

УНИВЕРЗИТЕТ У БЕОГРАДУ

Тероризам, организовани криминал и безбедност



Мастер рад

**СУБВЕРЗИВНА ПРОПАГАНДА КАО ЧИНИЛАЦ
УГРОЖАВАЊА БЕЗБЕДНОСТИ ДРЖАВЕ**

МЕНТОР:

**др Радомир Милашиновић,
редовни професор**

КАНДИДАТ:

Тања Јаковљевић 77/2015

Београд, Април, 2017.

Изјава о академској честитости

Својим потписом гарантујем да ћу се у току студија, а нарочито у току израде мастер рада, у потпуности уздржати од плагирања, односно копирања туђих идеја и њиховог презентовање као сопствених, без одговарајућег признавања ауторства.

Разумем да копирање туђих идеја може бити извршено из књига и часописа и података који могу бити представљени у табелама, дијаграмима, дизајну, плановима, фотографијама, филму, музици, формулама, веб сајтовима, компјутерским програмима и на други начин. Јасно ми је да плагијат такође укључује и представљање, употребу и дистрибуирање рада предавача или других студената као сопствених.

Свесна сам да намерним присвајањем идеја других и приказивањем као сопствених чиним повреде Закона о ауторском и сродним правима, као и других закона и одговарајућих аката Универзитета у Београду.

У Београду, 07.04.2017.

Кандидат: Тања Јаковљевић

Број индекса: 77/2015

Потпис студента _____

САДРЖАЈ

УВОД	2
1. СУБВЕРЗИВНО УГРОЖАВАЊЕ БЕЗБЕДНОСТИ ДРЖАВЕ	3
2. ПРОПАГАНДА КАО ЧИНИЛАЦ УГРОЖАВАЊА БЕЗБЕДНОСТИ ДРЖАВЕ	9
2.1. Појмовно одређење пропаганде	9
2.2. Дефинисање пропаганде	12
2.3. Основне пропагандне технике и средства	14
2.4. Принципи, врсте и елементи пропаганде	16
2.5. Утицај пропаганде на формирање људских ставова	21
3. СУБВЕРЗИВНА ПРОПАГАНДА	24
3.1. Сличности и разлике са другим сродним појмовима	25
3.2. Носиоци и снаге субверзивне пропаганде	32
3.2.1. Обавештајне службе	35
3.2.2. Верске заједнице	40
3.2.3. Невладине организације	41
3.3. Финансирање субверзивне пропаганде	50
4. ПРИМЕР СУБВЕРЗИВНЕ ПРОПАГАНДЕ НА СРЈ	54
5. МЕРЕ СУПРОТСТАВЉАЊА И СПРЕЧАВАЊА СУБВЕРЗИВНЕ ПРОПАГАНДЕ ..	69
ЗАКЉУЧАК	78
ЛИТЕРАТУРА	82

УВОД

Субверзивана пропаганда се најчешће дефинише као смишљена, планска и организована активност усмерена према грађанима једне државе у земљи или иностранству ради њиховог придобијања за политику и циљеве супротне од основних вредности, ради стварања неповерења међу грађанима, отпора, идеолошке и политичке опозиције као и ради угрожавања и рушења уставом утврђеног поретка. Ова активност садржи пласирање пажљиво селектованих информација, вести и саопштења, растурање разних часописа и филмова са непријатељском садржином, затим организовање разних скупова и трибина и састанака са политичким истомишљеницима, организовање разних акција претњом силе, вршење утицаја на пласирање информација у јавност, при чему се настоји да се максимално искористе позиције у средствима масовних медија.

Субверзивна пропаганда заузима посебну пажњу и ову активност обавештајне службе реализују самостално или уз помоћ других институција. Постојали су периоди кад се самом силом нису могли реализовати одређени стратешки интереси, и тада је и обавештајној служби припојена ова функција, која подразумева овладавање свешћу појединаца или маса, како би се без већих проблема могло лакше каналисати њихово понашање у жељеном правцу одређене државе. Субверзивна пропаганда претходи свим другим дејствима, а често је и једини инструмент којим се реализује жељени циљ. Због тога што ове специфичне и деликатне активности повлаче са собом и опасност од компромитације одређене земље, осуде јавног мњења и губљења угледа, њихово спровођење је поверено обавештајним службама, јер уколико дође до откривања целог процеса, држава ће сву кривицу пребацити на обавештајне службе. Увод у субверзивну делатност увек је темељно анализирање целокупне проблематике, где учествују различите институције, које финансирају обавештајне службе, ради прибављања поузданих, научно утемељених сазнања и информација на основу којих би одредили сопствене поступке. Овакву привилегију поседују искључиво обавештајне службе најразвијенијих земаља, нарочито оних које имају хегемонистичке претензије, тј. тежњу ка доминантним положајем у светском поретку.¹

¹ Милашиновић, Радомир, Терор Запада над светом, Савремени механизми разарања и потчињавања суверених земаља и народа, Идиј-Ветерник, 1988.. стр. 103

Субверзивно пропагандна активност, као посебан облик и најчешће примењивана непријатељска делатност, има своје специфичне методе изражавања и одвијања мада је најчешће пратеће средство у односу на укупност непријатељских манифестација и главна средства преко којих се изводе. С правом је констатовано: „Пропаганда није замена за оружане снаге, она их само допуњава." Чињеница је да се пропаганда увек спроводи у комбинацији са другим активностима: политичким, идеолошким, обавештајним, економским, војним, психолошким итд. и да је само „формацијски" организована на самосталним основама. Таква укупност активности, са варијацијама у конкретној садржини, у многим земљама има своје посебно терминолошко одређење (у САД: „међународна политичка комуникација" и „специјални рат", у појмовној варијанти Пентагона, Великој Британији: „политички рат" итд). Оваква терминологија се често избегава у јавности, осим у ретким изузецима када се говори о делатности противника, али је скоро одомаћена у интерној употреби и за сопствену активност.

За овакву укупност субверзивне активности код нас још није усвојен јединствени термин. Покушало се са преузимањем америчке кованице „специјални рат", али се тај термин више односи на војну садржину и не одржава сву ширину непријатељске активности. Такође се баратало метафорама „V и VI колона", али се ти термини више односе на носиоце, а не и на методе и форме непријатељске активности, као и на њихову садржину.

У анализи, због тога, постоји тешкоћа строгог одвијања посебних метода и форми пропагандно субверзивне активности у ужем смислу, од других са којим је комбинована у садржинском и формалном комплексу. Неки од метода су специфични, па и типични за њено испољавање, док су други заједнички и за више различитих облика непријатељске активности. Нагласак је на коришћењу средстава јавног информисања, контактима са грађанима, коришћењу билатералне сарадње и неке друге облике.

Све ово носи опасност за безбедност сваке земље, сваког народа и сваког човека у свету и даје овом проблему посебно значење и вредност, што уједно представља и проблем теоријске анализе у оквиру овог рада.

1. СУБВЕРЗИВНО УГРОЖАВАЊЕ БЕЗБЕДНОСТИ ДРЖАВЕ

Ослабити једну државу или је навести да спроводи своју политику у туђем интересу без директне примене силе, попут ратова, одувек је била намера многих светских владара. Бројне завере, атентати важних политичких личности, мере слабљења туђе економије, подржавање опонената власти, тајни савези противника, ширење стереотипа, пропагандно деловање све то и још много сличних облика деловања наука је сврстала под један појам, а то је субверзија.

Због своје конспиративности и тешке препознатљивости тешко је дати јединствену дефиницију субверзије. Због своје свеобухватности предмета и начина деловања бројни политички аутори су давали само опширне уопштене дефиниције трудећи се да бар тако обухвате читав њен обим деловања. Такође многи аутори своје дефинисање субверзије изводе из њених практичних оквира и као њен синоним користе термин тајна акција. Тако рецимо Џефри Ричелсон под субверзијом/тајном акцијом подразумева „било које операције или активности, планиране са циљем да остваре утицај, на стране владе, личности или догађаје, у подршци или помагању владиних спољнополитичких циљева.“²

Недостатак овакве дефиниције је у томе што субверзију своди само на остваривање утицаја у земљи непријатеља зарад остваривања властитог интереса. Сличну дефиницију дала је и ЦИА која је субверзивне методе готово уврстила у свој најучесталији метод борбе. Према њиховом одређењу може се одредити као „било које тајне операције или активности одређене за остваривање утицаја на стране владе, организације, појединце или догађаје.“³

Домаћи аутори попут Смиље Аврамов по узору на америчке колеге дају сличне дефиниције такође изједначавајући субверзију са тајним акцијама. Тако поменута ауторка субверзију види као „процес навођења једне владе на одређени курс путем тајних операција на војном, политичком, економском и научно-уметничком подручју,

² Бајагић Младен, Обавештајна активност и спољна политика, Студија случаја САД, Београд 2004. стр.85.

³ Fain, Turus G, The Intelligence Community: History, Organization and Issues, New York: R.R. Bowker Company, 1977. p 675.

представљају тотално игнорисање правних и етничких стандарда, и да се по свом садржају могу сврстати четири главне групе: пропагандне, економске, политичке, паравојне акције. Најважнија карактеристика ... је да улога владе остане невидљива и да се искључи свака њена одговорност.“⁴

За разлику од ње Тодор Марковић субверзију види као амерички модел меког ратовања који не узрокује непосредне личне губитке и материјална разарања већ само подршку и финансијску помоћ појединцима и опозиционим организацијама у њиховој борби за власт као и пропагандно-политичке и психолошке активности, економске операције и сл.⁵ Недостатак ове дефиниције је у томе што она занемарује и пропушта да нагласи њен насилан карактер.

Корак даље отишао је Милан Мијалковски за кога субверзија обухвата „комплекс планских, организованих, повремених или систематских офанзивних, и најчешће перфидних мера и активности (пропаганда, индоктринација, саботажа, тероризам, изазивање конфликта и др.) које синхронизовано предузимају првенствено обавештајне службе једне државе против друге државе или против недржавних колективитета с циљем да омаловаже, дестабилизују, модификују, уруше или униште једну или све виталне вредности противничке стране.“ Такође, он даје и дефиницију извршиоца субверзивних радњи одређујући га као субверзиоца који „организује, усмерава и реализује, непосредно или уз помоћ агентуре, специјалне акције и операције против објекта интересовања“⁶. Недостатак ове наизглед прецизне дефиниције је у томе што у први мах не карактерише субверзију као облик политичког насиља већ као једну од сложених метода рада обавештајних служби.

За сада можда најцеловитију и најпрецизнију дефиницију субверзије као савременог облика политичког насиља изнео је професор Симеуновић који субверзију дефинише „Као сложени облик институционалног насиља које карактерише индиректна и директна примена силе, субверзија се може дефинисати као настојање и реализација

⁴ Бајагић Младен, Обавештајна активност и спољна политика, Студија случаја САД, Београд 2004. стр. 83.

⁵ Марковић, Тодор, Специјалне акције и операције обавештајних служби САД, Војно дело, бр. 3-4 (1999.), стр. 17-18.

⁶ Мијалковски, Милан, Обавештајне и безбедносне службе, Службени гласник, Факултет Безбедности, Београд 2009. Стр.62.

настојања максималног продора таквих глобалних идеолошких, економских и културних образаца и односа, и по укупан профил друштва битних друштвених и привредних усмерења (као и парцијалних попут начина војне обуке, тржишне оријентације и сл.) све до начина индивидуалног и колективног живљења (потрошачки менталитет) који омогућавају реализацију стратешког циља носиоца субверзије, у одговарајуће поре друштва-објекта субверзивне пенетрације.⁷

Оно што је стратешки циљ сваке субверзије јесте дестабилизација одређеног друштвено-политичког система изнутра. Систем се дестабилизује суптилним рушилачким техникама продирујућег карактера којима носилац субверзије „може у првом реду без војне интервенције, међународне осуде и уопште последица, а са релативно малим материјалним улагањима и незнатним људским губицима или без њих, реализовати своје стратешке, политичке, привредне и војне интересе према објекту субверзивне пенетрације, или у мери да се услед слабљења одбрамбеног потенцијала објекта субверзије знатно може олакшати, како директна војна интервенција земље носиоца субверзије, тако и превратничка политичка акција одређених политичких структура и снага унутар земље објекта субверзије, чије политичке активности воде остваривању циљева истоветних са циљевима носиоца субверзије.⁸

Субверзивно деловање због своје заснованости на директној или индиректној примени силе над политичким системом једне државе и његовом структуром (објекта субверзије), а од стране њеног политичког противника, најчешће друге државе (носиоца субверзије) сврстава субверзију у редове политичког насиља. Основна одлика субверзивног деловања јесте конспиративност. Конспиративност је неопходан елемент како би се пре свега прикрила чињеница да иза датог акта насиља стоји друга суверена држава, која инспиришући, подржавајући па и организујући дати акт, индиректним путем жели остварити неки од својих интереса. Сваки носилац субверзије жели прикрити своју умешаност првенствено због могуће своје јавне компромитације као и осуде међународне јавности.

⁷ Симеуновић Драган, Политичко насиље, Радничка штампа, Београд, 1989. Стр.134.

⁸ Исто, стр. 135.

Само постојање конспиративности, тајно планирање као и извођење субверзију сврстава у ред завереничких начина политичке борбе. Завера се најбоље може одредити као „организована конспиративна акција коју са циљем остварења тајно договореног и брижљиво припреманог плана, тајно или јавно изводе одабрани и у завереничку групу или организацију чврсто повезани актери завере.“⁹

Сама чињеница да се субверзивне радње не могу изводити *ad hoc* већ да су то добро припремљене, организоване тајне акције, од стране политичких структура противничке државе, субверзији дају епитет сложених облика политичког насиља

Као елементе субверзивне акције као облика политичког насиља можемо издвојити: план који показује да није реч о бесциљној и стихијској радњи већ да се ради о добро припреманој акцији са конкретно дефинисаним циљем који се жели њоме постићи; организованост омогућава прецизно извођење планиране акције, ово је уједно и најдужи процес јер подразумева прикупљање свих неопходних података о објекту субверзије, њихову анализу, обуку и евентуалну помоћ непосредних извршилаца, а потом прављење и осмишљавање саме акције; деловање подразумева непосредно извођење одабраног субверзивног акта, оно је увек ограничено што због околности, средстава, дате ситуације у којој се изводи тако и због средстава, обучености непосредних извршилаца итд.; и као четврти елемент можемо издвојити стабилизацију, то подразумева период након успешног извођења субверзивних радњи у којем долази до стабилизације система, инфилтрирања и постизања политичких циљева носиоца субверзије.

Успешност субверзивног деловања зависи од одабира примерених метода за дату средину, па тако субверзивне активности иду од оних теже видљивих попут шпијунаже и саботаже до оних видљивих као што су тероризам и диверзија. У циљу реализације тајних акција усмерених према другим државама, носиоци субверзије настоје да пронађу у њима личности од друштвеног утицаја који ће свесно или несвесно радити на остварењу њиховог интереса. То су обично личности од политичког, привредног, војног или научног утицаја и угледа јер је много лакше и деловати на њих (најчешће је то

⁹ Симеуновић, Драган, Политичка теорија-ридер- I део, Удружење „Наука и друштво“, Београд, 2002. стр. 175.

корупцијом) него радити на директној индоктринацији масе. Разлози за то су следећи: конхерентнији су као слој и лакше је изградити технику приступа; читав систем лакше и брже иде у жељеном правцу њиховом обрадом; са финансијског аспекта много су мањи трошкови за њихову „обработку“ него за обработку масе, а резултати које дају су готово подједнаки. Како је заједништво једна од највећих препрека субверзије као технике друштвеног расцепа јављају се:

1. Расцеп у политичким, привредним, војним, научним и културним врховима датог друштва
2. Расцеп између одређених врхова (нпр. између политичких и војних или научних и политичких)
3. Расцеп одговарајућег врха и базе (нпр. политичког или привредног руководства и базе)
4. Расцеп у бази друштва (између одређених друштвених група коришћењем међунационалних или религиозних проблема, али и раслојавање путем социјалних разлика).
5. Ове технике расцепа се примењују посебно или комбиновано, а некада успешно остварење једне од варијанти представља предуслов за остварење других.

Како непопуларне владе теже да све противрежимске покрете прогласе субверзивним треба имати у виду да субверзивне групе искључиво делују по интересима налогодавца, па се када је то у њиховом интересу изненада и примире. Ово треба нагласити из разлога јер аутохтони противници власти могу имати само симпатије према иностранству, а ови им могу бити наклоњени и то може бити све што стоји иза њиховог међусобног односа. Те стога морамо бити обазриви када једну групу проглашавамо субверзивном, то не можемо рећи само зато јер ужива симпатије страног фактора.¹⁰

До покретања субверзивних акција долази када дипломатске методе више не дају задовољавајуће резултате, а коришћење војних снага у вођењу широких ратних

¹⁰ Димитријевић Војин, Стојановић Радослав, Међународни односи, Службени лист СФРЈ, Београд 1996. стр.324

операција представља нерационалан метод за постизање жељеног циља. Због тога носиоци субверзије покушавају разним субверзивним каналима продрети у систем објекта субверзије, ослабити његове основе и тако остварити неке од својих циљева. Субверзивни канали представљају пут којима се планови носилаца субверзије инфилтрирају у системе објекта субверзије. Слично као и технике друштвеног расцепа и канали субверзије не искључују један другог него се међусобно преплићу. Они могу бити:

1. Идеолошко-културни канал (продор идеологије, културе, језика).
2. Привредни канал (различити облици стварања економске, а тиме и политичке зависности кроз низ репресивних економских радњи).
3. Војни и обавештајни канал (од везивања путем куповине оружја до војно-полицијске обуке, или до стварања разнородних савеза и уговора о помоћи).¹¹

Планирање, организовање и извршавање субверзивног деловања најчешће се поверава обавештајним службама, разним оружаним формацијама, министарствима итд. али сарадња са политичким врхом државе представља неизоставни елемент сваке акције посебно када је реч о плановима и дефинисању жељених циљева. Велика финансијска средства, све ужа специјалност деловања, усавршавање техничких достигнућа комуникације, праћења, софтверских система наоружања итд. допринели су да овај вид борбе постане још савршенији у постизању жељених резултата што га данас засигурно може сврстати међу најпримењеније облике политичке борбе.

Имајући у виду анализу појма и суштине субверзивног деловања, о опасностима и последицама које она носи за собом као и циљеве који се желе постићи у наредним поглављима рада теоријски ће се обрадити облик насиља који је у спољнополитичкој пракси држава на међународном плану најчешћи, а то је пропаганда као облик насиља који под одређеним условима превазилази своју суштину и постаје моћно оружје у рукама носилаца субверзије којима теже да остваре своје интересе.

¹¹ Симеуновић Драган, Политичко насиље, Радничка штампа, Београд, 1989. Стр.138

2. ПРОПАГАНДА КАО ЧИНИЛАЦ УГРОЖАВАЊА БЕЗБЕДНОСТИ ДРЖАВЕ

2.1. Појмовно одређење пропаганде

Пропаганда је намерни и систематски покушај обликовања перцепције и манипулисања спознајом и понашањем у циљу изазивања реаговања које је у интересу пропагатора.¹²

Пропагандна делатност, као облик друштвене комуникације, стара је колико и сама људска комуникација. Пропагандна комуникација као саставни део сваке људске комуникације, својим деловањем, тумачењем и коришћењем оставља снажан траг развоју људске цивилизације. У најранијим људским заједницама, пропаганда је коришћена за саопштење важних информација, или помоћу разних симбола и рудименталних гласовних знакова, наметан је образац понашања припадницима заједнице у култним верским обредима, који су се касније у облику предања и легенди, преносили са колена на колено. У античко доба, пропагандна комуникација је схватана као реторичка вештина говорника, док се средином 20. века сматрало да је пропаганда научно заснована управљачка полуга владајућих кругова модерних држава, путем које се могу контролисати сложени друштвени процеси.

Термин пропаганда потиче од латинске речи, *propagare*, што у преводу значи распростирање, ширење, односно схваћено у ширем смислу преношење идеја и ставова. Појава појма пропаганде у значењу под којим га данас подразумевамо везује се за 1622. годину када је дошло до верског раскола у католичкој цркви. Папа Гргур XV је те године основао чувену *Congregatio de propaganda fide*, конгрегацију која је била задужена за ширење вере и мисионарски рад. Тада је пропаганда ушла у употребу као верски појам, а потом је све више употребљавана као термин за означавање нових и разноврсних друштвених појава и активности, али такође и за означавање метода, техника и циљева. Ова вишезначност, довела је до не постојања сагласности међу теоретичарима у погледу дефинисања пропаганде. У неким земљама је чак дошло до увођења сличних термина са специфичним значењем.

¹² Jowett, Garth; O'Donnell, Victoria (2006). *Propaganda and Persuasion*. Sage. стр. 7

Како наводи и П. Остојић, реч пропаганда поникла је у доба реформације и коришћена је у „верске сврхе, а доцније у политичке, културне и друге. У ширењу вере и свим реформаторским покретима пропаганда је била главно средство убеђивања и борбе. Историја из првог доба хришћанства пуна је примера пропаганде, нарочито у виду симбола (крст је означавао идеју пожртвовања).¹³

Први светски рат и пропагандни напори који су улагани од стране свих учесника, углавном се у савременој литератури узимају као прекретница у третирању пропаганде као осмишљене и организоване комуникације, којој се придаје озбиљан значај у освајању економских, политичких и ратних циљева¹⁴. Тада се пропаганда најчешће, и у најширем смислу, дефинише као ширење и распрострањавање пожељних идеја, мишљења и ставова често уз коришћење лажи и искривљених чињеница.

Многе заблуде и претеривања у вези њеног утицаја и начина деловања управо тада постају модерни митови, који су се задржали до данас. Једна од тих заблуда је и широко распрострањено мишљење да је пропаганда нека врста тајног научног метода у испирању мозга људи. Многи људи и данас верују да је то тачно и да су жртве разних експеримената, које владе, или њихове тајне организације (ЦИА, КГБ), предузимају како би остваривале своје скривене циљеве. Ове теорије завере везане за пропаганду никада нису изгубиле на актуелности и на занимљив начин говори о актуелности теме.

