друштвених односа да би их припремила за масовну потрошњу посредством медија кроз пласирање стереотипа. При томе се не треба руководити идејом да постоји једна идеологија - у стварности обично више њих бива у (медијском) оптицају и надмећу се међусобно.

Постоји више одредница појма идеологија: а) “поистовећивање са скупом свих друштвених творевина тј. са културом, па чак и са друштвеном свешћу, у коју улазе и остали друштвени и психички процеси, а не само духовне творевине. У том смислу облицима идеологије сматрају се и наука и филозофија, и религија и морал, и право и уметност”. Ово одређење је прешироко и уноси много терминолошке забуне. Под другим схватањем идеологија се поистовећује са филозофијом, ”тј. под идеологијом се подразумева једна заокружена и систематизована слика о свету као целини и о положају човека у њему, слика која у оквиру владајуће друштвене класне и групне слике о свету сваки човек ствара за себе и у чијем оквиру и на чијој основи он регулише своју делатност...” Имамо и треће специфично поимање идеологије где се она “одређује као систем судова о вредности света, друштва и човека, и са њим повезаних циљева и норми”. Идеологија се разликује од науке јер је науци основни циљ да трага за истином а идеологији да оствари нечији појединачни, групни, колективни или групни интерес. Идеологија у најбољем случају може да буде примењена наука, док се у пракси подељеној интересима, моћи, положајем и влашћу разликује! Отуда није иста идеологија оних који су на власти и оних који су потчињени, нити идеологија великих сила и држава и оних који су на маргинама света.³

3 Видети шире: *Социолошки лексикон*, Савремена администрација, Београд, 1982. стр. 221. Видети још и: *Енциклопедија политичке културе*, Савремена администрација, Београд, 1993. одредница: Идеологија (Ђуро Шушњић).

Питање које увек интересује научну јавност јесте међуоднос идеологије и друштва, односно публицитета и пропаганде? Да ли геополитичке и геоструктурне промене, укључујући и оне у медијској архитектури траже и адекватан теоријски одговор у информисању јавности? Преноси ли се политички маркетинг и у сајбер просторе, слаби ли моћ националних држава, каква је улога безбедносних служби и колико управљање јавношћу у кризним ситуацијама може помоћи у добијању битке против политичког насиља? Одговори на ова питања су сложени и вишезначни, па зато траже стално преиспитивање улоге и функција медија у извештавању о процесима демократизације, али и прилагођавање стратешких приступа политичком комуницирању као битном сегменту глобалне јавности. Овај рад је покушај да епистемолошка начела примени на концепт медијског извештавања о идеолошким преображајима, при чему аутори полазе од од чињенице да је реч о значајном пропагандном проблему, с низом нијанси комуникационих значења која варирају на начин који је најблискији разумевању масовне публике. Ту није реч о једноставној пропаганди, већ о психолошко-комуникационим акцијама у два правца: првом, да геополитичке активности и промоције центара моћи показују одређену идеолошку субјективност, промоцију аутозначаја и идентификације; и другом: учесници укључени у друштвене промене кроз самопромоцију нових медија, Интернета пре свих, нуде заводљиве програме, идеологије, вредности и моралне дилеме постајући “хероји и узори” или “демони прљавштине и зла”.

Слика или привид стварности?

Идентификујући три врсте односа између медија и политичког система,⁴ Денис Мек Квејл потенцира значај медија у изградњи јавног простора. Он журнализам види кроз улоге надгледања (monitoring role), са нагласком на указивање на догађаје и постављање дневног реда у јавној дебати, подстицања (facilitative role) где новинарство помаже демо-

4 Познати теоретичар врши следећу поделу: либерални (заснован на тржишту), демократско-корпоративни, у коме се интервенцијом владе обезбеђују интереси грађана и такмичарски плурализам (медијска подршка паралелно следи структуру политичке идеологије у друштву). (2007:14)