У теорији и пракси која се бави феноменом пропаганде, честа је појава читавог низа разнородних термина и појмова који понекад збуњују оне који су заинтересовани за боље разумевање функционисања пропаганде. Тако се као ознака за ову специфичну форму комуникације често могу наћи изрази као што су убеђивање, утицај, реклама, економска пропаганда, политички маркетинг и сл.

Узрок овако разноликој терминологији није само незнање или неразумевanje феномена, већ и тачка гледишта појединих аутора, који проучавању пропаганде приступају из одређеног уског угла (на пример са тачке гледишта социјалне психологије, класичног економског маркетинга).

¹³ Остојић, Ив. Петар: „Пропаганда“, Библиотека ратника, ГП „Просвета“ АД, Београд, 1940.

¹⁴ Британска колонијална освајања у Азији и Африци почетком XX века, Руска револуција и касније Стаљинов режим, затим нацистичка владавина и Хладни рат представљају темеље практиковања модерне пропаганде какву данас познајемо.

Такође, не треба заобићи ни свесну жељу појединих аутора да се пропаганди, као таквој, ублажи или уклони негативни предзнак и она објасни као друштвено пожељан и прихватљив феномен, у најширем смислу речи. Тако се може лако уочити да се овај појам различито употребљава у различитим ситуацијама - рецимо термин пропаганда јесте прихватљив када су у питању ратне околности, деловање политичких противника, или неприхватљивих верских секти и култова са једне стране, док се рецимо пропаганда у сфери економије назива убеђивањем, оглашавањем, или рекламом.

У том смислу, када се говори о дефиницијама пропаганде тешко да се може избећи разматрање односа између пропаганде и убеђивања, термина који је релативно нов, нарочито у употреби у литератури која се појавила средином прошлог века. Наиме, многи савремени аутори инсистирају на употреби појма „убеђивати“, што према њиховом схватању представља облик комуникације различит од пропаганде, у класичном смислу те речи, и односи се на позитиван исход и „добре намере“ ове активности, као и на начин комуникације која се не служи лажима, искривљавањем истине и манипулацијама.

Пропаганда у суштини користи веома сличан комуникацијски модел као и сваки други процес комуницирања, с тим што поседује одређене посебне технике и моделе, које је битно разликују од класичне размене информација.

Пропагандна комуникација може бити *отворена*, у форми рекламних порука, односно отворених позива за делање у неку одређену сврху или, што је чешћи случај, *прикривена*, када покушава да искористи легалне начине комуникације за своје потребе.

У процесу комуникације, пропаганда може деловати као самостално осмишљена и реализована пропагандна кампања за одређену сврху (рекламне, политичке, хуманитарне, итд), или коришћењем легалних извора информација, као што су медијске мреже, институције различитих профила које објављују „вести“, или саопштења за јавност, у различитим облицима и формама.

За пропагандну комуникацију је, такође, карактеристично да се у случајевима отворене пропаганде, као посредници, углавном, појављују специјализоване агенције, или појединци, који креирају и реализују ову врсту комуникације својих клијената са окружењем, док се у случајевима прикривене пропаганде ова комуникација врши преко

неутралних посредника. У ову групу спада и контрола протока информација, ширење лажних вести, искривљавања и прилагођавање основних информација и томе слично.

2.2. Дефинисање пропаганде

У настојању да се феномен пропаганде ипак прецизније дефинише, многе модерније теорије усвојиле су неколико заједничких одредница, које пропаганду схватају као скуп посебних техника комуникације у циљу масовног утицаја, или сугестије, кроз манипулацију симболима и психологијом масе и појединца.

Оно у чему се сви слажу, јесте чињеница да пропаганда укључује интензивно коришћење слика, слогана и симбола који утичу на наша уверења и емоције. То је смишљена комуникација са тачно одређеном тачком гледишта, која има за циљ да прималац поруке “добровољно” усвоји жељене позиције и уверења као да су његови сопствени и делује у складу са тим.

Већина теоретичара комуникације слаже се да оно што разликује пропаганду од осталих видова људске комуникације, према Ласвелу и ауторима¹⁵, јесте да је она у сваком случају увек акт предумишљаја, повезана са друштвеним уређењем као унапред дефинисаном контроверзом, односно начелно конфликтном ситуацијом, као једном врстом датости. „Пропаганда може бити идентификована као промишљен напор да се врши утицај на исход спорних ситуација, у изазивању наклоности према преференцији. У том смислу, пропаганда се разликује од других промишљених трансмисија информација, или од сличних церемонијалних или чисто изражајних активности“.

Данас, савремену пропагандну делатност, као специфичан облик друштвене комуникације, ипак можемо најпрецизније дефинисати као „систематски покушај да се врши утицај на емоције, ставове, уверења и акције одређене циљне популације у сврху идеолошке, политичке или комерцијалне индоктринације, путем контролисане трансмисије једностраних порука преко масовних или директних канала медијске комуникације“.

Дарко Тадић у својој књизи "Пропаганда" истиче да је, "пропаганда је смишљено ширење идеја, без конкретне акције појединаца, група или институција, наизглед без

¹⁵ Lasswell, Harold Dwight; Lerner, Daniel; Speier, Hans (1979). *Propaganda and Communication in World History: Vol. III, A pluralizing world in formation*. East-West Center Boo

употребе грубе силе". Они који воде пропаганду настоје да у различитим доменима успоставе или учврсте своју доминацију на основу идеологија за које тврде да су њихове. Пропаганда може да буде и промишљени напор да се утиче на исход спорних ситуација изазивањем наклоности према преференцији. По томе се разликује од других промишљених трансмисија информације или од сличних церемонијалних или изражајних активности. Тако је пропагандна активност увек врста изманипулисане комуникације, унапред осмишљене и никако спонтане или случајне, с тачно одређеном сврхом и намером да утиче у интересу пошиљаоца, односно креатора поруке.¹⁶

Италијански теоретичар Мито (Mitto) сматра да је „пропаганда исто што и техника социјалне пресије која тежи формирању психолошких или социјалних група са јединственом структуром, а преко афективних и менталних стања индивидуа“.¹⁷

Амерички публицист Л. Мартин одредио је пропаганду као „системски покушај утицаја на људе помоћу средстава масовног деловања, с циљем утицаја на њихове мисли, а овим и на њихово понашање у интересима одређених група“.¹⁸ За познатог француског научника Жака Елила (Jacques Ellul) пропаганда је „скуп метода којима се служи нека организована група како би психолошким манипулацијама навела масу или појединца, укључених у неку организацију, да узму активно или пасивно учешће у њиховој акцији“.

Значајно је другачија дефиниција у Великој совјетској енциклопедији која гласи: „Под појмом пропаганде подразумева се распрострањавање широког круга идеја, теорија, учења, које изискује дубока и детаљна разјашњавања“,¹⁹ а занимљива је и следећа дефиниција: „Без обзира на циљ и садржину, пропагандна активност представља плански организовано, смишљено ширење разноврсних политичких, привредних, културних, религиозних и других идеја, мишљења, података, ради утицаја на схватање и понашање људи“.²⁰

¹⁶ Дарко Тадић, Пропаганда, SPEKTRUM BOOKS, Београд, 2005, стр.21

¹⁷ Љубомир Стајић – Радослав Гађиновић, Увод у студије безбедности, „Драслар“, Београд, 2007, стр. 237.

¹⁸ Исто

¹⁹ Бољшаја енциклопедија, том 35, друго издање, Москва, 1955, стр. 70.

²⁰ Војислав Мићовић – Мате Оруч, Југославија и инострана пропаганда, Танјуг, 1971, стр. 7 и 8.

У Малој политичкој енциклопедији пропаганда је дефинисана на следећи начин: „У најширем смислу речи под пропагандом се подразумева организована, смишљена делатност и сама техника деловања и утицаја на јавно мњење, групе и појединце ради њихова придобијања за схватања, идеје и програм неке организације, за реализацију неког посла, за пласман и продају одређене робе, за спровођење једне акције итд.“.

Пропаганда као специфични облик друштвене комуникације може да се дефинише и као „системски покушај да се врши утицај на емоције, ставове, уверења и акције одређене циљне популације у сврху идеолошке, политичке или комерцијалне индоктринације, путем контролисане трансмисије једностраних порука преко масовних или директних канала медијске комуникације“.²¹ Дакле, пропаганда је поступак који се првенствено заснива на убеђењу, као једном од суштинских средстава неке политике.

У овом мастер раду под појмом пропаганде се подразумева: „планска и смишљена активност, као и сама техника, те активности на ширењу политичких, привредних, културних и других идеја, мишљења и поступака, са циљем утицаја на схватање и понашање људи.“²²

2.3. Основне пропагандне технике и средства

Пропагандне технике представљају скуп различитих елемената и поступака које пропаганда користи у обликовању и реализацији својих порука. Ове основне пропагандне технике представљају главне начине пропагандне комуникације уз помоћ којих пропаганда врши утицај на публику и користе се у свим пропагандним средствима у неком од облика који је прилагођен одређеном медију.

Институт за Пропагандну анализу²³ је 1937. године дефинисао седам основних пропагандних техника које се најчешће употребљавају у пропагандној пракси:

1. давање имена

²¹ Nellson, A. Richard, Sources for Archhivol Research on Film and Television Propaganda in the United States, Film History, Vol. 3, 1989, USA, pp. 333.

²² Милашиновић, Р., Милашиновић, С.(2007). Основи теорије конфликта. Београд: Факултет безбедности, стр.529

²³ Званичан назив овог тела је у ствари био “*Sacra congregatio christiano nomini propagando*” и у пракси је било нека врста збора црквених поглавара за ширење вере. Ова конгрегација поседовала је посебан завод за васпитавање мисионара и сопствену штампарију. Њено организовање долази у време прве половине Тридесетогодишњег рата у Европи, који је имао чисто религијски карактер (борба између католика и протестаната).

2. блистава уопштавања
3. трансфер
4. сведочење
5. простодушност
6. мешање карата и
7. путујући оркестар

Иако се поједини аутори у теорији пропаганде не слажу са оваквом поделом, сматрајући је сувише поједностављеном, за потребе генералне расправе о пропаганди, врло је важно да ових седам техника буду сасвим јасно дефинисане, јер је то најбољи начин да се правилно разјасни основни начин функционисања пропаганде. Данас нам је познато да се списак ових техника може проширивати, зависно од приступа теми, али у принципу то није од великог значаја за разумевање суштине ствари.

Пропагандна средства представљају инструменте за пренос пропагандних порука до примаоца. У теорији и пракси ова средства се обично деле на електронска и штампана пропагандна средства, као и на неке усмене облике пропаганде у које спадају јавни говори, оговарања и гласине. Гласине су алармантне информације, полуистине или потпуно лажне вести. Гласине обично настају у ситуацијама кризе, конфузије и неизвесности. У извесним посебним друштвеним стањима (рат, побуна, тоталитарни режим и сл.), гласине се намерно производе и шире са одређеним циљем. У току процеса ширења првобитна верзија гласина се мења, деформише и обогаћује новим садржајем у складу са жељама, очекивањима и потребама оних који је преносе

Електронска средства обично подразумевају радио и телевизију, електронске огласне табле које могу комбиновати видео, аудио и графичке презентације, као и Интернет, односно светску инфроматичку мрежу.

Штампана средства су све врсте огласа у дневној или периодичној штампи, билборди, плакати, леци, брошуре, књиге, банери и сл.

Такође, у средства пропаганде се могу убројати и неки специфични облици јавних презентација као што су сајмови, посебно организовани презентациони догађаји (инвентс), јавне дегустације, кућне продајне презентације, итд.

Као пропагандна средства често се користе фотографија и филм - почевши од играних, рекламних, наменских или документарних филмова, затим позориште као и остале врсте изражајних уметности.

Ефикасност пропагандног деловања зависи од квалитета претходних припрема, а претпропагандна активност – од низа чинилаца, од којих је најважније деловање са позиција власти и моћи. У пракси се показало да је за амбициозне акције потребно да се прво јасно формулише идеолошка основа за пропагандно деловање. Њу треба операционализовати, тј. разбити на мањи број идеја које су једноставне за разумевање, а унутар њих треба посебно назначити мањкавост актуелне ситуације. У вези с тим, могућа су два објашњења: ако је реч о групи која претендује на власт, наглашавају се грешке онога ко је довео до такве ситуације, а ако је реч о власти, наводе се све успеле акције које су довеле до, наводно, тако добре ситуације и указује на потребу да се учини још само тај напор да би се суштински решио назначени проблем. Када је у питању пропагандно деловање, свака порука мора да буде веома јасна и једноставна, мултидисциплинарно објашњена и бенигна. Свака реч мора да се учини крајње разумљивом, мада ће се, нужно, неким речима и изразима донекле променити смисао. За претпропагандно деловање неопходно је и да се формира извештајан број група чији ће чланови вршити агитацију у вези с појединим кључним идејама и покушати да активирају што већи број људи у различитим акцијама. Успех акције умногоме зависи од тога колико пропагандист познаје оне којима се обраћа, а у тој активности веома је значајна и припрема целокупног пропагандног материјала. За извођење пропагандне акције неопходна је операционализација методологије пропагандног деловања по тачно утврђеном плану. Акције морају да буду врхунски планиране и координиране. То посебно важи за различита средства јавног информисања.

2.4. Принципи, врсте и елементи пропаганде

Да би била успешна свака пропаганда мора да задовољи неке основне предуслове који су чврсто повезани са социолошким и психолошким карактером људи и принципима организације и функционисања људског друштва у целини.

У том смислу, поједини аутори дефинишу постојање одређених врста пропаганде које се деле на рецимо, политичку и социолошку пропаганду од којих свака има своје принципе и начине функционисања. Такође постоје поделе и на вертикалну и хоризонталну пропаганду, односно на пропаганду агитације и пропаганду интеграције.

Ако се прихвати принцип да је пропаганда пре свега специфичан облик комуникације, онда је у том смислу пропаганду према врстама глобално можемо поделити на *активну* и *пасивну* пропаганду. Активну пропаганду можемо означити као ону врсту комуникације која у себи садржи методе и технике директних позива на акцију, без обзира о којој врсти извора поруке је реч (политика, економија...). Са друге стране, пасивну пропаганду представљају посебни друштвени и социолошки механизми као што су образовни систем, моралне и статусне вредности одређене заједнице, заједнички друштвени митови, политички и економски модели и општеважећа правила и кодекси понашања усвојени од стране већине.

Према изворима пропаганду можемо поделити на:

- *Белу пропаганду* када је њен извор познат, а одликују је суптилне методе убеђивања, као што су технике стандардног односа с јавношћу и презентација аргумената само једне стране.
- *Сиву пропаганду* која се спроводи помоћу прикривених али препознатљивих извора који се могу идентификовати и своди се на истовремену употребу истина, полуистина и неких ситних одступања од истине, с циљем да се усмере погледи јавности у правцу који одговара интересима носиоца субверзије.
- *Црну пропаганду* коју карактерише то што су њени извори непознати, који настоје да у фабриковању пропагандних порука нико не може открити њихов идентитет и стварне намере. Она се користи отвореним лажима које ипак поседује одређену количину истинитих чињеница и полуистина како би звучала што уверљивије.²⁴

Такође пропаганда се може поделити на:

- *Унутрашњу*: усмерену на сопствено јавно мњење којом се настоји од сопственог становништва добити подршка за унутрашње или спољнополитичке циљеве и поступке.

²⁴ Бајагић, Младен, Обавештајне активности и спољна политика- Студија случаја САД, Визартис, Београд, 2004. стр.88-89

- *Међународна*: којом се преко адресата у иностранству утиче не друге субјекте да се понашају тако да се поменути циљеви и поступци могу неометано постићи и спровести.²⁵

Према садржини пропаганда се дели на: политичку, идеолошку, економску, научну, културну, спортску, туристичку итд. Треба нагласити да се једна садржина пропаганде никада не појављује у чистом облику. Постоје такође поделе пропаганде на позитивну и негативну; прогресивну и реакционарну; ратну и мирнодопску. За ове потребе најбитније је одредити суштину и циљ одређене пропаганде, њен извор, степен истинитости њеног садржаја, као и чијим интересима и у какве сврхе служи.²⁶

Као елементи пропаганде могу се издвојити:

- *Адресант, пропагатор или субјект пропаганде*, који се бави пропагандом ради постизања својих циљева. Пропагандом се у првом реду баве посебно опремљене службе са стручно оспособљеним особљем за ту врсту деловања(пропагандисти). То су најчешће обавештајне службе или пак посебни бирои, министарства која се баве информисањем и пропагандом. Такве службе су мање или више централизоване.
- *Адресат, објект пропаганде или мета пропаганде* су људи чије ставове или понашање треба подржати или променити у интересу пропагатора. То су обично јаке, утицајне или артикулисане групе, а често и читаво становништво државе или следбеништво датог објекта пропаганде.
- *Пропаганда порука* треба да делује на адресата. Њен садржај је двострук. Површно посматрано, то је прост смисао поруке, који се најчешће састоји у убеђивању да је жељени став најбољи, најкориснији и научно оправдан. Међутим, из њега се не мора видети сама бит поруке: циљ који се њоме жели постићи као и поглед на свет самог пропагатора.

²⁵ Димитријевић, Војин, Стојановић, Радослав, Међународни однос, Службени лист, Београд, 1996. стр. 316.

²⁶ Милашиновић, Р., Милашиновић, С. (2007). Основи теорије конфликта. Београд: Факултет безбедности, стр. 530

- *Пропагандни посредници* су нематеријална и материјална добра којима се пропагандна порука преноси до адресата. То су у ствари симболи (речи, знакови, гестови) и комуникациона средства (медији), као што су радио, телевизија, штампа, филмови, усмено предање...²⁷

На овом месту значајно је указати на Гебелсове²⁸ принципе пропаганде јер и они који су се борили против нацистичке државе и они који су је признали, сматрали су Гебелса мајстором свога посла током његовог скоро дванаестогодишњег обављања функције немачког министра пропаганде.

Овај текст, заснован је на објављеном и необјављеном делу Гебелсовог дневника и сумира најважније принципе пропаганде које је следио:

1. Пропагандисти морају да имају приступ обавештењима о догађајима и јавном мњењу;
2. Пропаганду мора да планира и спроводи само један ауторитет;
3. Последице пропагандне акције морају се узети у обзир већ док се акција планира;
4. Пропаганда мора да утиче на непријатељску политику и акцију;
5. Необрађена оперативна информација мора да буде доступна за примену у пропагандној кампањи;
6. Да би била запажена пропаганда мора да изазове интересовање публике и мора да буде пренета посредством признатог медија;
7. Кредibilitет мора да одреди да ли пропагандни производ треба да буде стваран или лажан;
8. Намена, садржај и ефикасност непријатељске пропаганде, јачина и ефекат излагања, природа текуће пропагандне кампање одређује да ли непријатељску пропаганду треба игнорисати или побијати;

²⁷ Димитријевић, Војин, Стојановић, Радослав, Међународни односи, Службени лист, Београд, 1996. Стр.317-318

²⁸ Joseph Goebbels је у званичној историји познат као нацистички министар пропаганде из времена II светског рата.

9. Кредибилитет, обавештења и могући ефекат комуникације одређују да ли пропагандни материјал треба цензурисати;
10. Материјал непријатељске пропаганде може се употребити у операцијама када умањује непријатељски углед или када подржава сопствени пропагандни циљ;
11. Боље је користити црну него белу пропаганду јер је неуверљива или доноси нежељене ефекте;
12. Лидери морају својим угледом да олакшају пропаганду;
13. Пропаганда мора да буде брижљиво временски одређена;
14. Пропаганда за људе и догађаје мора да употребљава карактеристичне изразе и слогане;
15. Пропаганда на домаћем фронту мора да спречи раст нада које би могле да буду изневерене;
16. Пропаганда на домаћем фронту мора да створи оптимални ниво страха;
17. Пропаганда на домаћем терену мора да смањи фрустрацију;
18. Пропаганда одређујући циљеве непријатељства мора да олакша тежишта агресије;
19. Пропаганда не може одмах да промени расположење народа, уместо тога мора да понуди неке облике акције или разоноде или обоје истовремено.²⁹

Пројекат Joseph Goebbels нам поручује да је Dr. Goebbels парадигматична фигура која је утемељила савремену масовну комуникацију и медијску културу. Феномен пропаганде постоји од најранијих форми људске цивилизације, али пуни замах добија, управо, за време II светског рата и убрзаног развоја иносфере и медијских средстава (радио, TV, филмови, улично оглашавање, велики штампани тиражи...). Без обзира на исте пропагандне активности у Русији, Великој Британији или Америци, нацистичка пропаганда, на челу са а Josephom Goebbelson, остала је најупамћенија (управо због послератне пропаганде).

²⁹ Lohner, Luis P. (izdavač) Gebelsovi dnevnici, Njujork, Dabldej&kompani, 1948.

На чувеној изјави Dr. Goebbelsa да "Хиљаду пута поновљена лаж постаје истина" темељи се читава савремена медијска култура и масовна комуникација. Почетак 21. века је означен глобалном иносфером (Интернет, целодневне вести, директи преноси свих догађаја, кабловска телевизија, мобилна телефонија...) којом свакодневно креће милијарде порука корисницима. Моћ иносфере се базира на чињеници да људи у 99% случајева усвајају примљене поруке и у њих верују као истину без непосредног искуства. категорија истине је постала превазиђена и постоје само поруке (приче или наративи) у које можемо да верујемо по сопственом избору. Истина не постоји, а хиљаду пута поновљена порука постаје "истина".

2.5. Утицај пропаганде на формирање људских ставова

Основно образовање и ниво информација којима располаже појединац, омогућава ширење не само пропаганде већ и информација у целини. Ова чињеница је услов за пропаганду. У стварности, прецизно разликовати пропаганду и информације је немогуће. Сем тога, информација је основни елемент пропаганде. Да би пропаганда успела, мора да буде упућена у политичку или економску стварност.

Информисано мишљење је неопходно за пропаганду. Где немамо информисано мишљење према политичким или економским пословима, пропаганда не може постојати. Из тог разлога у већини традиционалних земаља пропаганда је локализована и ограничена на оне групе које имају непосредан контакт са политичким животом, није осмишљена за масе равнодушне на таква питања – равнодушне, зато што су необавештене. Маса не могу бити заинтересоване за политичка или економска питања, док масовни комуникациони медији не рашире јавности информације.

Истраживања у руралним срединама су показала да пропаганда почиње да „гризе“ у тачном тренутку када је информација тамо објављена, када чињенице постану познате и када је изазвана пажња на одређена питања. Пропаганда не значи управо ништа без претходних информација. Стога се пропаганда према политички неуким групама може вршити само ако јој је претходио опсежан, дубок и озбиљан обавештајни рад. Што шире и објективније информације, то ће бити делотворнија пропаганда која следи.

Још једном, пропаганда се не заснива на грешкама, већ на тачним чињеницама. Изгледа да што је јавно или приватно мишљење више обавештено, подложније је пропаганди. Што је веће знање особе о политичким или економским чињеницама, то је њена процена осетљивија и рањивија. Интелектуалци су најдоступнији пропаганди, нарочито ако она употребљава двосмисленост. Читалац бројних новина изражава различите ставове – само зато што је боље информисан – више је него било ко други изложен пропаганди коју не опажа иако тврди да задржава слободан избор у овладавању свим овим информацијама. Заправо, чак је условљен да прими у себе сву пропаганду која усаглашава и објашњава чињенице, за које верује да је овладао њима. Према томе, информације не пружају само основу пропаганде, већ пропаганди дају оперативно значење. Информације у ствари стварају проблеме које пропаганда искоришћава и за које се претвара да нуди решења. У ствари, ниједна пропаганда не може да функционише до тренутка када је скуп чињеница постао *проблем* у очима оних који стварају јавно мњење.

У тренутку када такви проблеми почну да се супротстављају јавном мњењу, пропаганда владе, партије или човека може да почне потпуно да се развија, увеличавајући проблем, с једне стране, и обећавајући решења за то, с друге стране. Али пропаганда не може лако да створи ни из чега политички или економски проблем. Мора постојати неки разлог у стварности. Потреба за проблемом заправо не постоји, али мора постојати разлог зашто би *могао* постојати. На пример, ако ширење дневних информација води човека у лавиринт економских стварности, биће му тешко да схвати ове сложене и различите чињенице, и стога ће закључити да постоје одређени проблеми економске природе.

Тако информација поставља темељ пропаганди. У мери у којој велики број појединаца прими исте информације, њихове реакције ће бити сличне. Као резултат, произвешће се истоветни „центри интереса“ и затим постати значајна питања нашег времена створена јавно путем штампе или радија, и групна мишљења ће бити створена, тако што ће успоставити контакте једних са другима – један од основних процеса у формирању јавног мњења. Поврх тога, то води у стварање узајамних рефlekса и заједничких предрасуда. Природно, постоје они који одступају од уобичајеног – појединци који не деле исте одговоре на исте информације, зато што већ имају друге предрасуде, зато што

су „јакe личности“, или једноставно због уобичајене самовоље. Али њихов број је много мањи него што се уопштено верује. Они су неважни, и поларизација пажње на одређена питања и поједина гледишта ових питања издвојених информацијом убрзано ствара оно што се назива масовном психологијом – једну од неопходних услова за постојање пропаганде.³⁰

³⁰ (Одломак из књиге Жака Елила "*Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*", стр. 112-116)

3. СУБВЕРЗИВНА ПРОПАГАНДА

Савремене државе и светски моћници труде се да се рат заврши пре него што и почне. Даје се велика предност суптилнијим облицима притиска на противника. Наметање сопствених интереса другој страни увек је у мањој или већој мери праћено неким од видова субверзивне пропаганде, то јест настојањима да се утиче на свест, морал, вољу, понашање противника ради остваривања интереса носиоца субверзивног деловања. Субверзивну пропаганду можемо одредити као облик непријатељске пропаганде. Непријатељска пропаганда је „планска, организована и смишљена активност која је усмерена према грађанима једне земље, у земљи и иностранству, широј светској јавности, ради придобијања јавног мњења за политику и циљеве који су супротни основним вредностима одређеног друштва, за стварање неповерења грађана у његову перспективу за постизање дефетизма, отпора, идеолошке и политичке опозиције и сличних ставова, са циљем да се створе предуслови за угрожавање или рушење Уставом утврђеног поретка.“³¹.

Суштина овог начина политичке борбе је да се жењени резултати постигну без директне примене силе, применом разних видова притисака непријатељском пропагандом и другим облицима субверзивног деловања те стога носиоци субверзије користе разноврсне облике субверзивне активности. Тако се пропаганда обично користи пре, током и након неког од облика сукоба. Када се користи пре неког сукоба субверзивна пропаганда представља замену за физичко насиље, током сукоба она је допуна физичком насиљу док након сукоба њена улога је да оправда поступке носиоца субверзије и припреми јавност за прихватање њених одлука.

Као основни циљеви пропагандних дејстава могу се издвојити:

- Промена свести, идеја, мишљења и расположења код становништва нападнуте земље.
- Изазивање неповерења у политичку структуру и остатак државног апарата.
- Подстицање сумње у укупну стабилност друштва.

³¹ Милашиновић, Радомир, Терор Запада над светом, Савремени механизми разарања и потчињавања суверених земаља и народа, Идиј-Ветерник, 1988.

- Ширење апатије и дефетизма стварањем слике о безизлазности из тренутне друштвене ситуације.
- Стварање осећаја о узалудности отпора код оних који би могли представљати снагу одбране нападнуте земље

Субверзивна пропаганда тежи да кроз систематску индоктринацију сачува или измени оне друштвене вредности које заговара и брани одређена политика. Манипулисање домаћом и светском јавношћу постиже се селекцијом доступних информација, лансирањем лажи, дезинформација и полуистина, прећуткивањем вести за које се сматра да су неповољне, пристрасним тумачењем као и натурањем и учесталим понављањем одређених садржаја преко средстава масовних комуникација. Те активности се спроводе стално, комбиновањем различитих перфидних понекад и невидљивих метода које понекад прерастају у кампање.

3.1. Сличности и разлике са другим сродним појмовима

Насловљена проблематика захтева прецизније одређивање теоријског оквира третмана пропаганде и, у том склопу, јасно дефинисање појмова који се најчешће употребљавају. С тим у вези, дефинисаће се појам и врсте пропаганде и непријатељске пропаганде, те неки сродни термини, као што су: агитација, идеолошко ратовање, идеолошка диверзија, индоктринација, испирање мозга, диверзија, гласине, међународна политичка комуникација, политички рат, политички виц, психолошки рат, реакционарна пропаганда и субверзија, који се у последње време често користе, понекад непрецизно, односно са недовољно јасним одређењем значења. То долази отуда што међу теоретичарима не постоји сагласност у погледу дефинисања појма пропаганде. Откако је 1622. године ушла у употребу као верски појам, *пропаганда* је постепено све више употребљавана као термин за означавање нових и разноврсних друштвених појава и активности, али такође и за означавање метода, техника и циљева. Оваква вишезначност, сувише општа или уска употреба, одразила се у теорији присуством изузетно великог броја дефиниција. Такође је, посебно у неким земљама, дошло до увођења многих сродних и изведених термина са специфичним значењима. У пракси и, посебно, међународној комуникацији пропаганда је добијала изразито политички и идеолошки садржај и значај, скоро увек изражавајући класне интересе.

У третману ове проблематике у овом раду појмом пропаганде се подразумева: *планска и смишљена активност, као и сама техника, те активности на ширењу политичких, привредних, културних и других идеја, мишљења и поступака, са циљем утицаја на схватање и понашање људи.*

Непријатељска пропаганда је планска, организована и смишљена активност према грађанима неке државе у земљи иностранству и широј светској јавности ради њиховог придобијања јавног мњења за политику и циљеве који су супротни основним вредностима одређеног друштва, за стварање неповерења код грађана у његову перспективу за подстицање дефетизма, отпора, идеолошке и политичке опозиције и сличних ставова, са циљем стварања предуслова за угрожавање или рушење Уставом утврђеног поретка.

Агитација (l. *agitare*, подстицати, покретати) је облик организованог политичког утицаја на масе ради придобијања за одређене идеје и покретања на акцију. Агитација је организована активност појединаца, група, социјалних покрета, политичких партија и сличних организација, са циљем ширења одређених идеја **за** придобијање и подстицање људи да те идеје прихвате и остваре. За разлику од пропаганде, агитацију карактерише краткотрајност, непосредност и везаност за конкретну акцију. Она је део шире пропагандне активности.

Агитација је нераздвојна од пропаганде, уствари је њен посебни израз. Пропаганда захвата ширу област, објашњава шире и дубље, делује спорије и трајније, а агитација прилази свом ужем предмету на приступачан и разумљив начин, делује очигледније и непосредно подстиче на акцију. Пишући о задацима социјалиста у борби против глади у Русији 1892, Г. Плеханов је рекао да *пропагандист даје много идеја једном лицу или неколицини, а агитатор само једну или неколико идеја, али их зато даје читавој маси људи, понекад скоро читавом становништву датог места.*³² Наглашавао је да агитација полази од постојећих потреба људи, њихових непосредних интереса које су већ спознали и указује на путеве и средства за њихово постизање. Агитација уобличава постојеће незадовољство или већ настали протест. Пропагандиста делује више путем штампе, а агитатор путем живе речи.

³² Г.В. Плеханов, *Сочинения*, Москва, 1942;

Идеолошко ратовање је одраз конфликта између ривалских система вредности, односно потреба да се одбрани сопствена политика, идеологија и стварност, а нападају вредности супротне политике. Обухвата употребу пропаганде, културних, образовних програма и пројеката размене, стране помоћи и других активности у циљу потискивања супротних и наметања сопствених идеолошких и друштвених вредности.

Идеолошка агресија је термин који је предложила совјетска делегација (1954. године) Генералној скупштини ОУН за означавање активности држава које:

- а) подржавају ратну пропаганду;
- б) подржавају пропаганду за употребу атомских, бактериолошких, хемијских и других средстава за масовно уништавање;
- в) помажу пропаганду фашистичко нацистичких схватања и подстичу на расну и националну дискриминацију, мржњу и потчињавање других народа.

Овај совјетски предлог није усвојен и остао је у њиховој интерној употреби.

Идеолошка диверзија, као термин у широкој употреби у неким бившим социјалистичким земљама, означава „стварна или претпостављена настојања непријатеља да пропагандом утиче на трудбенике да се критички односе или поставе опозиционо, према социјалистичким идеолошким вредностима, или да се ове вредности минимизују и потцене”.³³

Политички рат је термин који се употребљава у Великој Британији и САД да значи „планирано коришћење комуникација, политике и отворених акција, са циљем утицања на емоције и односе изабраног аудиторијума, у правцу који би допринео постизању националних циљева државе која га води”.³⁴

„Испирање мозга” је једна од психолошких техника која се углавном употребљава за промену мишљења појединца у жељеном правцу. С обзиром да наведени термин потиче из кинеског језика, чији превод дословно значи *испирање мозга*, као синоним се помиње термин *реконструкција мишљења*. „Испирање мозга” се реализује кроз два корака, односно „добивањем признања (комбинацијом грубих и сложених психолошких

³³ Милашиновић, Р., Милашиновић, С.(2004). Основи теорије конфликта. Београд: Факултет цивилне одбране, стр.291

³⁴ Исто, стр.291

метода)" и процесом поновног васпитања (редукције) са циљем сламања усвојеног оквира мишљења и стварања новог".³⁵

Полазећи од познате чињенице да је људска психосоцијална отпорност врло уско повезана са физичком кондицијом сви „мозгоиспирани“ настоје да са низом поступака ту кондицију својих жртава ослабе. Као најједноставнији пример обичног батинања до најстрашнијих садистичких изум. Главна метода физичког притиска је онемогућавање спавања што не доводи жртву само до постепене физичке већ и до менталне исцрпљености. Примена социјалног притиска у испирању мозга има три главна облика: изолацију, групну пресију и деградацију.

Психолошки притисак је комбинација физичког и социјалног притиска, али има своје властите психолошке изворе у личности саме жртве. Први је губитак осећаја властите вредности, затим осећај страха и тескобе у жртви. Осећај сигурности такође је непрекидно присутан, у првом реду осећај несигурности у самог себе, у своје дотадашње ставове, уверења и систем вредности.

Као резултат свих тих физичких, социјалних и психолошких притисака на жртву, одвија се процес психосоцијалне дезинтеграције. Фаза шока је почетак тог процеса, затим фаза дисоцијације, фаза преобраћања у којој жртва прихвата нове идеје и ставове који јој се нуде према плану процеса испирања мозга. Завршна фаза читавог процеса је фаза реституције-прихватања у којој жртва прихвата понуђене ставове и ако буде потребно и сама ће учествовати у преобраћању следећих жртава.

Индоктринација представља заједнички и организовани рад оних субјеката у држави које имају моћ, а то су државни апарат, школе, партије, политичке институције и слично. Индоктринација се врши путем наметања одређених вредности или понашања, доктрина, идеолошких концепта и других акција које подстичу на одређене, жељене акције. Представља појам "шири од пропаганде".³⁶

Психолошки рат се може водити у ратном или мирнодопском периоду и спроводи се планираним активностима које се реализују различитим средствима, било политичким, економским, војним или интелектуалним. Циљ тако спроведених активности јесте стварање притиска на становништво, односно на њихову свест, морал или психу.

³⁵ <http://kpolisa.com/KP8-9-10/Pdf/kp08-XI-2-RadomirMilasinovic.pdf> str. 492.

³⁶ Isto, str. 492

Психолошко-пропагандна дејства су један од основних облика субверзивног деловања, којима се настоји остварити утицај на јавно мњење и грађане нападнуте земље путем пропаганде, којима ће се створити услови за извођење даљих акција политичког насиља (превратничка дејства, специјалне операције, изазивање и управљање кризама). Други термин за ова дејства јесте *психолошко ратовање*. „Психолошки рат је врста пропагандне активности која или тече упоредо с ратом у правом смислу те речи и саставни је његов део, или треба да га измени, постижући исте или сличне учинке. То је жестока, агресивна пропаганда која треба да умањи морал противника, да код њега изазове дефетизам и раздоре и да код сопственог становништва побуди најниже борилачке инстинкте, мржњу, осветољубивост и фанатизам.“³⁷

Овде такође требамо направити разлику између психолошког рата и психолошке операције као једног од канала субверзивног деловања где се под психолошком операцијом искључиво подразумева „примена тајних метода (црна и сива пропаганда), са тежњом да се избегне конфронтација, односно отворени сукоб са нападнутом земљом.“³⁸

Да се закључити да циљ психолошког рата јесте да субјект субверзије буде уништен или темељно измењен. Како психолошки рат нема никаквог обзира према будућности стога енергично распирује расизам, национализам и остале облике екстремне идеологије развијајући политичку нетрпељивост и продубљујући латентне сукобе између противника који одавно већ постоје. Томе се придодају и национални стереотипи те се становници земље против које се води рат и припадници дате етничке заједнице које треба завадити представљају као бића са најнижим особинама као његова четврта димензија поред простора, оружја и времена. Том приликом долази и до појаве тзв. медијског рата, чији циљ није да информише већ да јавно мњење наведе на пристанак на оружану акцију и рат. У таквим околностима медији су активно укључени у рат. Зато је психолошки рат опасно оружје у рукама и за онога ко њиме барата јер када потреба за психолошким ратом прође тешко је обуздати мржњу и жељу за потпуним уништењем противничке стране. Насупрот томе противничка страна, која је проглашена за нељуде,

³⁷ Димитријевић Војин, Стојановић Радослав, Међунатодни односи, Службени лист, Београд, 1996. стр. 322

³⁸ Бајагић Младен, Обавештајне активности и спљна политика-Студија случаја, САД, Визартис, Београд, 2004. стр. 90.

показује природну склоност ка уједињењу и очвршћивању у отпору. Отуда се пажљиво одвајају поруке упућене домаћем становништву од порука противником.

Разноврсни облици пропаганде представљају средство за постизање одређених циљева али такође, предуслов за друге субверзивне активности. Подручје пропаганде је веома широко и задире у све поре друштва, а начини његовог испољавања су штампање чланака и књига, ширење дезинформација, манипулације људи путем масовних медија, фалсификовање докумената, при чему се користе најмодерније психолошке методе.³⁹

Сама пропаганда заснива се на познавању и коришћењу психолошких и социолошких знања. Пропаганда се остварује пропагандном поруком. Психолошку основу пропагандне поруке представља сугестивност која треба да освоји пажњу онога коме је порука намењена. Како пажња представља психолошку основу деловања пропаганде и када се пажња побуди долази до развијања интереса који је у спрези са конкретним активностима људи. А прави циљ пропаганде заправо јесте активност (чињење или нечињење неких радњи).⁴⁰

Како би пропагандно деловање било што успешније потребно је прикупити што више информација о адресату пропаганде. То подразумева информације о унутрашњим приликама у тој земљи, њеним способностима и слабостима, економском и војном капацитету, slabим тачкама државног апарата као и расположењу и моралу становништва. Стога пропагатор мора да зна да скрене пажњу на своју поруку и да добро познаје адресата. Такође, потребан је изврстан степен самокритичности и повремена провера учинка пропагандне делатности и напуштање неуспешних облика, иако су се рецимо ти облици показали делотворним у неком прошлом раду. Такође адресант мора имати на уму да у случају адресата није суочен са монолитном масом. Шири публика којој се пропаганда обраћа састављена је од различитих нација, друштвених слојева, политичке културе, религија, традиција, степена образовања... Зато се пропагатор мора одредити на коју групу жели да утиче и да своје поруке прилагоди интересима и ставовима те групе.

³⁹ Аврамов Смиља, „Прикривене акције“ у стратегији САД-а. У: Војно дело, (1999.), стр.25

⁴⁰ Омаљев, Јован, Психолошко пропагандно деловање као фактор рата, ВСЦГ, Београд, 2003, стр.11-12

Појам психолошког рата је шири од појма пропаганде и најчешће се реализује путем идеолошких кампања и пропаганде. "Често се спроводи на ограниченом нивоу у циљу обмањивања или збуњивања носилаца политичког или војног одлучивања."⁴¹

Међународна политичка комуникација је америчка термилошка кованица, сумаран израз који у себи обухвата појмове: „пропаганда“, „политичко ратовање“ и „психолошко ратовање“.

Субверзија је организована активност усмерена против правног, политичког и друштвеног уређења једне земље, а спроводе је одређене државе, политичке организације, групе итд, са намером да промене постојећи систем власти и друштвено економски систем у некој земљи.

Диверзија је прикривена и смишљена акција срачуната на нанашење материјалних штета и људских жртава, а такође и на вршење морално-психолошког притиска у ужим или ширим срединама, како у ратно тако и у мирнодопско време, са циљем да се постигну одређени психолошки ефекти (стварање страха, неповерења, несигурности, дефетизма и сличних осећања).

Реакционарна пропаганда је термин настао у Совјетском Савезу и био је саставни део политичког жаргона у земљама бившег Варшавског уговора, за означавање пропаганде из иностранства која долази са Запада, пре свега, САД. Синоним је за термин „империјалистичка пропаганда“.

Ширење гласина и пропагандни метод који се састоји у тенденциозном преношењу алармантних вести, полуистина, лажи и дезинформација. Може бити спонтано, организовано и комбиновано. Ефикасност гласина заснива се на неинформисаности, односно недовољној информисаности масовног медијума, ужих друштвених група или појединаца, о садржајима који се преносе, као и на феномен психичке потребе релаксације, психичког пражњења појединца, посебно када су у питању „поверљиве“ вести. Гласине нарочито користи непријатељ, или потенцијални непријатељ за ширење своје „црне“ пропаганде. Због чињенице да је иницијатор гласина најчешће прикривен, као и због брзог ширења („ефекат мултипликације“), гласине је веома тешко подврћи

⁴¹ <http://kpolisa.com/KP8-9-10/Pdf/kp08-XI-2-RadomirMilasinovic.pdf> str. 493

друштвеној контроли. Као најбољи метод спречавања гласина у пракси показало се благовремено, потпуно и истинито информисање јавног мњења.

Тенденциозни политички виц је метод пропаганде усмерене на компромитовање, ниподаштавање, вређање и рушење угледа политичких личности, народа и народности, друштвенополитичког система, државних и друштвенополитичких институција, појединих акција итд. Као и код гласина, аутори тенденциозних политичких вицева прикривени су, а њихово ширење најчешће севрши усменим путем.

3.2. Носиоци и снаге субверзивне пропаганде

Динамични и противречни процеси у међународној заједници подстичу брзе промене у односима снага у свету. Са другестране, огромно су посрнуле снаге које се боре за мир, равноправну сарадњу на принципима мирољубиве коегзистенције и за демократизацију међународних економских и политичких односа.

У општим настојањима да очувају већ стечене и прошире сопствене сфере утицаја, а да при томе избегну директну војну конфронтацију, која би могла довести до несагледивих последица, западне силе примењују разноврсне облике стратешког наступања.

Суштина ове стратегије је у томе да се жељени резултати постигну без глобалне употребе војне силе, применом разних видова притисака непријатељском пропагандом другим видовимасубверзивног деловања. Као почетна, а неретко и једина фаза, у оквиру те стратегије - пропаганда заузима изузетно значајно место.

Најчешће примењиван вид субверзије јесте непријатељска пропаганда. Она је прилагођена конкретним потребама одређене политике, крајњим циљевима снага које је спроводе, илистоје иза ње, и могућностима које те снаге имају. Њено општеобележје се манифестује кроз примену политике „двоструких стандарда“, чија је суштина у томе да се циљеви постигну применом различитих субверзивних активности, које одударају од званично прокламоване политике и стања билатералних и ширихмеђународних односа.

Не одричући се својих крајњих циљева, у оквиру опште стратегије стварање тзв. новог светског поретка, односно подјармљивања највећег броја земаља, најмоћније земље Запада широко користе разноврсне облике пропаганде за постизање одређених циљева, односно стварање предуслова за друге субверзивне активности. Те активности се

спровode стално, комбиновањем различитих метода (веома перфидних, финих, наизглед неутралних), а понекад прерастају у праве кампање.