кратско деловање и грађанску партиципацију, улогу сарадње (collaborative role) у којој патриотизам, културне и друштвене идентификације воде ка кохезији медија и владе, и радикалну или критичку улогу (radical role), са изражено непријатељским ставом новинара, опредељених за интересе супротстављене властима. Бодријаровски „не представљајући, већ креирајући реалност“, савремени медији су одиграли улогу једног од носећих стубова свеобухватног и коренитог преобликовања света, где се кроз медијско пројектовање и усвајање „имица“ који запоседају субјективни живот, овакав модел власти ширио, уз пратеће јавно мњење и реално (финансијско-економско, политичко, идеолошко, културно и војно-безбедносно) „умрежавање“. Неолиберални светски експеримент је, одашиљући идеализоване слике глобализације и идеологизоване представе о индивидуалним путевима еманципације и благостања, прикривао истовремену експлоатацију и пустошење мањих и неразвијених земаља. Прикривало се како процес глобално брендираног „Матрикса“, са типским имицима и обрасцима води у дисциплиновано улетање у мрежу конзумеризма, кредитног ропства и хедонистичког живљења. Тако креирани друштвено-психолошки идентитети у интеракцији са маркетиншки спинованим информацијама обликују јавну сферу, пројектујући даље геополитичке процесе.

Садржаји и жанрови произведени и пласирани од стране западне, понајпре америчке медијске индустрије, који прати одређене идеолошке сукобе и промене, намећу се као једини постојећи или као најквалитетнији, те постају доминантни у скоро целом свету. Борба за контролом над медијима, симболима, значењима, технологијом њихове производње и системима њиховог распрострањања постаје током друге половине XX века интегрални део свакодневне политичке и идеолошке борбе. Концентрација капитала омогућила је да се велики број масмедија нађе у све мањем броју руку,⁵ пре-

5 Пет највећих медијских фирми у свету (Time Warner, Disney, Bertelsman, Viacom i News Corporation) контролише више од половине светске дистрибутивне мреже информација, три највећа светска издавача књига такође су у њиховом су власништву, а ако им се додају компаније PolyGram, EMI и Sony комплетираћете се и списак најмоћнијих музичких продукција. Тек тада схватате да медијске информације, екранске навике и музичке укусе на глобалном

тећи новим облицима информационих монопола.⁶ Тако стижемо до својеврсног парадокса: свет никада није имао више масмедија, али ни завесе јавног простора никада нису биле згуснутије! У таквим условима, јасно је да капитал, односно центри који контролишу проток инфомација обликују и највећи део светског мњења, стварање и усмеравање његових ставова. На тај начин, остале нације, индиректно, преко вести, популарне културе и политичког маркетинга усвајају прикривене идеолошке садржаје, идентитете, погледе на свет. Намеће се закључак да националне и нејаке културе не граде вредносни, идејни, идеолошки поредак и поглед на свет на бази сопствених искустава, већ да по принципу аутоматизма преузимају симболе и идеје које се успостављају, етаблирају и дефинишу у САД. “Знаци теку слободније од ствари. Идеје су, не оружје, промениле режиме Источне Европе. Слободан проток идеја истовремено чини да се многе међу њима боре за простор у нашим главама, што производи збуњеност и нејасан идентитет.” (Ериксен, 2004)⁷

Циљ је променити понашање других особа, тако што се привлачењем њихове пажње производе одређени утицаји и ефекти. Отуда јавне информације чине субјективни исечак стварности чијим преношењем, разменом или прећуткивањем обликујемо јавну сферу, динамизирајући је и конструишући према селективним механизмима медијске моћи. Поредак истине почива на наметању симболичких представа, новој врсти духовног насиља као друштвеног изазова, при чему магнетно поље догађаја у јавном простору чине јавне информације, начини њихове презентације и манипулације.⁸

медијском простору креирају корпоративни цинови који убирајући плодове лукративне економије даље распростиру своју моћ (више у: Вагдикиан, В. Н., *The Media Monopoly*, 1992).