Манипулисање сопственим и иностраним јавним мњењима најчешће се спроводи кроз селекцију доступних информација, лансирањем дезинформација, полуистина и лажи, прећуткивањем вести за које се оцени да су неповољне, пристрасним тумачењем, натурањем и честим понављањем одређених садржаја и другим механизмима првенствено психолошког деловања преко средстава масовних комуникација и кроз друге облике монопола над информацијама.

Укупна пропагандна активност налази се у сталном порасту. Искључивост, нетолеранција и агресивност, које се манифестују кроз пропаганду, често доводе до стварања кризних жаришта. Полази се од претпоставки да се жељени циљеви у садашњим односима снага могу у потпуности или делимично постићи и силом без насиља, пропагандом као „ненасилном агresiјом“, прихватљивијом алтернативом од директне конфронтације, односно једном од „најмање узнемиравајућих облика међународних конфликта“. Од оваквих схватања посебно полази пропагирање тзв. слободне циркулације идеја и људи.

Према бившој Југославији су, такође, биле усмерене и пропагандно субверзивне активности других, специфичних политичких концепата, посебно пропаганда верских „идеологија“ (римокатоличка и исламска верска заједница или одређене секте) често се повезују са другим „лаичким“ платформама које имају за циљ подривање земље. Привидно се бавећи теолошким питањима, активност верских заједница у бити своје садржине, неретко и отворено, садрже и најконкретније политичке циљеве.

Организованост пропагандно субверзивне активности манифестује се кроз планирање и програмирање подривачких, идеолошких и других садржаја, концентрацију њених носилаца, финансијских средстава, тактичку и стратешку синхронизацију, усклађену примену појединих пропагандних метода, технике и слично. У констелацији постојећих односа у међународној заједници и механизму узајамне повезаности унутар доминантних снага, ове карактеристике добијају шире димензије групне субверзије, уз координацију свих битнијих компоненти усмерених на остваривање ефикасности такве активности.

Поред централа у матичним државама, у којима се планира, организује и финансира субверзивна пропаганда, оперативни део ове активности спроводи се из камуфлираних, полувзаничних или официјалних центара у неким приграничним или европским земљама - као и из разноврсних центара на територији бивше Југославије (најчешће информативни центри, културне установе и дипломатскоконзуларна представништва, а касније и неке невладине организације).

Једна од битних карактеристика пропагандосубверзивне активности јесте велики број носилаца таквих дејстава, не само у смислу бројности субјеката који у њој непосредно или посредно учествују - већ и по бројности друштвених структура, међусобно различитих по низу елемената. Ти носиоци се могу поделити на *наднационалне и националне структуре*.

Интеграциони друштвени процеси у области међународних политичких, економских, идеолошких, културних и других односа, све више резултују стварањем веза и међуакција које прерастају националне оквири појединачних држава или уже регионалне границе. Неки од оних процеса имају дугу традицију (верска експанзија), док су други углавном последица савремених друштвених токова.

Дипломатски представници земаља чланица НАТО уговора састају се редовно и поводом важнијих друштвенополитичких догађаја, ради адекватног реаговања и усаглашавања ставова и акција. Није без значаја нагласити да се састанци ових представника НАТО-а паралелно одвијају на више нивоа - од амбасадора, војних аташеа, политичких саветника до нивоа секретара. То указује да се постављени задаци веома детаљно планирају и на тактичком плану. Најчешће планиране заједничке мере јесу пропагандносубверзивног карактера.

НАТО се веома ретко појављује као директни носилац пропагандно-субверзивне активности, мада се и то догађа. Ова војнополитичка групација, под водећом улогом САД, претежно се појављује као иницијатор, организатор, координатор и финансијер пропагандносубверзивне активности, а као директни реализатори таквих активности поједине земље, одређене државне структуре, организације и друге институције.

Пропаганда је једна од битнијих компоненти политике сваке земље. Због тога се за њене потребе улажу огромна материјална средства, школују специјални кадрови, обезбеђује најсавременија техничка опрема, формирају посебне институције, организације и

сличне установе. Користе се нај савременија научна и техничка достигнућа за реализацију појединих акција. У појединим земљама постоје и министарства за пропаганду или посебни апарати састављени од дипломата, историчара, публициста, психолога, социолога, статистичара итд.

3.2.1. Обавештајне службе

Обавештајне службе, као део државног апарата који је у својој основи намењен за прикупљање важних информација потребних доносиоцима одлука, представља и важно оруђе којим државе остварују стратешке интересе ван својих граница.

У остваривању тих стратешких циљева које им држава намеће, обавештајне службе реализују различите врсте операција у иностранству, па и оне које немају искључиво обавештајни карактер. Такво деловање обавештајних служби назива се субверзивно или необавештајно деловање а реализује се кроз различите форме.

Успешно функционисање обавештајних служби, као специфичних институционалних творевина, условљено је њиховом сложенom организацијом, којом је дефинисан положај обавештајне службе у одређеном обавештајном систему, њено место у државном апарату, овлашћења и надлежности. Савремене обавештајне службе имају сличне организационе структуре, како по хоризонталном, тако и по вертикалном нивоу, чиме се дефинише субординација, координација, надлежности, технологија рада и друго. Хоризонталним начином организовања кроз управе, дирекције, секторе, одељења и слично, дефинишу се целине и области деловања.

Посматрано кроз вертикалну организацију, обавештајну службу најчешће чине:

- (1) централа обавештајне службе;
- (2) центар обавештајне службе;
- (3) потцентар обавештајне службе и
- (4) обавештајни пункт.⁴²

Оваква вертикална организација је начелна и могући су њени различити модалитети, што опет зависи од сваке службе појединачно. Иако се из саме организације могу сагледати правци деловања обавештајне службе, односно њени циљеви, већина

⁴² Младен Бајагић, Методика обавештајног рада, Криминалистичко-полицијска академија, Београд, 2010, стр. 92.

података и документа која се односе на методе, снаге и средства обавештајне службе ипак представљају тајну.

Обавештајне службе извршавају веома сложене и разноврсне задатке, па се целокупна њихова активност, на основу места одвијања и циљева који се желе постићи, могу условно поделити на три облика, који се у пракси врло често преплићу, и то:

- обавештајна делатност,
- контраобавештајна делатност,
- субверзивна делатност.⁴³

Субверзивно деловање, називано још и превратничко, јесте делатност обавештајних служби усмерена на контролу и/или мењање политичких прилика у другим државама. Испољава се различитим облицима, с основном намером да се у земљи или одређеном региону ојачају сопствене позиције и утиче на исход одређених догађаја и процеса, који су од интереса за онога ко те активности спроводи. Када се процени да се дипломатским и економским мерама не могу постићи жељени резултати, обавештајне службе добијају задатке да се ангажују на субверзивном плану.

До јачања страног утицаја у другим земљама може се доћи пружањем подршке „угроженим” режимима чија је политика у сагласју са страним интересима или пак тајним организовањем преврата ради довођења на власт марионетских режима.⁴⁴

Иако многа међународна документа, која су у функцији очувања светског мира, забрањују мешање у унутрашње послове и питања других држава, субверзивна делатност обавештајних служби најчешће није адекватно санкционисана.⁴⁵

Разлог томе можда лежи и у чињеници да већина држава жели да избегне правну регулативу наведене области и да је задржи на политичком нивоу, где су могуће различите интерпретације догађаја. Такве активности спроводе обавештајне службе, чији је начин деловања, по природи ствари конспиративан, тако да не постоје довољно јасни докази о њиховој умешаности у питања друге државе, али и у чињеници да их

⁴³ Постоје и другачије поделе обавештајне активности, која је, како у домаћој, тако и у страној литератури, углавном двојака, а односи се на обавештајну делатност и необавештајну делатност (примена субверзивних – тајних акција) обавештајних служби. Ова тројна подела преузета је из: Љубомир Стајић, Основи система безбедности, Правни факултет, Нови Сад, 2011, стр. 226

⁴⁴ Љубомир Стајић, Основи система безбедности, Правни факултет, Нови Сад, 2011, стр. 229.

⁴⁵ Веселин Конатар, „(Не)обавештајне операције као акти агресије“, Култура полиса, број 17/2012, стр. 32.

обично спроводе државе које у међународним односима представљају силу, тако да сваки покушај њихове јавне осуде није довољно гласан. Овакво стање ствари даје поруку да је овај вид остваривања спољнополитичких циљева, упркос свему, ипак јефтин и исплатив, што моћне субјекте само додатно мотивише да наставе са његовим спровођењем. Мешање у унутрашње ствари других држава и изазивање криза била је честа појава у периоду хладног рата, када су владајући кругови појединих регионалних и светских моћника, преко својих обавештајних служби, спроводили разне субверзивне активности. Због настојања колонијалних сила да задрже утицај у својим бившим колонијама, које су и даље перципирале као своју интересну сферу, примена различитих метода субверзивног деловања, од умешаности у свргавању легалних режима и довођењу нових марионетских, преко изазивања различитих унутрашњих сукоба и криза и њихово контролисање, до позивања на међународну интервенцију, није била реткост.⁴⁶

Субверзивном делатношћу обавештајних служби дестабилизује се држава према којој се делује, доводи до промене њеног устројства, односно друштвено-политичког и уставног поретка или бар владајуће елите. Најчешће се спроводи уз ослањање на одане групе унутар земље која се напада, које служе као параван, чиме се та субверзивна делатност представља као унутрашњи, а не спољашњи производ.⁴⁷ Тако државе покушавају да сачувају свој кредибилитет и спрече деловање међународноправних институција и осуду међународног јавног мњења.

Метод превратничког (субверзивног) деловања обавештајних служби спроводи се кроз следеће форме:

- (1) стварање и коришћење криза,
- (2) субверзивна пропаганда,
- (3) тероризам,
- (4) саботажа,
- (5) диверзија,
- (6) употреба специјалних снага и

⁴⁶ Миланко Зорић, „Међународне кризе“, Војно дело, број зима/2010, стр. 304.

⁴⁷ Boško Todorović i Dušan Vilić, Krize – izazivanje i upravljanje krizama, Grafo Mark, Beograd, 1997, str. 15-16.

(7) насилни преврат.⁴⁸

Треба рећи да поред обавештајних служби, које су основни носиоци, постоје и други носиоци субверзивних активности, као што су разне друштвене организације и институције политичког, културног, научног или сличног карактера, али и одређене војне формације и специјалне јединице.

Субверзивна пропаганда заузима посебну пажњу и ову активност обавештајне службе реализују самостално или уз помоћ других институција. Постојали су периоди кад се самом силом нису могли реализовати одређени стратешки интереси, и тада је и обавештајној служби припојена ова функција, која подразумева овладавање свешћу појединаца или маса, како би се без већих проблема могло лакше каналисати њихово понашање у жељеном правцу одређене државе.

Субверзивна пропаганда претходи свим другим дејствима, а често је и једини инструмент којим се реализује жељени циљ. Због тога што ове специфичне и деликатне активности повлаче са собом и опасност од компромитације одређене земље, осуде јавног мњења и губљења угледа, њихово спровођење је поверено обавештајним службама, јер уколико дође до откривања целог процеса, држава ће сву кривицу пребацивати на обавештајне службе. Увод у субверзивну делатност увек је темељно анализирање целокупне проблематике, где учествују различите институције, које финансирају обавештајне службе, ради прибављања поузданих, научно утемељених сазнања и информација на основу којих би одредили сопствене поступке. Овакву привилегију поседују искључиво обавештајне службе најразвијенијих земаља, нарочито оних које имају хегемонистичке претензије, тј. тежњу ка доминантним положајем у светском поретку.⁴⁹

Пропагандне акције, као једне од четири вида прикривених акција (уз економске, политичке и паравојне акције) представљају почетни корак у сва четири наведена облика, али могу да имају и самостални карактер. Њихов спектар деловања је веома широк и фактички залазе у све поре друштвеног живота. Под пропагандним акцијама подразумева се штампање чланака и књига, фалсификовање докумената, ширење дезинформација, манипулација политичким збивањима и деградација и компромитација

⁴⁸ Љубомир Стајић, Основни система безбедности, Правни факултет, Нови Сад, 2011, стр. 241.

⁴⁹ Милашиновић Р.: Терор запада над светом, Идиј – Ветерник, 1998. Стр.103,104

одређених људи путем масовних медија, при чему се користе најсавременије психолошке технике.

На основу доступних материјала, идентификоване су најупечатљивије особености субверзивних пропагандно-психолошких операција које су обавештајне службе спроводиле путем „обојене револуције“ у Србији:

- 1) изузетно висока финансијска подршка овом виду субверзивног деловања обавештајних служби;
- 2) обавештајне службе пружале су значајну финансијску, организациону и методолошку помоћ домаћим медијима и НВО у извођењу пропагандног рада;
- 3) у наведеној подршци обавештајне службе су, користећи „преносне каишеве“ задржале прикривеност свога ангажовања на плану финансирања, обуке и локације састанака;
- 4) обуку представника НВО реализовали су пензионисани представници обавештајних служби, састанци и обуке који су организовани, на различитим локацијама (Мађарска, Бугарска, Црна Гора), редовно су били под надзором агената страних служби;
- 5) подршка медијима и НВО у потребној техници спроводи се прикривено, дипломатским каналима или преко представништва страних фирми или земаља;
- 6) у суседним земљама, стављане се у функцију мреже радио-предајника са циљем да се у информативном простору Србије, емитовањем западних програма, изврши пробој прозападних информација које ће извршити утицај на домаће јавно мењење;
- 7) са почетком активног дела операције, обавештајне службе учествују у раду Интерресорне координационе групе која се формира у суседној земљи која координише целокупно деловање према објекту деловања;
- 8) у суседној земљи се формира и експертска „пропагандна група“ састављена од више десетина стручњака за подршку домаћим медијима и НВО у извођењу психолошких операција и продукцији пропагандних производа;
- 9) у суседној земљи или у земљи према којој се делује формира се, на тајној локацији пункт за масовну продукцију пропагандних производа;

10) путем утицајних агената, обавештајне службе активно, интензивно и циљано изводе психолошке операције у циљу врбовања и проналажења присталица политичких промена, првенствено у политичким, опозиционим, безбедносним структурама задуженим за очување правног поретка у земљи.

3.2.2. Верске заједнице

„Ресорна индустријализација“ (нафтна индустрија у арапским земљама и у Индонезији, производња наркотика у Авганистану и Пакистану) у великом степену доводи до маргинализације културе. Запосленост у овим областима повлачи за собом промене само неких спољашњих обележја културне свакодневице, али не стимулише комплексне промене културних навика, вредносних оријентација, социјалних веза. У зонама такве „индустријализације“ долази до настанка веома необичних социјалних и културних творевина, погодних за развој екстремних политичких усмерења. Тако, у условима непрестане напетости у међусобним односима централне власти и локалних заједница, тј. етничких мањина, главну улогу у „консолидацији“ становништва преузима на себе ислам. С тим у вези знатно се повећава политичка улога религије: џамије и медресе често постају центри пропаганде исламистичког екстремизма, а долази и до наглашене милитаризације религиозно-политичких организација као што су „Талибан“, „Хамас“, „Муслиманска браћа“, „Ал Каида“ и др. У исламском свету у већој мери, него рецимо у хришћанству, религија постаје основа међудржавних и међународних савеза, што само по себи ствара претпоставке за настанак идеја глобалног конфликта.

Постоји неколико облика исламистичког екстремизма присутних у данашње време. Најпознатији су субверзивни радикализам Ал Каиде и других група које су јој сличне широм муслиманског света: превентивни фундаментализам саудијског естаблишмента, као и институционализована револуција владајуће иранске хијерархије. Сви ови облици су, на неки начин, исламски по свом пореклу, али су неки од њих отишли веома далеко од својих корена. Све ове различите екстремистичке групе своје деловање представљају као свето кроз побожна позивања на исламске текстове, нарочито Куран и предања Пророка, и све три тврде да представљају истинитији, чистији и аутентичнији ислам од онога који тренутно практикује велика већина муслимана и који подржава већина религиозних лидера. Разматрајући изреке Пророка, на пример, они одбацују старе и дуго присутне методе које су развили правници и теолози да би проверили тачност и

аутентичност усмено преношених предања и уместо тога прихватају или одбацују чак и свете текстове на основу тога да ли поткрепљују њихове сопствене догматске или војне позиције или им противрече. Неки иду чак толико далеко да одбацују неке стихове из Курана као „опозване“ или „укинуте“. Аргумент који се користи да би се овакав поступак оправдао јесте тај да стихове откривене током раних година пророкове мисије могу заменити каснија, наводно зрелија открића.

Крајем 1995. године, после хрватске акције Олуја, католичке НВО су отпочеле пропагандну кампању са циљем да Србе из те области принуде на промену вероисповести. Кампања се сводила на прикривени ултиматум пласиран у форми молбе, да ће добровољном променом вере исказати лојалност хрватским властима и обезбедити себи пуну заштиту имовинских и грађанских права, која ће им под тим условима гарантовати Ватикан.

3.2.3. Невладине организације

Невладине организације⁵⁰ представљају један од кључних елемената пропаганде. Њихова улога је да својим "независним" статусом оправдају све оно што раде у интересу финансијера или да анатемишу власти у матичним земљама уколико нису кооперативне. Основни инструмент којим се служе су масовни медији преко којих пласирају селективну слику стварности. Зато, не треба да чуди што огроман део средстава НВО улажу у "независне" медије. Пропагандна активност коју спроводе усмерена је у више праваца. Први је према западној јавности, који обично дефинишу као "Међународна заједница", други је према јавном мњењу држава у којима треба остварити утицај, трећи правац је према локалним срединама које су окарактерисане као прозападно орјентисане (пријатељске) и четврти према срединама које имају третман непријатељске стране.

Такође, пропагандни наступ је прилагођен динамици и фазама одвијања процеса у одређеном региону. Основно оружје је добро осмишљена лаж, превара која садржи делимично истините елементе. Није редак случај да се користе и потпуне неистине како би се у датом тренутку постигао циљ. То се по правилу дешава када ситуација налаже хитно деловање, а деманти надлежних институција ће стићи након обављеног посла.

⁵⁰ Nevladine organizacije kao faktor izazivanja i upravljanja društvenim krizama i konfliktima, http://vendetablade.blogspot.com/2013/01/blog-post_4.html.

Пионир у области савремене пропаганде, Јозеф Гебелс, је рекао: "Хиљаду пута поновљена лаж на крају ће постати истина". Те тезе доследно се придржавају и модерни креатори медија. Данас се отворено говори о многим лажима које су западни медији преко НВО пласирали светској јавности како би се придобила подршка за војни наступ према Југославији. Те лажи се са данашње временске дистанце третирају као успешна ратна лукавства и мудро осмишљене политичке обмане. Савремени рат се углавном добија или губи у менталној сфери, медијским пропагандним надметањем и обманама.

Када кажемо *невладина организација* (НВО) обично помислимо на реализацију неког пројекта хуманитарног карактера. Међутим, *невладине организације* имају веома значајну улогу на плану унутрашњих политичких притисака. Ове, релативно нове политичке творевине осмишљене су да у интересу западних влада, дестабилизују, прилагоде, оборе или замене националне владе својих земаља. Називају се невладине јер се подразумева да локална власт државе у којој делују неће имати никакав утицај и контролу над њима. Оне представљају основне ћелије за ширење утицаја и постизање циљева који су у интересу оснивача. Само на иницијативу САД, основано је на хиљаде таквих организација, института, фондација, форума, асоцијација који се баве хуманитарним активностима, изучавањем фолклора, заштитом природе и сл. Захваљујући чињеници да "ко плаћа, тај се пита", Американци постављају кадрове уз стриктна упутства о правцима и начинима деловања, при чему им статус *невладине организације* пуну легализацију за боравак, кретање и активности. Из почетка, неприметно и ненаметљиво покрећу одређена питања у домаћој и светској јавности, да би се временом потпуно укључиле, а затим и наметнуле локалним политичким токовима, потенцирајући информације, полуинформације и дезинформације на одређене теме и проблеме а у складу са потребама налогодаваца (финансијера).

По функционалном концепту, НВО су засноване на испробаној доктрини специјалног рата, са свим обавештајним, субверзивно-пропагандним, а у неким случајевима и паравојним карактеристикама. Превасходни циљ је да као легалне институције, иницирају (или сценирају) унутрашњу кризу која ће послужити као повод за интернационализацију проблема, односно, као оправдање за спољну међународну интервенцију. Након интервенције, њихови задаци се преусмеравају на политичке промене и демократизацију друштва. Тако све оно, што се десило народу Југославије,

може бити добра поука другим земљама и народима који због свог геостратешког положаја могу бити на мети западних сила...

Као посебан облик институционалног деловања невладине организације су осмишљене првих година након Другог светског рата у Великој Британији. Британцима је половином двадесетог века постало јасно да оружану силу, на којој је почивала њихова дотадашња колонијална власт у многим земљама, треба заменити неким другим видом утицаја. Поставило се питање како једну земљу за чију су територију заинтересовани (због природних или привредних ресурса, геостратешког положаја...) довести у позицију да добровољно прихвати страну доминацију, доживљавајући власт странаца као пожељну солуцију за остваривање сопствених интереса. Тај задатак поверен је еминентним стручњацима из области социологије и психологије ради осмишљавања метода и техника уобличавања масовног јавног мишљења. У самом старту, дефинисани су предуслови које морају да испуњавају институције ангажоване на реализацији оваквих пројеката. Први предуслов је био обавезна формална независност од државне администрације. Њихов рад подразумева низ активности које су у супротности са основним етичким и правним нормама и ни једна заинтересована администрација (првенствено Британска и Америчка) није желела да улази у ризике компромитовања. Такође, независност од државне администрације давала је могућност иступања као непристрасног фактора. Други предуслов је била финансијска "независност". У ту сврху ангажовани су приватни фондови појединаца и корпорација који су иначе имали највећу корист од ангажовања НВО. У послове НВО, у великом броју случајева појавиће се и државе као финансијери али такви потези се маскирају преко више посредника како би се прикрили трагови у случају да реализација неког пројекта крене нежељеним током.