- 6 Деведесет процената међународних вести данас објављују само четири новинске агенције: Јунајтед Прес Интернешенел (UPI), Асошијетед Прес (AP), Ројтерс (Reuters) и Ажанс Франс Прес (AFP).
- 7 Треба наравно подсетити и да су сами режими источних земаља, њихова економска нефефикасност, прегломазни бирократски апарат, државно администрирање у привреди и наметнута им утрка у наоружању били кључни за крах земаља такозваног реалног социјализма али се притом ништа не одузима важности и вредности идејама Запада.
- 8 Савремена цивилизација готово и да не схвата да монопол у стварању духовног простора данас припада масмедијима, односно комуникацијским империјама које снажним технолошким чудима у наше домове уносе слике других

Оставши без конкуренције и идеолошког отпора, глобализам након рушења Берлинског зида бахато креће са покушајима наметања “универзалне” политичке културе и вредности, прекрајајући историју и потискујући у заборав националне особености мањих заједница, али и увек глорификујући сопствени идентитет и значај.⁹ Кључна обележја глобалних медија су: наклоњеност транснационалном капиталу, корпоративном капитализму и неолибералној идеологији, непријатељски однос према социјалдемократима, радничкој класи и националистима, подривање локалних култура, подржавање материјалистичке вредносне оријентације, продукција садржаја који промовишу насиље, неморал, забаву, социјалну патологију, репрезентативну или хибридную стварности.

Осим књижевности и филмске индустрије, која је деценијама уназад систематски конструисала медијске стереотипе (и ауостереотипе) тзв. „добрих“ и „лоших“ момака, везујући их за читаве народе, одређена географска подручја и културе, актуелна подела напустила је образац раздвајања доминантних „вредности“ које се реализују испред и иза тзв. „гвоздене завесе“, намећући нову матрицу поларизовања на тзв. „цивилизоване“, „демократске“ и „либералне“ снаге на једној, и „фундаменталисте“, „националисте“ и „конзервативце“ на другој страни. Некадашње хладноратовске идеолошке поделе данас су превазиђене, односно супституисане оним репрезентацијама *Другог* које се више, у начелу, не успостављају политичким, већ медијским средствима: данас је, наиме, све чешће реч о асиметричним представама о злу, транспонованим у релацију с агресивним, активним и при-

људи. Укидајући географску дистанцу (све се то дешава пред нашим очима) и психичку изолованост (можда ћемо ми бити следећи), они постепено освајају наше слободе, али и мишљења, ставове, навике, моделе понашања. (Јевтовић, *Политикологија религије*, 2007: 102)

- 9 Крајем двадесетог века „Мерцедес“ је уз сваки продати аутомобил поклањао детаљни атлас Европе. Тамо где су називи градова и села који никада нису били у саставу Немачке, састављач је максимално верно преносио њихово исконско звучање, средствима своје абечеде, па макар једно руско или пољско слово преносио са три или четири немачка. Међутим, све се мења када је у питању неки насељени пункт који је некада припадао Немачкој, а данас је у саставу Русије, Пољске, Чешке, Словачке, Француске. Ту су називи на чисто немачком, а када се оловком повуче линија по тим „исконским“ градовима добијају се обресе империје познате као Трећи Рајх (Бушков, А., 2010: „Путин: забринутост за судбину милиона Руса, фељтон“, *Политика*, 25. март, стр. 26.).

митивним. Тако су и негативци у свеприсутним америчким филмовима гравитирали - од Вијетнамаца ка муслиманима, а Срби су, на сличан начин од руских ултранационалиста преузели ту улогу, која се из осамдесетих у деведесетим лако трансформисала: источни народ, бивши комунистичких системи, православци - сви елементи су се поклапали, па се данас и видео игрице праве са негативцима који су пореклом Срби... Требало би на том плану да се уочи и лагани тренд да се у негативни контекст све више стављају Кинези, али на један врло опрезан и суптилан начин јер то је тек прва степенница у вишефазном грађењу релација које ће се у будућности односити на Другог.¹⁰

Некадашња Југославија је у пракси спроводила модел блоковске неутралности, социјалистичке оријентације и “сопственог пута” који је све заразније нуђен као пример земљама у развоју. Тиме је многим засметала јер је представљала светионик који је указивао да мала држава може да очува самосталност и представља значајан геополитички фактор. То је, логично, био камен спотицања у интересима великих сила које су спретно подстичући жеље републичких олигархија да самостално владају испарцелисале јединствени простор, намећући своје идеје, идеологију и обрасце (привредне, политичке, културне и др.). У претходне две деценије Југославија (и одавно Србија као правни наследник) је у значајној мери жртва реализације интереса светске олигархије¹¹ која настоји да ослаби националне системе безбедности и институције државне власти и националног суверенитета (замењујући их међународним правом и институцијама), те уништи националне економске структуре потчињавајући их интересима транснационалног капитала. То се остварује на

10 Азија ће после Исламског света постати поприште идеолошког, пропагандног и сваког другог сукоба вредности али ће Запад ту наићи на велики отпор јер је кинеска култура дубоко укореењена у миленијумску традицију, огроман људски потенцијал и источњачку мудрост религиозно-филозофске природе која ће бити изазов за модел деловања Запада. За очекивати је да модел Запада на овом подручју пре буде заустављен него да буде победоносан, јер су културолошке и идеолошке разлике, као и религијске превелике.

11 Концентрисана у неколико стотина највећих транснационалних компанија које контролишу трећину светске производње, 70% међународне трговине и 80% међународних инвестиција. Према: Јован Б. Душанић, Доларска алхемија и казино економија. Publishing, London, 1985, стр. 65.

различите начине: увлачењем земље у дужничку зависност, подстицањем политичке нестабилности и хаотичног стања (стални притисци и уцењивања), подривањем ауторитета државе и њених институција (влада, парламента, судства, војске и полиције, високих институција пре свега из области привреде и образовања) и брисањем националног идентитета - потискивањем националне свести. Уз деструктивно деловање анационалних идеологија, ти покушаји се односе и на релативизацију устаљеног система вредности и позитивног наслеђа националне историје, корумпирање и деморалисање домаће елите, формирање великог броја невладиних организација (од којих се значајан број обучава, финансира и подржава средствима из иностранства и има анационалну усмереност)¹². Наравно, све побројано је праћено обликовањем јавног мњења кроз средства масовног информисања која се стављају под контролу фактора ван земље. Тиме се јавност, како локална, тако и светска у највећем броју случајева обмањује, наводи и обликује у жељеним правцима. Да би квалитетно вршила функцију друштвене контроле, јавност мора да буде добро информисана, што је хипотетички једноставно јер би мноштво масмедија требало да гради пространу комуникациону арену, по угледу на античке полисе. Међутим, трансакција информација све више се одвија под утицајем прикривених центара моћи, који производњом селектованих догађаја намећу теорију дневног реда (агенде).

Сходно привредном притиску, данас велике силе не само да манипулишу политиком на Балкану, оне гуше и развој домаће политичке сцене у покушајима да политичку елиту учини што зависнијом. Међутим, њихов утицај и идеологија коју шире није ограничен само на политичку елиту. "Веома често и међу обичним народом на Балкану постоји осећај да они сами немају много контроле над сопственим политичким судбинама, да морају да се сложе с оним што велике силе одлуче да је за њих најбоље. Политичко руководство у

12 Оснивање невладиних организација у Израелу изузетно је компликован процес који у свим фазама и потоњем раду веома прецизно прати влада. У овој држави чак постоји НГО Монитор (Non-governmental Organization Monitor), чији је суштински оснивач држава, а бори се против субверзивног дејства других невладиних организација упереног ка Јеврејима и Израелу. Извор: http://en.wikipedia.org/wiki/NGO_Monitor.

Србији је непотребно заглављено између оних који верују да је спас земље везан за НАТО и ЕУ и оних који су отворени за шире савезе, независно од тога да ли су они на истоку или на западу.”¹³ У политичким и војним круговима доста се говори о војној неутралности која се унутар дела политичке елите етаблира као тренутно и средњерочно решење, уз паралелну сарадњу са НАТО-ом (превасходно у оквиру програма Партнерство за мир) и интезивирано везивање са новонасталим силама и консолидованом Русијом. Јасно је да се статус неутралности не може изборити без решеног територијалног питања!