Прва организација те врсте био је Тависток институт из Лондона. Основно поље њиховог деловања биле су социјалне и друштвене кризе. Основ истраживања представљао је пројекат *Шок будућности*, развијен као научни метод манипулисања читавим популацијским групама. *Шок будућности* се описује као низ друштвених догађаја који долазе тако брзо да људски мозак не може да их апсорбује као информацију, јер је доказано да постоје јасне границе промена које је човек у стању да схвати и прихвати. После непрестаног излагања *шоковима* популацијска циљна група одлучује да више не жели да прави никакав избор. Колективна ментална презасићеност

резултира апатијом, којој предходе повремени изливи беса и протеста. Таква популација постаје лако подложна контроли и послушности, па без протеста следи сугестије са стране. *Шок будућности* се дефинише као специфичан ментални стрес који настаје преоптерећењем механизма за доношење одлука у људском мозгу и генерално се препоручује као оптимално средство за изазивање криза масовне несигурности. Према Тавистоковом упутству, постоје три реакције на стрес : прва је површност, нападнута популација се брани паролатама не идентификујући узрок кризе и зато не чини ништа и криза се продужава. Друга реакција је фрагментација, која се јавља настављањем кризе и урушавањем друштвеног поретка. Трећа реакција је самореализација (или самоосујећење) када популација окреће леђа кризи уз неприлагођени одговор.

Према главном теоретичару *Тависток Института*, Курту Левину, једна од основних техника за сламање морала састоји се у томе да се особа (популација) држи у неизвесности у којим се околностима налази и шта може да очекује. То се постиже честим осцилацијама између оштрих дисциплинских мера и обећања доброг поступања, заједно са ширењем контрадикторних информација. Под тим условима чак и они појединци који имају јасне циљеве остају паралисани оштрим унутрашњим сукобом око тога шта да предузму. Временом се *Тависток институт* развио у мрежу научних установа са истим циљевима. Између осталих то су *Међународни институт за стратешке студије*, специјализован за црне операције и изазивање криза; *Институт за политичке студије* чији огранци делују у многим земљама са циљем ширења дезинформација.

Прве НВО типа *Тависток института* у Америци се појављују 1946.године. За нови приступ ширењу утицаја највише је био заинтересован нафтни магнат Роберт Андерсон, у оквиру чије компаније АРКО је основан *Аспенов институт за истраживање тржишта*. Међутим, показало се да *Аспенов институт* нема капацитете који задовољавају потребе, па је у сарадњи са *Тависток институтом* формиран *Стенфорд истраживачки институт*, са преко 4000 хиљаде запослених и буџетом око 160 милиона долара. Већ педесетих година *Аспенов институт*, ступа у заједничке пројекте са Пентагоном и Централном обавештајном агенцијом. Један од њихових највећих заједничких пројеката започет је 1958. године, када је генерал Џон Фостер из Министарства одбране САД наручио за потребе

Пентагона научну студију која би обезбедила предност *технолошког изненађења*. Оквирни захтев односио се на то како да се сама социјална и природна околина непријатеља искористи као оружје што је подразумевало широк дијапазон истраживања. Мада званично никада није регистрован у списковима организација које раде за потребе Владе САД, од 1980. године, преко 60% свих пројеката *Стенфорд института* усмерени су на војно-безбедносне државне аспекте. Данас се посебно истичу два *Стенфордова* пројекта :*Програм за пословну шпијунажу* и програм *Мењање слике човека* кроз који се спроводи шири геополитички наступ према другим земљама.

Процењује се да је данас на територији САД регистровано преко милион НВО, а неке од најутицајнијих и са најбољом мрежом су:

- Удружење за хуманистичку психологију (Association for Humanistic Psychology). Ова организација развила је пројекат *социјалног инжињеринга* , као метода осмишљеног да изазове корените промене у групној оријентацији према социјалним, економским, религијским и политичким догађајима, до те мере да циљна група поверује да су наметнута мишљења и погледи њихови сопствени.
- Центар за изучавање демократских институција (Center for the Study of Democratic Institutions). Њихови стручњаци Хари Ешмор и Френк Кели предводили су тимове научника са циљем осмишљавања програма за наметање идеја о неопходности спровођења социјалних реформи либералног типа, закамуфлираних иза "демократске идеологије" .
- Фридом Хаус (Freedom House), данас једна од водећих НВО у свету. Приликом формирања, на чело организације постављен је Џејмс Носли, функционер службе ЦИА. У почетку, њихов циљ је био ширење просоцијалистичких дезинформација међу америчким радницима, а касније је деловање проширено на остваривање глобалног утицаја преко наметања "демократске идеологије" и "заштите људских права". Национална задужбина за демократију (National Endowment for Democracy NED), који уобичајено служи за формирање НВО у многим земљама. Има своја седишта у америчким амбасадама широм света. Обухвата две основне групације: Национални демократски институт (NDI), на чијем је челу Медлин Олбрајт и Међународни републикански институт (IRI). Под директном је координацијом службе ЦИА.

- Фонд за отворено друштво, међународна организација коју је основао Џорџ Сорош у оквиру своје приватне фондације. То је јавно експонирана мрежа са искључивим циљем довођења на власт проамеричких групација и појединаца у изабраним земљама. Практично, нема социјалистичке земље у којој је вршена промена власти а да иза тога није стајала Сорошева организација.
- Дајнкорп (DynCorp), обавештајно-безбедносна НВО, настала после Другог светског рата. До данас је постала трећа компанија по богатству у САД. Запошљава преко 18000 хиљада стручњака ангажованих на пословима од примене високе обавештајне технологије до извођења субверзивних операција широм света. Примања њихових службеника ангажованих по једногодишњем уговору на простору бивше СФРЈ била су око 85 000 долара плус теренски трошкови. Од самог оснивања је под уговором са Стејт департментом, Пентагоном и ЦИА. Најважнији сектор им је Управа за међународне односе са седиштем у војној бази Форт Ворт у Тексасу.
- Међународна кризна група (International Crisis Group), коју је основао бивши амерички амбасадор у Турској Мортон Абрамовић. Располажу годишњим фондом од око 100 милиона долара, обезбеђених од глобалистичких извора. Као главни финансијер појављује се Џорџ Сорош. Створени су да би се наводно бавили превенцијом криза, међутим основни посао им је распиривање истих. Има релативно мали број чланова али су сви високо рангиране личности, претежно дипломате. Посебно је присутна на Балкану.
- Центар за ненасилни отпор. То је релативно нова НВО ослоњена на искуства *Стенфорда*, а финансирана углавном из фондова Међународног републиканског института. Овај центар је осмислио метод ненасилног поступка преузимања власти иницирањем масовних грађанских и студентских протеста. Акцијама ове организације непосредно руководи пензионисани обавештајац Роберт Хелви. Имајући у виду да се ради о организацији чији је основни задатак изазивање криза и сукоба ниског интензитета, сама њена појава на територији неке државе је сигуран знак да ће ту доћи до крупних политичких проблема.

До осамдесетих година прошлог века, наступ НВО имао је упечатљиву антикомунистичку црту. По паду комунизма, принципи функционисања остали су исти,

само је идеолошка обојеност наступа промењена и представљена флоскулом "супротстављања недемократским, националистичким и аутократским владавинама" што је остало као синоним за сваку власт која није по вољи запада. Начин на који су НВО улазиле у независне државе само је у почетку био компликован. Временом је постајало све лакше, док на крају нису почеле да се појављују уз вољну или прећутну сагласност Влада домаћина које је требало да обарају. Свака економска или технолошка помоћ коју је нека земља тражила од Запада или прихватала као добронамерну понуду, условљена је упућивањем те помоћи посредством неке од НВО. Тако су прве НВО свој продор у социјалистичке земље направиле преко Америчког сервиса за информисање (USIS) и Америчке агенције за међународни развој (USAID). Други начин продора је преко закамouflираних, фиктивно образлаганих, позива локалних институција економског, социјалног, образовног или научног профила уз обавезну асистенцију корумпираних службеника из политичког врха земље домаћина. Последњих година, кључну улогу у пласману Западних НВО имају Уједињене нације, препуштајући им монопол над "хуманитарним мисијама" и допуштајући да се под изговором "борбе за мир" мешају у унутрашње ствари држава. Практично, свака земља чланством у ОУН обавезује се да толерише такве активности.

Светску мрежу НВО је веома тешко са сигурношћу реконструисати. Међусобна субординација је најчешће прикривена јер се везаност за централу и изворе финансирања остварује преко посредника. Треба имати у виду да су многе организације формиране за један конкретан посао, а одмах затим угашене уз преусмеравање надлежности на другу организацију. Посебан проблем код праћења њихових активности представљају Асоцијације НВО чијом се регистрацијом истовремено региструје и десетине других организација. Повезивање НВО у светску мрежу интензивирало је у последњих неколико година на иницијативу ОУН-а, ОЕБС-а и Савета Европе који су својим званичним документима дали обавезујућу препоруку земљама чланицама да се ангажују на том плану.

Добар пример разгранатости НВО је Фридом Хаус. Ширење њених испостава одвија се кроз званичну државну помоћ коју америчка Влада упућује појединим земљама преко дипломатских канала Америчке агенције за међународни развој (USAID) у оквиру "развоја стабилног друштва, демократских институција, хуманитарног права" и сл. Фридом Хаус тако званично региструје своју експозитуру, упошљава кадрове и

обавља потребна истраживања из области "права човека", "демократских слобода", "независних медија"...од чијих резултата зависи да ли ће дотична земља добити кредите од Светске банке, повлашћен положај код ММФ-а и сличне бенефиције. Легализација поменутих истраживања омогућава јој неометано ступање у контакт са опозиционим и сличним структурама које претендују обарању система, чиме се Фридом Хаус директно укључује у унутрашње политичке токове земље домаћина. У различитим фазама наступа Фридом Хаус се ослања на усаглашено деловање са другим западним НВО, па је понекад тешко разлучити ко је чија експозитура. На пример, у готово свим бившим социјалистичким земљама у којима је дошло до преврата, као њихов главни финансијер појављивао се Џорџ Сорош. Такође, у оквиру активности Фридом Хауса, приликом рушења система у СФРЈ, а касније и приликом покушаја преузимања власти у Зимбабвеу, као организатор активности појављује се амерички Центар за ненасилни отпор чије је руководство било окупљено око Фридом Хауса, тако да се тешко може прецизирати коју од ових организација окарактерисати као одговорну. Други карактеристичан пример светске мреже НВО је ланац институција из састава *Сорош фондације* која је преко тридесет година остваривала доминантан утицај на опозиционе структуре у свим бившим социјалистичким земљама. Мада Сорош званично тврди да његова фондација никада није учествовала у политичким превратима, један од директора фондације, Бега Руса, недавно је изјавио да је за финансирање опозиционих лидера и медија у Србији неколико година издвајано око 50 милиона долара годишње. Сорош се није ослањао на продор преко америчких дипломатских препорука и условљавања већ је најчешће наступао самостално, дајући значајна финансијска средства локалним научним и образовним установама без политичког притиска. Временом су управо те установе постале главни заговорници његових интереса. Неколико генерација високо котираних стручњака, његових стипендиста, спонтано су се наметнули као ауторитети у источној Европи. Данас ти људи представљају окосницу "демократских Влада". Перфидност наступа НВО огледа се између осталог и у чињеници да конкретни подаци о њиховој непријатељској делатности постају видљиви тек када у некој земљи изврше преузимање власти. Наравно да су угрожене државе доста тога знале и раније, али нису могле (или нису смеле) да реагују. Околности под којима делују НВО увек су такве да државном врху не преостаје ништа друго него да остану пасивни. Непријатељско деловање таквих организација спроводи се на такав начин, да га је веома тешко у кривично-правном смислу доказати и процесуирати. До

данас, није се појавио податак да је припадник неке прозападне НВО, у било којој земљи осуђен, али зато, постоји обиље података о шпијунима из тих организација који су у државама деловања постали министри или чак премијери.

Када су у питању подаци о активностима обавештајних служби преко невладиних организација у Србији, интересантан је податак да је свега 26% организација настало у периоду до 1989. године, а чак 58% у периоду између 1990. и 2009. године. Сарадња западних земаља са НВО у Србији, извршена је на примеру сарадње западних представника са покретом „Отпор“. Важна карактеристика рада Отпора била је та да се ова организација од самог почетка свога рада фокусира на не само на финансијску, него и организациону и методолошку помоћ из иностранства.

Обука припадника Отпора била је пажљиво разрађена, нарочито у области тактичке-ненасилне комуникације, односно примене такозване методе „конфликт резолуције“. Поред учења „гандијевских метода“, полазници су подучавани како да пасивним физичким отпором и изазивањем „ненасилних“ нереда (буком и физичком обструкцијом), прекидају режимске манифестације, ометају трибине, говоре, провоцирају полицију на насиље, а потом документују и публикују у медијима то насиље, ради стварања анти-режимског сентимента. Истовремено су подучавани како да „седуцирају“ режимске представнике- на пример, тако што ће полицајцима и војницима делити цвеће и памфлете; Како да шире дезинформације - и то тако што ће економске недаће настале као резултат санкција, упорно приказивати као грешке режима- или како да манипулишу пензионере: наводним залагањем за решавање њиховог статуса.⁵¹

„Отпор“ уводи низ процедура за учлањење које су морали проћи нови чланови да би се доказали. Као прво, за њих су морали гарантовати пријатељи већ учлањени у покрет. Друга, важнија фаза ширења чланства и иницијације била је посвећена семинарима о „ненасилном отпору“. Тек после свих ових тестова нови члан је могао да буде стављен на списак за наплату свих додатака. На пример, у децембру 1999. године, новом члану покрета који је предложио оснивање нове филијале „Отпора“ у једном провинцијском градићу, било је исплаћено 130 долара за организационе трошкове и био му је издат

⁵¹ Види шире: <https://miodragnovakovic.wordpress.com/tag/miodrag-novakovic/>.

мобилни телефон и пропагандни материјал (неколико паковања летака и флајера, ролне постера, паковање спрејева са бојом, мајице са знаком „Отпора“).

3.3. Финансирање субверзивне пропаганде

Подаци о конкретним сумама кој е поједине земље улажу у пропагандну делатност нису доступни јавности, нити се могу прецизно реконструисати, јер, поред директног финансирања институција у чијој се надлежности налази пропаганда, средства се дају и установама чија делатност није примарно пропагандистичка, већ се посредним путем, кроз обављање редовне делатности, остварују пропагандни и идеолошки ефекти. Обавештајне службе у овом смислу посебно дотирају поједине активности, институције, али и појединце.

У западним земљама пропагандне институције добијају новчану помоћ од влада својих земаља, или посредним путем од неких фондација, удружења и силних организација. Међутим, немогуће је похватати све нити и бројне међуфакторе који се користе у финансирању пропаганде. У сваком случају, средства која се улажу у пропагандне активности огромна су, јер је реч о активностима које изискују знатна материјална средства.

Према подацима који су публиковани још 1958. године, америчка влада ј е одобрила милијарду долара за међународну пропаганду. Имајући у виду да је од тада прошло скоро седамдесет година, може се само претпоставити да садашња улагања у пропагандну делатност САД која су намењена иностранству представљају фантастичне цифре.

У новинским агенцијама су такође концентрисана огромна финансијска средства за пропаганду, што, са друге стране, игра велику улогу у остваривању монопола у информисању светске јавности. Свакодневно се преко ових агенција пренесу милиони речи и десетине хиљада информација, које преузимају мањи и сиромашнији листови, радијске и телевизијске станице широм света.

Док слушамо оптужбе против Русије како „тајно финансира” медије из државне касе, једва да икад чујемо о томе како САД исто то раде широм света. САД финансирају медије свуда, а трагове прикривају дајући новац невладиним организацијама. Кад Русија то ради, медиј који добије новац означава се као њена својина. Међутим, кад

Америка то ради на свој крајње орвеловски начин, кажу да је то „развијање независних медија у свету“.

Од 2007. године америчка влада је само за медијске пројекте у Украјини дала 25,5 милиона долара. Од 18 испорука, 14 је ишло у Internews Network. Ако се мало боље погледа, схватиће се да је то чинилац који је веома усклађен са политиком западних mainstream медија и Беле куће. Међу његовим донаторима су многе западне државне агенције и добро познати „ствараоци демократије“, углавном организације посвећене испуњавању америчких интереса у иностранству под плаштом одбране демократије и људских права.

Ово су неки од њих: Фонд браће Рокфелер, Породица Рокфелер и сарадници, Рокфелер фондација Џон и Кетрин Мекартур, Фондација Џон и Џејмс Најт, Гугл, Фондација Отворено друштво, мрежа Омидијар, Европска комисија, министарства иностраних послова и агенција за међународни развој разних земаља (Холандије, Норвешке, Шведске, САД, Велике Британије), Светска банка, Freedom House, Институт за националну демократију (непрофитна организација америчких демократа), Национална задужбина за демократију...

Ипак, јавно-приватни механизам отвореног финансирања активности у свету није зауставио медијску машинерију CIA. Центар за међународну медијску помоћ (CIMA), пројекат NED, неколико пута годишња износио је извештаје о стању у медијима у земљама широм света. Први извештај био је о америчком јавном и приватном финансирању независних медија у иностранству. Циљ извештаја је био да се сазна ко су велики донатори, на који сектор су тачно усредсређени и како се могу информисати потенцијални донатори независних медија као есенцијалних стубова демократског друштва.

У извештају из 2007. године сазнали смо да су САД отворено и тајно финансирале светске медије са 142 милиона долара, а да је само америчка влада дала 69 милиона. NED је дао 13 милиона, USAID чак 50. Посебно занимљив део извештаја је стратегија за 2007-2012, где се наводи да ће „влада унапредити медијске слободе стварањем и развијањем независних медијских кућа“.

USAID игра кључну улогу и финансирању „независних” медија, поготово на простору бившег СССР. Америчка влада чак директно финансира медије у Русији. Године 2011. и 2012. USAID је дао 2,5 милиона долара за програм под називом Независни штампани медији у Русији. Новац је такође ишао и организацијама FNE и Foundation Finformpolicy Dvl. Иако звуче као мале цифре у односу на претходне, већина државног новца за „медијски развој”, односно за пропаганду и политичке субверзије, иде кроз владине „невладине организације”, попут NED и Freedom House, како би се замаглило порекло новца. И те куће свакако неће помагати оне који се опирају реторици западних mainstream медија. Буџет NED за 2012. само за Русију био је виши од 4,6 милиона за помагање „слободе информисања“.

Зато треба наставити жигосати организације и појединце који се издржавају из прилога фондација као што су Рокфелерова и Фордова, затим горе наведени ACMP (USAID), НЕД, (NED), те Национални демократски институт за међународне односе (НДИ-NDI), Међународни републикански институт (МРИ-IRI), Амерички центар за међународну радничку солидарност (АЦМРС-ACILS), Међународни центар за приватно предузетништво (МЦПП-CIPE), Центар за међународну подршку медијима (ЦМПМ-CIMA) итд. Међу европским спонзорима политичке субверзије истичу се Вестминстерска фондација за демократију (ВФД-WFD), Њемачки Маршалов фонд (German Marshall Fund), Европски инструмент за демократију и људска права (ЕИД-EIDHR) и многи други.

Када се анализира посебност рада страних обавештајних служби према Савезној Републици Југославији путем медија, у радовима наших безбедносних стручњака, које се могу третирати као релевантни, налазе се подаци о начину финансирања, висини сума и фондова намењених пропагандним операцијама које су западне обавештајне службе спроводиле путем медија у Србији пре НАТО бомбардовања. Тако домаћи безбедносни експерти потврђују да су прве „јурише на југословенске медијске просторе“ извеле америчке владине и невладине организације, које су током 1997. и 1998. године преплавиле југословенски простор пружајући својим обавештајним службама уточиште да лагодно обављају посао.

У својој књизи „Сачекуша за Србију“, Зоран Мијатовић, бивши руководилац Службе државне безбедности Републике Србије, набраја датуме и суме за које је сазнала

тадашња Служба државне безбедности (СДБ). Наводи се да USAID и Амерички информативни центар у Београду, фебруара 1997. године, издвајају 3.000.000 долара за новинаре, исту суму, за неке „опозиционе партије“, 2.000.000 „за неке синдикате, које су касније ставили у функцију своје политике“, пола милиона за неке невладине и хуманитарне организације. У септембру исте године издвојили су 1.000.000 долара за Радио „Б92“, у октобру 7.000.000 долара за медије у Републици Српској, а у новембру су дали 260.000 долара влади Црне Горе. У јануару 1998. 266.000 долара за дистрибутивну мрежу, којој УНЕСКО додаје још 400.000 долара. „У фебруару исте године USAID ће издвојити још 250.000 долара за финансирање појединих медија, којима ће диктирати уређивачку политику. Такође, наводи се, (Сорошов) ’Фонд за отворено друштво’ од 1997. године, а можда и раније, директно финансира ’Нашу Борбу’, ’Време’, агенцију ’Бета’, Радио ’Б92’, ’Студио Б’, ’Монтену’, као и ’Коху Диторе’, дневни лист, сада косовског политичара Ветона Суроија.“ Па још 3.000.000 долара од Америчког информативног центра за „Б92“ током 1998. године, 200.000 за „Коху Диторе“, АНЕМ-у 4.000.000. „Паре“, дели и Хелсиншки одбор за људска права из Шведске. „Нашој Борби“ 870.000 долара, Радију „Б92“ 1.440.000 долара, „Кохи Диторе“ 1.690.000 долара, „Хелсиншком одбору Србије“ 1.593.000 долара.⁵²

Америчка влада је, после завршетка бомбардовања, наставила да финансира српску опозицију и медије у Србији, и пружа им додатну помоћ у потребној опреми и техници. Тако је око 35 милиона долара дато српској опозицији у години пре избора који су одржани у септембру 2000. године. Помоћ је укључивала и радио-уређаје и опрему за опозиционе радио-станице, компјутерску опрему, телефоне и факс машине за неколико опозиционих организација. Опозиционим медијима дато је додатних 6 милиона долара од стране институција ЕУ. Две организације, које су биле под окриљем америчког Националног фонда за демократију (NED) обезбедиле су додатних 4 милиона долара за активирање гласачког тела у Србији.⁵³

У пропагандном раду према режиму Слободана Милошевића, било је планирано да важну улогу одиграју локална средства јавног информисања, која нису била под тако моћном цензуром режима, преко којих се могла издавати периодична штампа, где су постојале радио-станице, па чак и локалне телевизије које нису биле под директном режимском контролом.