Највећим делом, америчком народу, нити власти, на пример, није стало до поштовања права ирачког народа или Албанаца (на Косову), исто као што вероватно нису баш ни мрзели Садама Хусеина или Србе. Сукоб са СРЈ и два рата са Ираком били су геополитичке природе, зарад остваривања вишеструких интереса, који су добрим делом базирани на трци за ресурсима. Преседан Косова је Америци и Европи добро дошао из неколико разлога, пре свега јер се по први пут мимо одредбе Савета безбедности употребљена сила према сувереној земљи и оснивачу Уједињених народа, а Немачкој да као економски најснажнија земља у Европи поправи свој политички и пре свега војни положај, који је увек био незавидан због сећања на Други светски рат. У том смислу, интересантно је истраживање америчког Фонда за независност у новинарству и Центра за јавни интегритет који су успели да поброје укупно 935 лажних саопштења председника САД и високих званичника америчке администрације у периоду од две године пре инвазије на Ирак, 2003-ће године. У студији се истиче да су неистините приче биле део “оркестриране кампање за придобијање овдашњег јавног мњења, а што је потом Америку, неоснованим поводима, одвело у рат”.¹⁴ Кампања се заснивала на премиси да Ирак поседује нуклеарно оружје и одржава блиске везе са Ал Каидом. Ништа од тога после инвазије није потврђено!

Ако медији пренесу неку вест, она ће формирати одређено мњење. У супротном, неће бити гласа јавности и можда

13 Др Стивен Мајер, „Русија опет кључни играч“, *Политика*, 28. 09. 2008, стр 15.

14 *Политика*, „Лажима до рата“, 23. 01. 2008.

ће неко радити нешто на штету већине а у своју корист. Исто важи и за непотпуно, искривљено или пристрасно информисање. Не говоримо само о цурењу танкера у Баренцовом мору или експлоатисању деце у фабрици неке велике међународне компаније у југоисточној Азији, већ и о усмеравању јавног мњења које подржава одређену политику, потенцијално мењање државних система, ратовима (хуманитарним интервенцијама и сличним изговорима за покретање оружаних сила), окретању главе у страну... У Руанди је тако 1994-те, и поред извештаја које су писали имали УН и Црвени крст, извршен сигурно најсуровији и најрадикалнији геноцид свих времена (за месец дана је систематски мучено и убијено скоро милион припадника једне етничке групе-племена). Истина је обично прва жртва рата, али у њеној сенци често се прикрива да је рат последица – лансиране неистине. Примера је превише, а одговорност неизмерна. Пред јавношћу се, дакле, намеће задатак да буде самосвесна у креирању својих преференција и ставова, јер се од дела креатора информативно-пропагандне политике не може очекивати повлађивање било чијим циљевима ако нису у коегзистенцији са њиховим.

Слична кампања остварена је током 1998-е, на премиси масовних егзодуса Албанаца са Косова и наводног злочина у Рачку. У оба случаја “спин докторима“ није било претерано тешко да спроведу своје намере, јер су Ирачани и Срби доста дуго у западној јавности егзистирали као “дежурни кривци”. Томе је придодато свођење српске историју искључиво на лаж и митоманство, што опет спада у покушај да се конструише нека нова историја, погодна одређеним центрима моћи којима је српски народ сметао у прошлости. Небитно је било што се балканска стварност и прошлост мало подударала са шаблонизираним црно-белим етикетирањем. Центрима светске моћи је свеједно за истину јер ако се она не слаже са њиховим замишљеним планом тим горе по њу!