⁵² Види шире: Мијатовић З.: „Сачекуша за Србију“, Недељни телеграф, Београд, 2007

⁵³ Erlanger S.: “Milosevic, Trailing in Polls, Rails Against NATO“, New York Times, September 20, 2000.

4. ПРИМЕР СУБВЕРЗИВНЕ ПРОПАГАНДЕ НА СРЈ

Субверзија је пре свега политичко средство, а пропаганда њен кључни елемент. Субверзивна пропаганда се примењује ради промене политичких, друштвених, и економских односа у некој држави, организацији или региону.

Имајући ово у виду јасно се могу препознати разне активности вођене против СРЈ у задњој декади двадесетог века. Комбинација слободе говора и великог броја разних невладиних организација „за ово и оно“ у комбинацији са „независним“ медијима је била добитна комбинација САД у субверзивно-пропагандном рату против СРЈ, а и против СФРЈ пре тога. Коришћене су разне легалне и полулегалне методе од стране моћних држава како би се јавно мњење и политичке опције у државама одржали или уздрмали, а на крају уклонили са политичке сцене.

Од самог почетка превирања на просторима бивше СФРЈ, Хрвати, Муслимани и Албанци су схватили, односно било им је сугерисано, да дају велики значај пропаганди и кренули су у лобирање. Наручили су од америчке агенције за односе са јавношћу „Рудер Фин“, са седиштем у Вашингтону, да води информативни рат против Срба. Посебно је јак притисак на медије са овим циљем био од маја до децембра 1992. године. Џемс Харф, директор компаније „Рудер Фин“ каже: „Ствар је једноставна. Потребан ти је телефакс, компјутер, картотека и вешти новинари. Наш посао састоји се у томе да расејемо информацију, да је што брже пустимо у промет...Ако догађаја нема, треба га измислити...Ми нисмо плаћени да будемо морални, већ да убрзамо ток информација које су за нас повољне...“⁵⁴

Субверзивна-пропаганда која је реализована против Срба, СРЈ и сада Србије може се поделити у четири периода:

- Први период или период обликовања – од средине осамдесетих година прошлог века до избијања рата у Босни и Херцеговини;
- Други период или период потврђивања – обухвата период рата у Босни и Херцеговини од 1992. до 1995. године;

⁵⁴ Жугић Н. : Пропагандни рат против Срба, 08. Април 2010

- Трећи период је период експлоатације – период од краја рата у Босни и Херцеговини до одласка С. Милошевића с власти;
- Четврти период је период „отворених врата“ – од одласка Милошевића са власти и траје и данас.

Први период субверзивно-пропагандних активности, односно период обликовања, је био усмерен ка стварању слике о Србима као кривцима за распад СФРЈ. Пошто је СФРЈ била ванблоковска и несврстана земља, крајем двадесетог века и распуштањем Варшавског пакта, њена улога се морала дефинисати. Политику коју је заступала СФРЈ о борби против политике силе те равноправност и немешање у унутрашње ствари земље су биле у колизији са савременим експанзионистичким империјалним интересима. Друштвено политички систем и географски положај су избили у први план као основни магнети разних тајних служби и агенција које су уз помоћ свих врста субверзивних делатности покушавале да промене систем и остваре своје трајно присуство на простору бивше СФРЈ. Интерес за СФРЈ је почео и раније али је деведесетих година све кулминирало. Интересантно је навести извештај Бранка Мамуле (тадашњег Савезног секретара за народну одбрану СФРЈ) да је током субверзивних делатности против Србије на Косову и Метохији, између 1981. и 1987. године, у ЈНА откривено 216 илегалних организација са 1435 чланова који су сви били Албанци по националној припадности. Он је изјавио и да су албански субверзивни елементи припремали „атентате на официре и војнике, тровање хране и воде, саботаже, упаде у магацине наоружања и крађе оружја и муниције, дезертирање и изазивање озбиљних националистичких инцидената у војним јединицама“.⁵⁵

Свестан јаког утицаја страних земаља и њихових тајних служби, генерал Вељко Кадиевић је 1990. године предложио Борисаву Јовићу, тада првом човеку СФР Југославије, да проведу акцију разоткривања утицаја ЦИА и БНД на СФРЈ. Припреме за ту акцију извршене су и направљена је група од седам инспектора државне безбедности. Ипак савезна држава је била већ врло слаба. Овај план се никад није спровео у дело.⁵⁶

⁵⁵ Влајки Е. (2007): Косовско распеће Србије, Никола Пашић, Београд

⁵⁶ Лопушина Марко (1997): ЦИА против Југославије, Народна књига, Београд.

Амбасадор САД у Београду деведесетих година прошлог века Ворен Цимерман, зачетник америчке кампање против Србије, је на основу информације од Борисава Јовића за Дан републике (29. новембар 1990. г), да ЈНА неће реаговати ако се Словенија покуша отцепити, послао извештај у САД. Одмах затим су Словенци добили зелено светло од САД преко Лоренса Иглберга да су Американци „више заинтересовани за демократизацију него ли за јединство Југославије“.⁵⁷

Један од врло упечатљивих примера субверзивне делатности према СФРЈ је када је у мају 1991. године Стипе Месић изабран за Председника Председништва СФРЈ, иако је јавно говорио да ће радити на разбијању државе. Изабран је на основу грубих и систематских притисака Европске уније на СФРЈ (где је Немачка имала главну реч), а не сумњиво из разлога што су били уверени да се он ревносно испунити све њихове захтеве у погледу разбијања СФРЈ.⁵⁸

У први мах су до прве половине деведесетих година прошлог века страни мешетари успели у својим циљевима. СФРЈ се распала, прешло се са једнопартијског на вишепартијски систем те остварена је присутност или контрола држава у војном и политичком смислу у Словенији, Хрватској, Македонији и Босни и Херцеговини. Остала је СРЈ коју је требало преобликовати по већ виђеном сценарију. После распада СФРЈ дејства су усмерена на поткопавање политичке, економске, моралне и психолошке чврстине и стабилности СРЈ. У првој фази се ишло на економску и друштвено-политичку дестабилизацију државе, а затим на дискредитовање владајућег апарата, и осујећивање свих позитивних спољно-политичких активности.

Стварању негативног стереотипа о Србима у западној јавности је кључни период ове прве фазе субверзивно-пропагандних активности против Срба и Србије. Анализирајући најпознатије светске писане медије из тог периода Бојан Б. Димитријевић износи податак да је још 1990. године лист „Економист“ извештавајући о српском бунту против нових хрватских власти у Крајини и формирању Српске аутономне области „поставио неке негативне премисе на основу којих је, заједно са другим западним медијима, посматрао Србе у рату који је уследио. У тим медијима истицали су се: српска бунтовност, насиље против легитимних власти (у том случају хрватских), орјентација

⁵⁷ Лопушина Марко (1997): ЦИА против Југославије, Народна књига, Београд.

⁵⁸ Мијалковски М. (1996): Изненађење у субверзивном рату, Војно дело, Новинско-издавачка установа „Војска“, бр.2, стр. 83-101.

Срба на Југословенску народну армију (која је углавном српска), самопрокламованост и самоорганизованост српских области“. Све је то кулминирало медијским ратом током сецесије Словеније у јуну и јулу 1991. године, а посебно преношењем рата на простор Хрватске. Стереотип о цивилним жртвама и јачини ЈНА у односу на наводно „ненаоружане хрватске снаге, које су се бориле за независност“ користили су издашно западни медији. У том периоду српска страна је била у тоталној медијској блокади и у немогућности да каже своју страну приче.

Након стварања прве слике о Србима као „лошим момцима“ долази до *друге фазе у субверзивно-пропагандном рату* против Срба, а то је период рата БиХ и *то је фаза потврђивања*. То је подразумевало да се слика која је о Србима створена током деведесетих година и током рата у Словенији и Хрватској потврди у Босни и Херцеговини и да се Срби и Србија дефинитивно ставе у улогу „лоших момака“.

Самим признавањем БиХ у априлу 1992. године запад се ставио на једну страну у сукобу и кренуо у бесомучну кампању против Срба у Босни и Херцеговини и СРЈ. Немачка, Велика Британија и друге европске земље су покренуле низ активности којима су Срби окарактерисани као агресори и злочинци. Иако САД нису одмах биле уз своје европске савезнике, већ 06.08.1992. године је председник САД Буш у говору у Колорадо Спрингсу дао основне претпоставке односа САД, а тиме и остатка Запада према кризи и рату у Југославији. Он је ситуацију у Босни дефинисао „као хуманитарну катастрофу с етничким чишћењима, што је требало зауставити свим средствима“. Зато је Србију требало изоловати економски и политички. У међувремену основна тужба Србима која је наметнута била је она за „агресију“, а онда и остале изведене из ње за бруталност, етничко чишћење, планско силовање, формирање логора, масакре итд., а све је то наводно стратегија стварања Велике Србије. Први пут је по истраживању Бојана Б. Димитријевића израз „етничко чишћење“ везано за Србе у Босни и Херцеговини употребљено у часопису „Економист“ од 09. маја 1992. године у тексту „Крв и сузе“. Након тога у другој половини 1992. године по истраживању Димитријевића долази до масовне употребе тог израза када су Срби у питању.

У том периоду посебно је била значајна пропаганда у цифрама где су западни медији представљали муслиманске жртве у стотинама хиљада, као и број протераних који се пео преко 200.000, а посебан утицај је имала информација о броју силованих муслиманки од стране српских војника где су цифре ишле и до 50.000. На основу тих

информација Фред Пелка је у листу „Хјуманист“ употребио термин „фемицид“ против „несрпских жена“ као део стратегије за „уништавање муслиманског и хрватског друштва“. Правећи од Сарајева жртву коју „лагано даве Срби“ појавио се и нови термин „урбицид“, који је био везан искључиво за српске војнике и њихове активности у Босни и Херцеговини док су се сукоби Муслимана и Хрвата у Мостару готово прећуткивали, а ако не онда су то били обични ратни сукоби две зараћене стране.

Ричард Холбрук (преминуо 2011. г) је изјавио следеће: „Милошевић је почео четири рата. Изгубио их је све. Највећи је био онај у Босни, где је преко 300.000 људи умрло, и где је остало два и по милиона бескућника. И ми смо их бомбардовали у августу и септембру 1995. Требали смо то учинити много раније“. Ове неистине о броју жртава у Босни и Херцеговини су представљале Србе као монструме јер нико није говорио колико је Срба у тих наводних 300.000. Подразумевало се ваљда да су то првенствено Муслимани/Бошњаци и делом Хрвати као да на Србе нико није пуцао. Као да није рат. Већ у јануару 1993. године Муслимани су кроз своју пропаганду проширили вест о 200.000 па и више Муслимана побијених од стране Срба у Босни и Херцеговини. Чак су и поједини новинари и званичници подржавали те изјаве док је већ свима јасно да су укупне жртве у Босни и Херцеговини око 100.000 на свим странама. Тако се каже у 202 различита акта, извештаја, новинска чланка итд. да је број погинулих у ратовима у Босни и Херцеговини 200.000 и више док свега 13 тих докумената спомиње цифру од 100.000. У чак 99 различитих писаних докумената, чланака и слично, помиње се цифра од 250.000, док се у 27 помиње она од 300.000 жртава. Медији у САД су били такви да су 76 случајева преносили број од 250.000, док је цифра од 300.000 била поменута два пута, преноси Димитријевић.

Исто је учињено и чини се са Сребреницом и пренадувањем броја побијених Муслимана/Бошњака. Цифра од 8.000 није она која се може прихватити. Са временом на видело излази велики број информација које иду у прилог мањем броју убијених. Тела је за сада нађено свега око 2.600, а међу њима је доста оних који су погинули током ратних дејстава од 1992-1995. године као и оних који су умрли током рата у Сребреници. Чак и борци муслимани из Сребренице покрећу питање стварног постојања меморијалног центра у Поточарима, пошто се сахрањују и они који рата видели нису.

Како преноси М. Лопушина у књизи ЦИА против Југославије, доктор историје Норма фон Регенфелд Фелдман 1995. године написала је: „У последње три године, амерички медији су направили изузетан посао подржавањем негативног имиџа Срба и Србије, и то до те мере да је у низ случајева то помогло да се дође до политичких резултата који имају огромну улогу у наношењу смртних рана Србима у Хрватској, Босни и Србији. У колико се америчка политика кажњавања Срба не промени, успеће у свом циљу да униште једну земљу и деморалише један народ.“

Експлозија у улици Васе Мискина у Сарајеву 1992. године, у којој је погинуло или рањено 50 људи била је повод да се СРЈ прогласи за агресора у Босни и Херцеговини, а у Београду је уведена економска блокада. Када је блокада скинута од стране већине европских држава САД су задржале блокаду са своје стране као средство за даље притиске и уцене. Други догађај је била експлозија на сарајевској пијаци Маркале и то је случај Маркале 1. Убијено је 66 људи. Иако директних доказа није било да су Срби испалили гранату то је довело до бомбардовања Срба. По истом сценарију је дошло до нове експлозије 1995. године – Маркале 2. То је био окидач који је омогућио да се удари НАТО авиона појачају и Срби натерају да седну за преговарачки сто. Притисци на јавно мњење у свету, медијска блокада Срба и отворено агитовање на страни Муслимана и Хрвата довели су до стварања комплетно погрешне слике о Србима, Србији и рату на просторима Балкана. Зато је ово била фаза потврђивања онога што је започето у Словенији, али је рат био сувише кратак да би се постигао циљ, па се демонизација Срба наставила кроз ратове у Хрватској и Босни и Херцеговини.

Трећа фаза субверзивно-пропагандних дејстава, фаза експлоатације, против Срба и СРЈ је фаза након завршетка рата у Босни и Херцеговини и све до одласка Милошевића са власти. Та фаза је била усмерена на СРЈ и сламање њене унутрашње структуре, раздвајање Србије и Црне Горе и одвајање Косова и Метохије из територијалног састава Србије. То је период масовне појаве „независних медија“, разних невладиних организација и покрета али и периода директне подршке сепаратистима на Косову и Метохији. У исто време се у Босни и Херцеговини тежи завођењу диктатуре Високог представника, смењују се легално изабрани представници власти у Републици Српској па чак и легално изабран председник Никола Поплашен. Прогоне се Срби за наводне ратне злочине, диже се у висине Сребреница, а Срби у Босни и Херцеговини и Србији се и даље проглашавају агресорима. Хапсе се и процесуирају највећи заслужници за

одбрану Српског народа, политичари, генерали и војници Војске Републике Српске. Све је то праћено великом медијском кампањом која није одударала пуно од оне ратне и то највише у смислу да су Срби и даље лоши, а Муслимани и Хрвати добри момци.

Како се и на који начин водила субверзивна-пропаганда против СРЈ током бомбардовања најбоље описује сам творац те пропаганде Алистер Кемпбел. Као саветник Тонија Блера британског премијера и као човек задужен за комуникације у његовом кабинету био је кључни творац медијске пропаганде током бомбардовања СРЈ 1999. године. Задатак му је био „укротити западноевропске медије“ како би се агресија оправдала и да сакрије од јавности запада све оно што снагама НАТО није ишло у прилог. Пошто је кампања почела без учешћа свих чланица НАТО и без Резолуције ОУН Србија је по његовом писању на почетку добијала медијску битку. За разлог он наводи Милошевићеву потпуну контролу над својим медијима, а медији запада су били осетљиви на слике које су стизале из СРЈ. Колико је Кемпбел био моћан говори и његов разговор са генералом Веслијем Кларком. Када је Кларк питао Кемпбела да ли да баци разорну бомбу на Србију која „уништи простор четири фудбалска игралишта, а да се тек тада активирају гранате па се штета додатно шири“, он му је одговорио: „Уколико је употребите јавите нам раније да би могли да смислимо одговарајуће објашњење.“ Своје лекције научене из бомбардовања Србије применио је приликом придобијања британске јавности за рат у Ираку. Он је пласирао лаж о хемијском оружју и Ираку, а та информација је била кључна за отпочињање рата. Иако никад такво оружје није нађено, нико није одговарао због тога, а посебно не Кемпбел.

Тим Маршал је врло јасно описао и расподелу послова око планирања и политичког рата против Милошевића: „Вашингтон је дао највећи део новца и неке идеје, Лондон се бацио на планирање, и обе стране су се сложиле да ојачају опозицију помагањем таквих организација као што су Отпор и медији као што је Б92“. Према наводима Владимира Ђукановића, Национална задужбина за демократију (НЗД- Ову организацију САД потпуно финансира Конгрес, а основана је 1983., да би у свету „покривала“ прљаве послове ЦИА-подршка пропаганде субверзивним делатностима.) је у своме извештају из 1998. године објаснила да „помаже програме за изградњу демократије у бившој Југославији још од 1988. године, заједно са Сорос фондацијом. НЗД је омогућила новинарима, радио и ТВ станицама да купе опрему и потрепштине, укључујући штампарску опрему и радио одашиљаче. Међу добитницима наших

средстава до сада су биле новине Наша Борба, Време и Данас, СТВ Неготин, Радио Б92, АНЕМ и новинска агенција БЕТА.“ Спекулант мађарског порекла, како преноси Геополитика, Џорџ Сорос је имао знатан утицај на формирање „независних медија“ у Источној Европи. Био је ангажован у „реформисању“ источноевропских друштава. Годишње је трошио преко 300 милиона долара за своју мрежу од преко 1000 запослених у 30 земаља света. Отворено се залагао за бомбардовање Србије, а и лобирао за независност Косова. Емил Влајки, потпредседник Републике Српске из реда Хрватског народа, у интервјуу за „Правду“, а преноси Геополитика истиче: „Нарочито су тзв. Независни медији финансирани по правилима, тзв. Западне демократије. Они који испуњавају основни услов да буду уз њих и пласирају западну причу, добиће паре. То су експозитуре америчких пропагандних филијала.“

Према писању Владимира Ђукановића у Геополитици⁵⁹ Амерички Сенат 29. Јула 1999. одржао саслушање о стратегији и под називом „Могућност увођења демократије у Србији“. Говорило се о обарању Милошевића, а у разговору су учествовали тадашњи амерички изасланик за Балкан, Роберт Гелбард, његов помоћник Џејмс Пардју и сенатор Џосеф Бајден. На састанку је потврђено да је опозиција у Србији добила 100 милиона долара, а 16,5 милиона је потрошено пре тога за „демократизацију Србије“. Црна Гора, за задатак да поткопава режим у Београду, добила је 20 милиона долара. В. Ђукановић преноси и изјаву Џејмса Пардјуа: „Ми радимо кроз невладине организације. Успоставили смо обруч око Србије који користи међународне фреквенције, али смо понудили те фреквенције и независним гласилима у Србији.“

По истом сценарију надувавања цифара као у Босни и Херцеговини ишло се и у кампањи за Косово. Стејт департмент САД је током кампање бомбардовања СРЈ у различитим терминима износио различите податке о броју побијених Албанаца од стране српске војске. То су биле информације од 100.000 до 250.000, а у једним новинама је чак била информација о 500.000 Албанаца убијених од стране Југословенске војске.⁶⁰ На крају се појавила и цифра од 11.000 која је била знатно мања али и она није била тачна. Чак је и тај број био потенциран толико да је Мајкл Игнатијеф за Њујорк Тајмс изјавио да ако је број тела нађених мањи од 11.000 то значи да су их

⁵⁹ Геополитика, март 2011, стр.50-51.

⁶⁰ Herman S.E. & D. Peterson (2006): Milosevic's death in the propaganda system, Cold type, Chicago, стр.4

Срби сакрили и преместили. Ипак данас се користе цифре око 4.000 погинулих и око 2.398 несталих по листи Црвеног Крста из марта 2006. године.

У истом маниру је и Педији Ешдаун, који је био и један од Високих представника у Босни и Херцеговини, 1999. године уочи бомбардовања СРЈ, изјавио за Би-Би-Си, да на Косову и Метохији живи 5% Срба те по томе Срби немају морално право да владају Косовом. Убрзо после ове изјаве Комитет за избеглице при УН дао је извештај да је Косово и Метохију као резултат „етничког чишћења“ напустило 260.000 Срба, а један други извештај једне независне организације говори о 159.000 Срба који су избегли. Ако је то 5%, како тврди Ешдаун, онда је на Косову и Метохији пре бомбардовања живело више од 3 милиона становника.

Посебна кулминација субверзивне-пропаганде уследила је током 1998. и 1999. године уз синхронизовану отворену оружану побуну Албанаца на Косову и Метохији. Помоћ коју је имала ОВК није била само материјална, него много шира. Постоје у начелу четири начина спољне помоћи коју побуњеницима пружају суседне земље или велике силе. Први је представљање побуњеничких идеја као оправданих и моралних са становишта узрока који су побуну изазвали. Као друго је политичка помоћ и изводи се пред међународним институцијама и форумима заузимајући се за решења која су у складу са стратегијским циљевима побуњеника. Трећи облик помоћи је кроз осигуравање наоружања, муниције, новца, хране и др., док је четврти облик стручна помоћ у облику обуке и стручне помоћи.⁶¹ Имајући ово у виду јасно се препознају све активности које су вођене као подршка Албанцима на Косову крајем деведесетих година прошлог века. Оправдавана је идеја борбе за самосталност и отцепљење под изговором угрожавања људских права. Под плаштом заштите разних људских права, распирује национализам и верски фанатизам и намеће своја воља. Очит пример је „хуманитарно стање“ на Косову и Метохији, које је било изговор за почетак бомбардовања СРЈ, а сам повод „масакр у Рачку“ , је пример субверзивно-пропаганде делатности у циљу остваривања „легалних“ услова за отпочињање бомбардовања и агресије на суверену европску државу и то без одобрења Савета безбедности ОУН. Вилијам Вокер је без икакве истраге за наводни масакр у Рачку оптужио Југословенску армију. Иако је након пар дана већ свима било јасно и медијски презентовано да се ради

⁶¹ Бандула З.С. (децембар 1997.): Сукоби ниског интензитета, Хрватски војник, стр.26.

о „намештаљци“ било је већ касно. Овај сценарио је испробан у Босни и Херцеговини. Догађаји као што су експлозија у реду за хлеб у Сарајеву на самом почетку рата, а касније „Маркале 1“ и „Маркале 2“ су класични примери сурове субверзивне пропаганде САД и муслиманског руководства у Босни и Херцеговини. Ови догађаји су исценирани ради постизања одређених циљева као што су: стварање лоше слике о Србима, стварање услова за акцију међународне заједнице, односно за призивање у помоћ снага НАТО. Ишло се логиком, успело је у БиХ, па што не би и у СРЈ.

Све активности су реализоване пред институцијама УН, ЕУ и ОЕБС-а и то је други начин односно политичка моћ. Као прво распадом СФРЈ, а одлуком светских сила, а пре свега САД, СРЈ је суспендована из рада Генералне скупштине ОУН и других организација као што су ОЕБС, Савет Европе, Парламентарна скупштина Савета Европе и др. У исто време у пуноправно чланство ових институција примљене су државе које су настале сецесијом и супротно свим међународним правним нормама. Касније и поред тога што је влада СРЈ више пута упозоравала на опасност од агресије НАТО-а, Савет безбедности ОУН није спречио агресију и осудио агресора.⁶² (Микић С. (2001.): Политичка агресија, Војно дело, 1/2001, стр. 123.) Исто тако агресију НАТО на СРЈ није осудио ОЕБС, а ЕУ је подржала агресију. Резолуција 1244 усвојена је тек када је Савет безбедности прихватио већину ставова САД и НАТО-а, а све докле је бомбардована СРЈ. Помоћ снага НАТО самопрокламованој ОВК је била више него очигледна и то не само кроз дотурање наоружања муниције и опреме него и кроз директно учествовање у операцијама и као ваздушна подршка снагама ОВК на терену. Појава инструктора из разних компанија попут МРК1 за обуку ОВК довољно говори о четвртном начину утицаја који је сваким даном бивао све израженији. Наравно све је ово пропраћено јаком медијском пропагандом. Поново су Срби представљени као лоши, а Албанци као добро момци који су у немилости, док подаци показују нешто сасвим друго. „Према званичним подацима из српских извора између 1. јануара и 30. августа 1998. Албанци су извели 1.126 терористичких напада на Косову, у којима су у 616 случајева мете биле српске полицијске снаге, а у 510 цивили. У нападима на српске

⁶² Микић С. (2001.): Политичка агресија, Војно дело, 1/2001, стр. 123.

полицијске снаге погинуло је 74 полицајца, а 282 су била рањена; у нападима на цивиле убијено је 81 лице, а 95 их је рањено.“⁶³

Стратегија сепаратистичког покрета на Косову и Метохији (КиМ) била је у највећој мери усмерена на придобијање значајне политичке подршке, а касније и војне подршке преко албанског лобија у Немачкој, САД и Турској. У Вашингтону интензивну кампању у корист албанских сепаратиста водио је конгресмен из Њујорка, Џо Диогуардиа као и сенатор Боб Дол. (Влајки Е. (2007): Косовско распеће Србије, Никола Пашић, Београд.) Иако је Стејт Департмент САД 1998. Сврстао Ослободилачку војску Косова (ОВК) међу међународне терористичке организације и оптужио је да се финансира од међународног шверца хероина као и од позајмица које добија од терориста као што је Осама Бин Ладен. Како наводи Рамеш Чандрам: „Били су терористи 1998. године, а сада су из политичких разлога, претворени у борце за слободу.“ Подршка и посматрачи група из САД и Европе на нелегалним изборима за председника илегалне Републике Косово, 1992. године када је за председника изабран Ибрахим Ругова јасно показује интересе и умешаност САД у субверзивне делатности против СРЈ. То се наставило и 1996. године, а САД су отвориле Информативни центар у Приштини у намери да; „подржи притисак Министарства спољних послова САД на Београд и принуди га да учини значајан напредак у решавању косовског проблема као предуслов за уклањање спољњег зида санкција против Југославије.“⁶⁴

Како пише Е. Влајки око мисије ОЕБС-а на КиМ 1998. године било је доста сумње везане за састав те Посматрачке мисије. „За шефа мисије именован је Американац Вилијам Вокер, веома добро познат по подршци Контрашима у рату против Сандиниста у Никарагви. Поред тога, основано се сумњало да су многи посматрачи били агенти разних НАТО служби, посебно америчке војне и цивилне обавештајне службе.“⁶⁵ Друга велика подвала је следила одмах након подвале у Рачку 19. јануара 1999. године. Били су ту преговори у Рамбујеу у фебруару исте године, где су представници СРЈ доведени као већ „акредитовани злочинци“ (Рачак се десио само месец дана раније) како би се уценили и како би се дошло до „легалних“ услова за примену силе НАТО-а. Како преноси Е. Влајки, два висока представника САД, Џорџ Кени некадашњи високи

⁶³ Влајки Е. (2007): Косовско распеће Србије, Никола Пашић, Београд.

⁶⁴ Влајки Е. (2007): Косовско распеће Србије, Никола Пашић, Београд.

⁶⁵ Исто

функционер у Одељењу за Југославију при Министарству спољних послова САД и Џими Џатрас, саветник за спољне послове републиканском сенатору у Сенату САД, потврдили су изјаву високог функционера Министарства спољних послова САД у вези преговора у Рамбујеу где он каже: „Намерно смо Србима поставили исувише тешке услове да не би могли да их прихвате. Њих треба бомбама лупити по глави и то ће и да добију.“⁶⁶

Током ових седамнаестодневних преговора српска и албанска делегација се нису састали него су САД играле улогу медиатора, а посебно се истакла Мадлен Олбрајт, Државни секретар САД. У каквој је позицији била српска делегација јасно говори садржај тог Споразума који Срби нису прихватили. Прихватање је значило капитулацију односно потпуну окупацију СРЈ. Анекс Б овог споразума који се односи на статус мултинационалних снага за спровођење споразума у чл. 8 каже: „Припадници НАТО снага са свим својим моторним возилима, пловним објектима, летелицама и целокупном опремом уживају неограничено право неометаног кретања по читавој територији СРЈ, њеним воденим токовима и њеном ваздушном простору. Неограничено и неометано право кретања подразумева право извођења маневара, преласка трупа, смештај трупа и коришћење целокупне инфраструктуре и свих простора потребних за пружање подршке трупама приликом извођења обуке и оперативних дејстава, али се не ограничава само на то право.“ Поред тога чл. 6 гарантује стопроцентни имунитет снагама НАТО пакта пред југословенским судовима за извршење прекршаја било које врсте, а на основу чл. 10 НАТО је изузет од плаћања било какве накнаде СРЈ за коришћење комплетне потребне инфраструктуре. Дефинисано је и да је Војни командант КФОР-а врховни ауторитет на тој територији.⁶⁷ На основу овога, Пакт о приступању Тројном пакту који је Краљевина Југославија потписала 25.03.1941. године, изгледа као шала. Ипак предлагање споразума који СРЈ није могла прихватити, као што не би ни једна друга суверена држава на свету, представљало је понављање историје из 1914. и ултиматума Аустро-Угарске монархије Србији поводом убиства Франца Фердинанда у Сарајеву, пред избијање Првог светског рата. На основу свега се лако могло закључити шта следи.

⁶⁶ Исто

⁶⁷ Влајки Е. (2007): Косовско распеће Србије, Никола Пашић, Београд

Покретање оптужбе против Милошевића у мају 1999. године био је само субверзивно пропагандни потез НАТО и Међународног суда у Хагу јер тиме се оправдао наставак акције бомбардовања. Мадлен Олбрајт је рекла да подизање оптужнице „објашњава свету и јавности у нашим земљама да ова (НАТО политика) је оправдана због почињених злочина, и ја мислим да ће омогућити наставак овог процеса“⁶⁸, односно бомбардовања СРЈ. Тај сценарио је опет испробан у Босни и Херцеговини када су против Младића и Карацића такође подигнуте оптужнице 1995. године. Јасно је Председник Суда у Хагу Антонио Касес изјавио да: „оптужнице значе да ова господа неће моћи учествовати у мировним преговорима“.⁶⁹ Тиме је дато до знања да је то политичка, а не судска одлука.

Четврта фаза – фаза „отворених врата“ је у току и она подразумева активности запада усмерене на разградњу Србије и удаљавање од Русије. Босна и Херцеговина се у овој фази полако али сигурно своди на једну централистичку државу где се покушава минимизирати значај Републике Српске и створити унитарна Босна и Херцеговина. Ова четврта фаза или фаза „отворених врата“ подразумева да се субверзивно пропагандне активности реализују по потреби и дозирају у складу са интересима Запада и преко „пунктова“ (невладине организације „независни медији“, агентура, дипломатски кор и сл.) успостављених током друге и треће фазе. У овој фази је и Србија као и Срби у БиХ, почела да реализује активности усмерене на разбијање негативне представе о Србима у свету. Успешно „гурање“ извештаја Дика Мартија је допринело да Европска унија и свет јавно чују и другу страну приче. Они су сви били свесни тих догађаја али су их игнорисали за потребе својих интереса. Посебно се истиче умешаност Хашима Тачија и тзв. Дреничке групе.

Бела књига Србије са краја деведесетих садржи све релевантне податке о криминалним активностима косовских Албанаца, заједно са сликама и јасним и потпуним описима активности најзначајнијих појединаца као и комплетну криминалну структуру на целом Косову и Метохији са вођама кланова и њиховим активностима те везама са другим клановима. Та бела књига је објављена на интернету и била је доступна, али нико се није удостојио да то коментарише пре него што је Косово прогласило своју

⁶⁸ Herman S.E. & D. Peterson (2006): Milosevic's death in the propaganda system, Cold type, Chicago, стр.10.

⁶⁹ Исто

самосталност и након што је „измакло контроли“ западних сила и претворило се у легло криминала на Балкану и у Европи.

Извештаји које је 2004. године саставио КФОР и САД, о криминалним групама на Косову, није донео ништа ново у односу на оно што се већ знало, али ни тада није било реакције ни КФОР-а, ни светске јавности. Сада се покушава старим информацијама разбити постојећа мафијашка структура и довести људи које западни моћници виде као способне да преузму политичку контролу те да ставе криминалне активности у токове које који се могу контролисати на овај или онај начин. Реално гледано, држава која функционише на принципу мафијашке организације не може тако лако да промени своју структуру и начин функционисања. Ако се уклони Тачи његови најближи сарадници те ослаби Дреничка група онда на њихово место долази други клан који је та превирања најбоље поднео и који у том моменту постаје најјачи. Промене у политичком животу Косова ће уследити као и у криминалном подземљу али ће се врло мало суштински променити односи на Косову и активности, јер криминал је тренутно поред оних који су на привременом раду у иностранству једини извор прихода за грађане Косова.

Као и албански сецесионисти на Косову и Метохији тако се све више и у Рашкој, Бошњаци представљају као једини репрезенти националне мањине чија су права у Србији „угрожена“, те систематски покушавају да изборе неку врсту територијалне аутономије као први корак за отцепљење од Србије, док истовремено спроводе припреме за оружану побуну. Исламски елемент и вехабијски покрет су све заступљенији, а помоћ ефендије Церића из БиХ свом пријатељу ефендији Зукорлићу у Рашкој показује јасан правац у коме се развија сценарио за самосталност Рашке. Тиме би се давно прокламована Зелена трансверзала у потпуности реализована од Турске, преко западне Македоније и Албаније те Косова и Санџака до Босне и Херцеговине, а онда у Бихаћ као најближу тачку муслиманског света срцу Европске уније јер од границе БиХ до границе Словеније и Хрватске има свега око 50км.

Ситуација у Војводини иде својим током и препознаје се „западњачки“ начин субверзивно пропагандног деловања. Много софистицираније кроз органе власти и увек актуелне слободе мањина, људска права и отвореност Европској унији кроз процес регионализације. Аутономија Војводине се са сваким новим законом све више повећава, а централна власт све више слаби. Велики број невладиних организација, разних

покрета и медија употпуњују слику фазе „отворених врата“ на која се „демократија“ и заштита „европских вредности“ кроз процес „управљања кризом“ лако може увести и на простор Војводине.

Јасно је да субверзивна пропаганда против Срба и Србије није престала и да се још увек води бесомучна борба да се претворимо у геноцидну нацију и људе недостојне живота на овим просторима Европе. То се јасно види из броја пресуда Србима у односу на Бошњаке и Хрвате на суду за ратне злочине у Сарајеву. Према писању Пресса, Срби су осуђени свеукупно на 714 година и 6 месеци, односно 77% пресуда, Хрвати су осуђени на 135 година и 6 месеци или 14,5%, Бошњаци су осуђени на свега 77 година односно свега 8,3%.

Можемо констатовати да је пропаганда активност која се промењује у свим сферама живота и свакодневно смо изложени разним врстама пропаганде, да ли економске, политичке, спортске и сваке друге. Као таква она може имати и позитивну и негативну функцију, али када се укомбинује са субверзијом и постане средство остварења циљева субверзивних делатности као субверзивна-пропаганда она дефинитивно поприма негативно значење. Субверзивна пропаганда против СФРЈ, СРЈ, Србије и Срба крајем двадесетог века и још увек траје одликује се својом систематичношћу, планирањем и структуром. Начини њене реализације били су разноврсни, а могу се посматрати кроз четири основне фазе. У првој фази, до избијања рата у Босни и Херцеговини, вршено је формирање и обликовање слике о дешавањима у СФРЈ и стварање слике о Србима као „лошим момцима“. У другој фази, током рата у Босни и Херцеговини, та слика о Србима се тежила потврдити и створити једна врста стереотипа. Трећа фаза је била фаза експлоатације те негативне слике о Србима како би се уништио и задњи ослонац Српског народа, а то је Србија која је представљала али и данас представља, што Запад страшно нервира „континуитет историјског сећања једне нације заједничких предака“, а њен идентитет заснован на „заједништву културних разлика и мотива...њен осећај о себи самој заснован на хришћанској вертикали вредности оличеној у Цару Лазару честитом колену и у Крсту часном и слободи златној.“ Четврта фаза је у току и свакодневно су актуелни разни притисци на Србију и Србе како пропагандни тако и субверзивни у Војводини, Санцаку и јужним општинама на граници са српском покрајином Косовом и Метохијом. Ова фаза се остварује кроз разне структуре које су успостављене и проверене у другој и трећој фази, док су савремене технологије омогућиле лакше и поједностављено деловање и широку примену.

5. МЕРЕ СУПРОТСТАВЉАЊА И СПРЕЧАВАЊА СУБВЕРЗИВНЕ ПРОПАГАНДЕ

Како пропаганда спада у субверзивне методе деловања тако и за заштиту од напада пропаганде важе иста правила као и за субверзију. Реч је пре свега о изградњи сопственог система безбедности примереног датом друштву, што отпорнијег на спољне утицаје. Такође веома је важно да се у борби против пропаганде не остане само на одбрани већ да се нападне и на слабе тачке противника.

Функција безбедности - превенција појава угрожавања је толико широка да се практично не може дефинисати и подразумева превенцију на свим пољима људске делатности у свим временским раздобљима. Субјекти и снаге превенције су државни органи, цивилно друштво, медији, финансијско- банкарске и царинске институције, образовно-васпитне институције и грађани.

Да би правовремено реаговали и успешно спречили појаву угрожавања безбедности, потребно је извршити анализу и процену угрожености безбедности виталних друштвених вредности и планирати и организовати превентивне мере. Као одговор на појаве угрожавања имамо стварање одговарајућих заштитних система у виду организованих система безбедности, као што је безбедносно-обавештајни систем, који предузимају одговарајуће мере за њихово отклањање. Преко безбедносно-обавештајних система, државни органи предузимају мере супротстављања и заштите од угрожавања.⁷⁰

1. Препознавање облика и носилаца угрожавања;
2. Правовремено и реално процењивање намера носилаца угрожавања, откривање њихових циљева и планова;
3. Утврђивање стратегије коју ће примењивати ради одређивања и примењивања контра стратегије или мера за елиминисање њених резултата;

⁷⁰ Владимир Тешћ, Етиологија и превенција појава угрожавања безбедности, Истраживачки центар за питања безбедности Западног Балкана, Београд, 2005, стр. 13.

4. Превентивно деловање ради спречавања припремања и организовања носилаца угрожавања, као и њихове дискредитације и разобличавања у домаћој и међународној јавности;
5. Ефикасно онемогућавање спреге између унутрашњих и спољних носилаца угрожавања безбедности; и
6. Енергична борба против свих облика како неоружане, тако и оружане делатности (агресије).

Службе безбедности и обавештајне службе као саставни део безбедносно-обавештајног система, имају задатак да анализирају, прате и реализују напред наведене активности. Међутим, погрешна је представа да се заштитна функција државе остварује само преко субјеката безбедности, а да се запоставља улога других државних органа, организација и институција, која је у том домену веома важна.

У укупном спектру обавештајних активности, заштита властитих тајни, информација и активности једна од виталних функција обавештајних институција. Извршавајући ту функцију, обавештајне институције се у ствари баве контраобавештајном делатношћу.⁷¹ Контраобавештајни рад, у најопштијем смислу, подразумева напоре на плану истраживања, разумевања и неутрализације свих аспеката обавештајног рада непријатељских ентитета.⁷²

У страној обавештајној литератури постоји мноштво појмовних одређења контраобавештајне активности. Издвојили смо неколико њих као илустрацију која указује на неке њене основне улоге и функције. Тако познати амерички теоретичар Џефри Ричелсон дефинише контраобавештајну активност као разумевање и могућу неутрализацију свих аспеката обавештајних операција других држава.⁷³

У електронском издању Британике (Britannica), контраобавештајна активност се означава као „операције владе, информације или активност у вези заштите сопствених

⁷¹ Према: Tatalović S., Bilandžić M.: Osnove nacionalne sigurnosti, Ministarstvo unutarnjih poslova Republike Hrvatske, Policijska akademija, Zagreb, 2005

⁷² Бајагић М.: „Инострана искуства у развоју теоријског и организационог концепта контраобавештајне активности“, Безбедност, 1–2/2009, стр. 371.

⁷³ Richelson J.: The US Intelligence Community, Oxford, Westview Press, 1999, pp. 315-332.

националних података и сопствених тајних обавештајних операција. То је полицијска и безбедносна функција усмерена првенствено на дефанзивне, заштитне активности“.⁷⁴

У Извршној наредби Сједињених Америчких Држава 12333, контраобавештајна активност се дефинише као „прикупљене информације као и активности усмерене на спречавање шпијунаже, других обавештајних активности, саботаже или атентата, почињених од стране или у име страних сила, организација или појединаца, или међународних терористичких активности, али не укључујући програме заштите људства, објеката, докумената и комуникација“.⁷⁵

У документима НАТО, контраобавештајна делатност се дефинише као скуп активности којима се идентификују и врши супротстављање претњама безбедности чији су носиоци стране обавештајне службе, стране организације или појединци укључени у шпијунажу, саботажу, субверзије и тероризам.⁷⁶

Из наведених дефиниција може да се изведе закључак да су заштита сопствених и националних тајних података, заштита операција, спречавање шпијунаже, саботажа и других обавештајних активности, као и тероризма, тежишне активности контраобавештајне делатности савремених обавештајних служби.

Контраобавештајни рад, као специфична обавештајна делатност, има и неке своје посебне функције. Савремени амерички обавештајни теоретичари посматрају контраобавештајну активност као сложену делатност са следећим функцијама: 1) идентификовање активности страних обавештајних служби; 2) анализа и процењивање њихових активности; 3) спречавање (неутрализација) њихових активности и 4) искоришћавање обавештајних потенцијала страних служби, терористичких организација и других страних ентитета који могу угрозити националну безбедност државе изнутра и споља.⁷⁷

⁷⁴ Counterintelligence, Britannica, Internet 21/06/2008, <http://www.britannica.com/eb/article-9026568/Counterintelligence>.

⁷⁵ The definition of Counterintelligence (CI), executive Order 12333, 1981.

⁷⁶ NATO Glossary of Terms and Definition, NATO Standardization Agency, AAP-6, April 2009, p. 90. <http://www.nato.int/docu/stanag/aap006/aap-6-2009.pdf> (08. 12. 2009).

⁷⁷ Van C. M.: Counter-intelligence and National Strategy, School for National Security Executive Education, National Defense university Press, Washington, D.C., 2007, p. 5.

Идентификовање је прва функција контраобавештајног рада која има за циљ откривање активности страних обавештајних служби које су усмерене против националних интереса. Анализа и процењивање обавештајних активности противника или савезника може да нам открије њихове интересе и планове према нашој земљи. Спречавање, односно неутрализација активности страних обавештајних служби је најзахтевнија и оперативна функција контраобавештајне делатности која се сврстава у офанзивне аспекте рада. Последњу функцију представља искоришћавање обавештајних потенцијала страних сила, терористичких организација и других страних ентитета, где сврставамо операције са двојним агентима, пласирање дезинформација, обмањивање и друге операције, што такође спада у офанзивне аспекте контраобавештајне делатности.

Ако се контраобавештајни рад из изложених дефиниција, посматра као активност усмерена на заштиту од шпијунаже, саботажа, и терористичких аката, уочава се њена 1) дефанзивна и 2) офанзивна улога.

1) Дефанзивна улога обухвата откривање и пресецање обавештајних продора страних обавештајних служби у очувању и унапређењу сопствене националне безбедности, израду поверљивих извештаја о страним обавештајним операцијама, селекцију проверених кадрова у свим институцијама власти, планирање и успешно извођење различитих и сложених безбедносних операција и иновирање специјалних контраобавештајних мера и поступака.

2) Офанзивна улога контраобавештајног рада, с друге стране, обухвата продоре у структуре непријатеља, сталну надградњу сазнања о обавештајним и другим намерама противника, хватање страних шпијуна и двоструких агената, пласирање дезинформација и уништење непријатељских обавештајних установа. У том контексту се користе и специјалне мере, као што су: тајна примена техничких средстава за надзор комуникација, тајно аудио и видео снимање, упади у информационе система страних обавештајних служби и др⁷⁸.