Закључак

Чини се да је разбијање СФРЈ био финализација свеколиких напора који су се у последњој фази могле и протумачити као нешто што су велике силе схватиле као експеримент, уз ширење утицаја САД на Исток (постављање огромне базе Бондстил на територији Косова и Метохије-простору богатом рудама и водом)¹⁵ и још један корак ЕУ (односно њених предводника) у унифицирању континента, а нарочито Балкана, кроз формирање више малих држава које су подложне утицају, ако не и комплетној контроли. Земље Балкана, уопште, морају да схвате да границе нису свете, да моћ Запада није оно што је некада била и да не би требало да (добровољно) подлегну спољним притисцима. При томе треба имати на уму заокрет у америчкој унутрашњој и спољној политици условљен унутрашњом економском кризом и промењеном сценом на глобалном економском, војном и политичком плану, затим активније учешће на светском економском, политичком и културном плану држава као што су Русија, Индија, Кина, Бразил, и евентуално ревидирање глобалне политичке парадигме.

Очекивања да ће са слабљењем државе доћи до одумирања политичке власти¹⁶ пракса је брзо демантовала, али показујући све већу жељу нових елита за контролом медијских садржаја, јер се њима све више уређују односи међу људима. Поплава медијске фикције о демократизацији на кратко даје резултате, али након друштвеног отрежњења схвата се да је у пракси само дошло до функционалне замене, јер је монопол државе замењен суверенитетом тржишта. Легитимитет либералне демократије тако улази у кризу пошто диктатура капитала све више отуђује носиоце друштвеног одлучивања, производећи олигархизацију и елитизацију формално демократских институција, чиме се смањује учешће грађана у јавном животу.

На просторима Балкана и југоисточне Европе видљиво је како утицајни медијски играчи инкорпорирају технолошке

15 Уз више база у земљама бившег комунистичког лагера. Прим. аут.

16 Хабермас, 2005.

тековине, као што су интернет и сродне метамедијске мреже у своје империје, минимализујући демократске потенцијале нових технологија. Предвиђања према којима ће будућност интернета одлучивати степен глобалне умрежености, несумњиво најављују нову врсту комуникацијских неједнакости између и унутар балканских нација, али и снажење пропагандних инструкција у биткама за јавни утицај и политички притисак.

Детерминисање и стварање доминантне државне идеологије (са свим могућим елементима) је, суштински, неопходно због обезбеђивања несметаног развоја и функционисања народа, државе. Уз ово се подразумева, по установљавању, њена динамичност и довољна у односу на константна геополитичка, друштвена, привредна, социолошка, медијска, правно-законодавна и друга релевантна, кретања. Медији креирају стварност, тј. оно што јавност прихвата као такву. Пошто медије углавном контролишу финансијски центри моћи онда медији износе њима пожељне идеје и утичу на прихватање или промену ставова јавности. Можемо се запитати шта у таквом случају преостаје малим земљама? Поред нечега што је и циљ сваке државе: политичко и економско јачање, као императив намеће се и медијско јачање. Оно се може и мора вршити на више нивоа: техничком, институционалном и образовном. Правилном поставком и вођењем одређене идеологије омогућава се лакше и ефикасније комуницирање са другима—глобалном заједницом чија је подршка једна од основа за напредак, а у одређеним случајевима и егзистенцију самог народа. Под овиме се не мисли само на креирање сопствене идеологије која је здрава и дугорочно одржива, већ и борба против оних које негативно утичу на народ, државу и њене системе. Одложене реакције, иако понекад пожељне, често могу да угрозе мишљења и ставове народа, рејтинг институције или система, владе, тако да је брзина деловања један од императива наметнутих од стране информатичко-комуникационе ере.

Литература:

- Бал, Ф., *Моћ медија: мандарин и трговац*, Клио, Београд, 1997.
- Bagdikian, V. H., *The Media Monopoly*, Boston: 5th Edition, XIV - XVI, Beacon, 1997.
- Бодријар, Ж., *Симулакруми и симулација*, Светови, Нови Сад, 1991.
- Chomsky, N., *Beyond National Sovereignty, Interational Communications in the 1990s*, Greenwood Publishing Group Inc., 1993.
- Chomsky, N., *On Power and Ideology: the Managua Lectures*, South End Press, 1987.
- Chomsky, N., *The Myth of the liberal Media: An Edward Herman Reader*, Peter Lang Publishing Inc., 1999.
- Chomsky, N., *The Spectaculars Achievements of Propagan-da, Seven stories*, New York
- Едвард С. Х., Роберт В. М., *Глобални медију*, Клио, Београд, 2004.
- Foyle, D., „Public Opinion and Foreign Policy: elite beliefs as a mediating variable“, *International Studies Quarterly*, 41, 1997.
- Јевгениј Примаков, *Свет без Русије? (чему води политичка кратковидост)*, Службени гласник, Факултет безбедности, Београд, 2010.
- Habermas, J., «Concluding comments on empirical approaches to deliberative politics», *Acta Politica*, 40, 2005.
- Holsti, Ole R., „Public Opinion and Foreign Policy: Challenges to the Almond-Lippmann Consensus“, *International Studies Quarterly*, 36 (4) 1992: 439-466.JX1
- Јевтовић, З., „Масмедијски преображај тероризма и религије у глобалном поретку“, *Политикологија религије*, Центар за проучавање религије и верску толеранцију, Београд, бр. 1/2007.
- Капо, Џ., *Будућност оглашавања*, Футура Медиа, Сарајево, 2004.
- Квејл, Д. М., „Улоге медија у друштву“, *ЦМ*, бр. 3, год. II, стр. 5-16

- Келнер, Д., *Медијска култура: студије културе, идентитет и политика између модернизма и постмодерне*, Клио, Београд, 2004.
- Livingston, S., „Beyond the CNN Effect: The Media-Foreign Policy Dynamic“, in P. Norriss (ed) *Politics and the Press: The News Media and Their Influences* (Boulder, CO: Lynne Rienner), 1997, str. 291-314.
- Мајер, Д., «Русија опет кључни играч», *Политика*, 28.09.2008, стр. 15.
- Paletz, L. D., Entman, R., *Media, Power, Politics*, Free Press, New York and London, 1981.
- Rampton, S., Stauber, J., *Wepons of Mass Deception: The uses of Mass Media in Bush's War on Iraque*, Pinguin, New York, 2003.
- Robinson, P., «The CNN Effect: can the media drive foreign policy?», *Review of International Studies*, April 25 (2) 1999, str. 301-309.
- Српска политичка мисао*, период 2005-2008
- Nacos B., Shapiro, R. and Isernia, P., eds., *Decisionmaking in a Glass House: Mass Media, Public Opinion, and American Foreign Policy in the 21st Century*, Boulder, CO: Rowman & Littlefield, 2000.
- Sobel, R., *The Impact of Public Opinion on US Foreign Policy*, Oxford University Press, 2001.
- Томас, Е., *Тиранија тренутка*, Паидеа, Нови Сад, 2004.
- Virilio, P., *Strategy of Deception*, Verso, London, New York, 2007.
- Шушњић, Ђ., *Рибари људских душа*, 3. изд., НИРО “Младост”, Београд, 1990.

Nenad Peric, Ilija Kajtez

*IDEOLOGY AND PROPAGANDA AS MASS
MEDIA MEANS OF GEOPOLITICS AND ITS
INFLUENCE UPON BALKAN*

Resume

Ideological and propagandistic activities are among the most efficient means in politics, which are being spread worldwide on incredible speed through digital media. Ideology means “hard” goals: conquest, control and subdual of people, states and regions. In early phase it has usually used the means whose effect was obvious, and then it started to use more subtle media and PR methods. After the commence of the Cold war, methods of “soft power” gained significance in the European space, especially in the Balkan. One of the reasons is found in the fact that former Yugoslavia by its structure was a fertile ground of the mixed cultures, nations, religion and tradition. In strategic sense, it has been a buffer zone between the two military-political blocks (the Warsaw pact and NATO) for decades, but also one of the leading countries of the non-alignment movement. The paper analyzes how this process has been crystallized precisely at the end of XX century – through the process of decomposition of SFRY, by great powers, and how in become one of the most used in international relations, as well as its current influence upon the Balkan region. Key words: ideology, politics, propaganda, media, geopolitics.

Овај рад је примљен 25. јуна 2013. године а прихваћен за штампу на састанку редакције 2. септембра 2013. године.