⁷⁸ Седамдесетих и осамдесетих година двадесетог века у раду југословенских служби безбедности све више се инсистирало на офанзивним методама или дефанзивним дејствима „не ишчекујући акцију непријатеља“. Задатак служби је био да продру у центре спољног и унутрашњег непријатеља, страних обавештајних служби и апарата „који се бави психолошко пропагандним радом и субверзивним дејством и на тај начин да се благовремено открију и ефикасно неутралишу непријатељски планови“. Према: Цветковић С.: „Методе и облици рада служби државне безбедности у социјалистичкој Југославији“, Историја 20. века, 2/2009, стр. 134.

На крају могу се нагласити најзначајније карактеристике контраобавештајне делатности, као специјалне форме обавештајних активности које су одвојене и другачије од осталих обавештајних дисциплина. Контраобавештајна делатност је и производ и активност. Производ је информација о активностима страних обавештајних служби које су усмерене против спољних и унутрашњих националних интереса.⁷⁹

Контраобавештајна делатност као активност обухвата, у начелу, следеће активности: а) заштита тајни, обавештајних операција, процеса и информација од утицаја страних обавештајних служби; б) откривање активности страних обавештајних служби и њихових позиција у сопственим структурама; в) истраживање и анализа структуре, кадрова и операција страних обавештајних и безбедносних служби; и г) извођење операција с циљем уништавања и неутралисања потенцијала и операција страних обавештајних служби, као и спречавања, саботажа, субверзија и тероризма. Наведене активности, страни обавештајни теоретичари групишу у задатке а) безбедности и б) контрашпијунаже, док домаћи обавештајни теоретичари, када разматрају циљеве контраобавештајног рада, поред а) контрашпијунаже, наводе још и б) противсубверзивне активности.⁸⁰

Безбедносни облици контраобавештајног рада су дефанзивни, пасивни и статична страна његових активности, који обухватају примену широког спектра безбедносних мера у циљу заштите информација, активности и операција, као заштиту од непријатељских активности. Контрашпијунажа је офанзивна и агресивна страна контраобавештајног рада. Она обухвата идентификацију рада страних обавештајних служби и њихових позиција у сопственим структурама, инфилтрацију и пресецање њиховог рада, као и разне облике манипулације са противником. Противсубверзивне активности такође спадају у офанзивну страну контраобавештајног рада и обухватају борбу против пропаганде, саботажа, субверзија и тероризма.

Једна од основних задатака контраобавештајних органа у против- субверзивном раду је борба против непријатељских пропагандних операција. Борба против противничких пропагандних операција није лак задатак. Када стране обавештајне службе спровode

⁷⁹ Wasemiller, A. C.: The Anatomy of Counterintelligence, 1996, https://www.cia.gov/library/centerfor-the-study-of-intelligence/kent-csi/vol13no1/html/v13i1a02p_0001.htm.

⁸⁰ Упореди: Милошевић М.: Систем државне безбедности, Полицијска академија, Београд, 2001, стр. 167; Мијалковски М.: Обавештајне и безбедносне службе, Службени гласник, 2009, стр. 163.

субверзивна дејства, контраобавештајне службе су надлежне за сузбијање таквих операција. Али, њихово искуство је више у области супротстављања страној шпијунажи, него тајним покушајима да се утиче на јавно мњење. Штавише, често је тешко направити разлику између „беле“ или „сиве“ пропагандне активности од илегалних, односно тајних - „црних“ операција. Стране обавештајне службе примењују дугорочну стратегију када примењују ове операције. Не траже се непосредни добици од сваке операције, већ су задовољни кумулативним ефектом периодичних успеха. Слично, као одговор на ове операције потребна је дугорочна стратегија. Кључ одговора је константно објављивање истинитих информација о разоткривеним активним мерама противника. У том циљу потребно је и објављивање података до којих су дошле контраобавештајне службе о страним операцијама утицаја.⁸¹

Контра-психолошке операције, односно контра-пропаганда, дефинише се као активност која се спроводи у циљу идентификације и борбе против противничке пропаганде, обелодањивања противничке намере да покушава да пропагандно утиче на пријатељску популацију и војне снаге. Она укључују оне напоре којима се негира, неутралише, умањују ефекти и остварује предност искоришћавањем страних психолошких операција.⁸²

Слично, Herbert Rommerstein, бивши директор Канцеларије Информативне агенције САД (United States Information Agency—USIA) за борбу против дезинформисања и активних мера СССР-а, дефинише контра-психолошке операције као „брижљиво припремљене одговоре на лажну пропаганду у циљу побијања дезинформација и подривања противничких пропагандиста“.⁸³ Његова дефиниција наводи као први циљ побијање противничких дезинформација, па тек онда дискредитовање носиоца психолошких операција.

⁸¹ Kux D.: “Soviet active measures and disinformation: overview and assessment“, Parameters, Journal of the US Army War College, Vol XV, No.4, pp. 20-28.

⁸² Види: Wasemiller A. C.: The Anatomy of Counterintelligence, Home Library Center for the Study of Intelligence, Studies Archive Indexes, vol13no1html, https://www.cia.gov/library/center-for-the-study-of-intelligence/kent-csi/vol13no1/html/v13i1a02p_0001.htm

⁸³ Romerstein H.: “Counterpropaganda: We Can't Do Without It“, Strategic Influence: Public Diplomacy, Counterpropaganda and Political Warfare, IWP Press, 2008, p.135.

Иако контра-психолошке операције деле сличне карактеристике и особине са психолошким операцијама, оне такође поседују јединствене принципе које дефинишу њихово ефикасно спровођење. Ти елементи су следећи:

– **заснованост на истини**, у смислу да иако психолошке операције не морају бити засноване на истини, ефикасне контра-психолошке операције углавном пласирају и емитује само истините поруке.⁸⁴ Контра-психолошке операције засноване на лажним информацијама нису ефикасне у супротстављању противничким психолошким операцијама;

– **јасноћа**, у смислу да контра-психолошке операције, које се заснивају на речима и појмовима које нису универзално разумљиве, бивају неуспешне у супротстављању противничким психолошким операцијама. Коришћење разумљивих речи које јасно преносе поруку контра-психолошких операција, предуслов је за успешно супротстављање противничким психолошким операцијама;

– **познавање циљне групе**, у смислу да контра-психолошке операције као и психолошке операције захтевају развијање пропагандне поруке која је разумљива за циљну публику. У том смислу, ефикасне контра-психолошке операције ослањају се на релевантне културне обрасце циљне популације; и

– **брзо примењивање**, у смислу да се контра-психолошке операције морају брзо и ефикасно супротставити психолошким операцијама противника.

Поред наведених, врло важни су и следећи принципи: **конкретност, офанзивност, масовност, еластичност, реалност** и сл. У предузимању активних мера и контра-психолошких операција потребно је претходно сагледати стварни циљ и остале димензије непријатељске пропаганде и извршити селекцију њених слабих тачака, а затим се одредити за оповргавање стварног циља и напад на најслабије тачке противничких психолошких операција (сличним средствима и методима али са супротним циљем), уз дискредитовање његових основних вредности и омаловажавање ефеката непријатељских психолошких операција (исмевањем и изругивањем). У односу на такво опредељење предвиђају се најоптималније методе и организације извођења контра-психолошких операција.

⁸⁴ Smith P. A.: On Political War, Washington D.C., National Defense University Press, 1989, p.7.

Контра-психолошке операције емитују поруке које имају за циљ побијање или сузбијање пропагандне поруке противничке стране и стога су многи од ефикасних метода психолошких операција подједнако ефикасни у емитовању контра- психолошких операција. Међутим, контра-психолошке операције користе неколико јединствених техника које су ефикасне у нападу на кредибилитет психолошких операција и њену способност да утиче на циљну публику. То су:

– ***истраживање и анализа***, у смислу да ефикасна контра-психолошка операција почиње прикупљањем и анализом пропагандних порука и материјала противничке психолошке операције. Да би се супротставили противничким психолошким операцијама потребно је да се у потпуности разумеју поруке, циљне групе и циљеви противничке психолошке операције. Овај почетни метод користи знања стручњака из различитих дисциплина, укључујући експерте из обавештајних структура, друштвених наука, културе, антропологе и друге који су у стању да анализирају пропаганду. Стручна анализа може правилно да пружи одговоре на следећа питања која су неопходна за формирање ефикасне контра-психолошке операције.⁸⁵

– ко је циљна група противничке психолошке операције?

– какве ефекте жели да постигне противничка психолошка операција?

– какве ефекте су они постигли?

– која је друга публика чула или видела ову поруку?

– шта ове поруке указују о перцепцијама противника, могућностима, слабостима и намерама?

– које су намерне или не намерне нетачности, недоследности, или обмане у порукама које могу да искористе?

– које контра аргументе можемо да применимо, према коме и како?

– ***искористити грешке у когнитивном резонувању***, јер експерти психолошких операција експлоатишу когнитивне пристрасности и грешке у логичком одлучивању, да би обликовали своје поруке које требају да утичу на циљну групу. У том смислу, они су у стању да у пропагандну поруку убаце логику циљне публике да би та порука изгледала уверљивије и веродостојније. Конкретно, експерти намерно користе грешке у

⁸⁵ Garfield A.: “Recovering the Lost Art of Counterpropaganda: An Assessment of the War of Ideas in Iraq“, Strategic Influence: Public Diplomacy, Counterpropaganda and Political Warfare, IWP Press, 2008, p.184-185.

аргументима у циљу утицаја на емоције своје публике. Када кампања контра-психолошких операција открије грешке у пропагандној поруци и презентује је домаћој публици, онда пропагандна порука противника губи свој кредибилитет и снагу.

Иначе, познато је да су, кроз историју, контраобавештајне и обавештајне службе у својој надлежности имале и борбу против спољне пропаганде. У том смислу, познато је да су посебне организационе целине контраобавештајних служби Краљевине Србије биле одговорне за борбу против стране пропаганде.⁸⁶

И данас, савремена пракса, али и обавештајни теоретичари наглашавају да савремене службе, у оквиру својих целина за контраобавештајни рад, требају да имају и целину за борбу против противничке пропаганде, односно за контра- пропаганду.

Целина за контра-пропаганду у обавештајним службама надлежна је за контролу дневне штампе и других извора информисања, праћење и контролисање „скривених“ пропагандних активности усмерених против националних интереса, а које спроводе стране службе. Кључна реч овде су „прикривене пропагандне активности“, што указује да у случају да се према држави води „бела пропаганда“, онда је борба против ње у надлежности других државних органа, али ако се спроводи „црна или сива пропаганда“, држава тада ангажује контраобавештајну службу у циљу њеног разоткривања и сузбијања или на неки други начин да манипулише њоме тако да она не наноси штету националном интересу.

Може се закључити да се у извођењу контра-психолошких операција према противнику укључује целокупни државни систем пропагандног деловања. Њега чине и обавештајно-безбедносне службе. Једна од основних задатака контраобавештајних органа је борба против прикривених непријатељских психолошких операција, с циљем да се дискредитују и подрију носиоци прикривених психолошких операција и побију поруке таквих операција. У складу са тим задатком, у многим службама формиране су посебне организационе целине чија је посебна надлежност супротстављање страниј субверзивној пропаганди.

⁸⁶ Познато је, да је након завршетка Првог светског рата и стварања нове државе – Краљевине Срба, Хрвата и Словенаца, Решењем министра унутрашњих дела од 23. децембра 1920. године, образовано Одељење за државну заштиту. Одељење за државну заштиту, на основу Правилника о раду, донетог 10. јануара 1921. године, организационо је подељено на 4 одсека са укупно 27 пододсека – реферата. Трећи одсек се делио на 9 пододсека: 1. Талијанска пропаганда, 2. Аустријска и Немачка пропаганда, 3. Мађарска пропаганда, 4. Румунска пропаганда, 5. Остали сумњиви странци, 6. Сумњиви грађани Хрватске и Славоније, 7. Сумњиви грађани Словеније, 8. Сумњиви грађани Војводине и 9. Сумњиви грађани Далмације. Види: Милошевић М.: (Контра)шпијунажа, Медија центар „Одбрана“, Београд, 2011.

ЗАКЉУЧАК

У овом раду дат је приказ општих појмова и карактеристика пропаганде и субверзивне пропаганде, обрађена је субверзивна пропаганда као предмет рада обавештајне службе и дипломатије, дат је пример спровођења субверзивне активности против СФРЈ, као и догађаји у СР Југославији 1999. године, настали као последица субверзивне пропаганде.

На основу теоријских разматрања појединих поглавља у овом раду може се закључити:

Пропагандна делатност, као облик друштвене комуникације, стара је колико и сама комуникација. Иако је у различитим епохама пропаганда различито коришћена, схватана и тумачена, пропагандна комуникација била је неизбежан пратилац сваке људске комуникације и својим деловањем оставила је снажан печат развоју људске цивилизације.

У пропаганди се најчешће вешто користе неистине, полуистине и лажи, тако што се злоупотребљавају достигнућа у области психологије појединаца и маса.

Пропаганда се шири у име политике неке државе, обично је планирају стручњаци у тој области, обухватајући сваку сферу друштвеног живота (политика, наука, култура, филозофија, спорт, економија...).

Колико је важно ширити пропаганду међу супарницима, толико је важно и ширити је међу својим грађанима и придобити их за своју политику, такође је битно придобити наклоност светске јавности и међународне заједнице.

Субверзивне активности су широка лепеза подривачких и превратничких делатности, које се предузимају од стране неке државе или држава у циљу слабљења и рушења институција политичког система и уставног поретка друге државе. Оне подразумевају психолошко-пропагандно деловање, потпомагање и организацију државних преврата, оружаних побуна, терористичких напада, атентата, диверзија итд.

Субверзивне активности свакодневно се дешавају свуда у свету, јавност много касније сазна за њих, и за то да су неке државе умешане у те активности, а некада се и не може са сигурношћу рећи да је нека држава умешана.

Појам субверзивност се често користи и дискриминирајући или манипулативно за групе људи за које се тек слути да наводно спроводе субверзивне активности. У неким режимима укупној опозицији се предбацује субверзивност.

Субверзивна пропаганда је најчешћи облик субверзивне активности. То је организована и смишљена активност и техника спровођења и ширења мишљења идеја и расположења да би их људи усвојили и убудуће по њима поступали. Субверзивну пропаганду спроводе државе, политичке странке, цркве, привреда и посебно опремљене службе са нарочито за те сврхе обученим особљем.

Обавештајне службе било самостално или уз помоћ других институција увелико се баве спровођењем субверзивне пропаганде. Водеће силе света у спрези са савезницима настоје да на основу података обавештајних служби изврше и задатке на плану превратничког деловања у другој држави. Део послова превратничког деловања извршава обавештајна служба, а у неким случајевима је и непосредни извршилац. Она је свакако основна карика од које зависи начин припремања и организовања субверзивне пропаганде.

Методе које обавештајна служба примењује при извршењу субверзивних задатака имају висок степен тајности и бруталности.

Субверзивна пропаганда такође је и предмет рада дипломатије. Дипломатско-конзуларна представништва, најчешће субверзивну пропаганду спроводе кроз обавештајни рад, јер дипломатија ма колико била перфидна није у стању да изводи самостално подухвате које успешно обавља обавештајна служба.

Случај СФРЈ представља типичан пример спровођења субверзивне пропаганде против једне државе. Може се претпоставити да је војна интервенција у деловима бивше СФРЈ била завршница спровођења субверзивно-пропагандних и других активности више деценија уназад, од стране политике која је имала за циљ трансформацију целог простора СФРЈ у једну врсту полуколоније великих капиталистичких сила.

Агресија на СР Југославију уследила је после неуспешних преговора о ситуацији на Косову, одржаних у Рамбујеу и Паризу.

Пропаганда прије НАТО бомбардовања односи се на пропагандне активности НАТО званичника и медија, пре свега западних земаља, са циљем изазивања потребе за

интервенцијом као и утицање на јавно мњење у циљу добијања подршке за циљеве НАТО држава.

Као и сваки рат и овај против СР Југославије пратила је жестока пропаганда чији су креатори и у већини били амерички, британски и немачки медији, а с обзиром да су оне чланице НАТО-а, сасвим је било за очекивати да ће они светској јавности пласирати информације које су оправдавале активности Северноатлантске алијансе. Тако су у очима света Срби приказани као злочинци, а албански народ као жртве.

Нарочито је у току агресије била веома моћна америчка пропаганда, па чак и када су неки страни медији покушавали да прикажу догађаје у правом светлу, такви документи би убрзо били санкционисани.

Како субверзивна пропаганда, тако и све остале субверзивне активности изазивају вештачко стварање криза, неповерење и несигурност у јавност, пометњу грађана, тежи се утиску дочарања масовног незадовољства, а све у циљу дестабилизације земље према којој је субверзија усмерена. Субверзивна пропаганда најчешће је пратеће средство других непријатељских манифестација, али је главно средство преко кога се те манифестације изводе. С правом је констатовано: „Пропаганда није замена за оружане снаге, она их само допуњава.“

Пропаганда је одговор на један од егзистенцијаних темељних проблема сваког човека: Шта да учиним да други мисле онако као ја желим?

Модерна пропаганда није карактеристика само за ауторитарне тоталитарне, него и демократске поретке, а захваљујући модерним техникама ширења веома је ефикасна. Један од најважнијих конститутивних елемената модерног политичког живота односи се на снажан медијски апарат, који у служби водећих економских, а самим тим и политичких сила као сврху има производњу притиска и присвајање легитимитета, што за крајњи циљ има освајање скупих политичких поена. Савремени свет је толико завистан од медија да решавање глобалних проблема интересује све људе на планети, што и јесте циљ информативног поретка. Модерни медији (нпр. интернет) имају своје методе, карактеристике и функције помоћу којих граде систем усмерен на придобијање јавности.

Да би медији вршили селекцију информација и контролисали огроман светски аудиторијум веома је важно да се поруке и информације које се шаљу путем медија

обликују тако да буду прилагођене образовању, култури и политичким ставовима циљне групе којој су намењени, а када је прича добро припремљена спектакуларни ефекат је на дохват руке. У супротном може се десити да изостане жељени ефекат, односно да порука не буде примећена.

У случају СР Југославије западни медији тачно су знали шта им је циљ, одлично су савладали инструкције политичких дивова.

У друштвеним превирањима данашњице, субверзивна пропаганда веома је актуелна, што и показују: тренутна ситуација у Сирији и примери блиске прошлости (Египат, Либија...), а склона сам мишљењу да и убудуће неће изгубити на интензитету, већ напротив добити, како због поремећене равнотеже снага у свету, тако и због савремених средстава технике, која омогућавају веома ефикасно преношење пропаганде.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аврамов Смиља, „Прикривене акције“ у стратегији САД-а. У: Војно дело, (1999.).
2. Аврамов С., Крећа Р.: Међународно јавно право, Савремена администрација, Бео- град, 1999.
3. Age P.: CIA – дневник агента, Глобус, Загреб, 1978.
4. Бајагић М.: Обавештајна активност у систему политичке власти, вол. 28, Политичка ревија , Београд, 2011.
5. Бајагић Младен, Обавештајна активност и спољна политика, Студија случаја САД, Београд 2004.
6. Бајагић М., Савић А.: Безбедност света – од тајности до јавности, Виша школа унутра- шњих послова, Земун, 1988.
7. Бајагић М.: Шпијунажа у 21. веку — савремени обавештајно безбедносни системи”, „Марсо”, Београд, 2010
8. Бајагић М.: „Инострана искуства у развоју теоријског и организационог концепта контраобавештајне активности“, Безбедност, 1–2/2009.
9. Boško Todorović i Dušan Vilić, Krize – izazivanje i upravljanje krizama, Grafo Mark, Beograd, 1997.
10. Boar R., Blundel N.: Највећи светски шпијуни и обавештајци, Лондон, 1986.
11. Born H., Li J.: Правни стандарди и најбољи начини надзора обавештајних служби, Осло, 2005.
12. Van C. M.: Counter-intelligence and National Strategy, School for National Security Executive Education, National Defense university Press, Washington, D.C., 2007.
13. Wiliams P.: Увод у студије безбедности, „Службени гласник”, Београд, 2012.

14. Веселин Конатар, „(Не)обавештајне операције као акти агресије“, Култура полиса, број 17/2012.
15. Владимир Тешић, Етиологија и превенција појава угрожавања безбедности, Истраживачки центар за питања безбедности Западног Балкана, Београд, 2005.
16. Влајки Е. (2007): Косовско распеће Србије, Никола Пашић, Београд.
17. Гаћиновић Р.: Угрожавање безбедности капацитета државе, „Филип Вишњић“, Београд, 2013.
18. Garfield A.: “Recovering the Lost Art of Counterpropaganda: An Assessment of the War of Ideas in Iraq“, Strategic Influence: Public Diplomacy, Counterpropaganda and Political Warfare, IWP Press, 2008, p.184-185.
19. Глигоревић М.: Паукова мрежа глобализма, „Пан пласт“, Београд, 2008.
20. Г.В. Плеханов, *Сочинения*, Москва, 1942.
21. Дарко Тадић, Пропаганда, SPEKTRUM BOOKS, Београд, 2005.
22. Димитријевић Војин, Стојановић Радослав, Међународни односи, Службени лист С Делић М.: Појмовно одређивање обавештајне активности и обавештајне службе, Безбедност, 1/97, Београд, 1997. Београд 1996.
23. Делић М.: Појмовно одређивање обавештајне активности и обавештајне службе, Безбедност, 1/97, Београд, 1997.
24. Домазет Д.: Господари каоса, „St. George asocijation“, Загреб, 2005.
25. Жугић Н. : Пропагандни рат против Срба, 08. Април 2010.
26. Ђорђевић М., Кековић З.: Управљање ризицима у тајним акцијама, Војно дело, Београд, 2008. [21] Ђорђевић О.: Лексикон безбедности, „Привреда публик“, Београд, 1989.
27. Ђорђевић О.: Основи државне безбедности - посебни део, Виша школа унутрашњих послова, Земун, 1988.
28. Ђорђевић О.: Шта је то шпијунажа, Политика, Београд, 1978.

29. Ејдус Ф.: Међународна безбедност, теорије, сектори, нивои, Службени гласник, Београд, 2012.
30. Erlanger S.: "Milosevic, Trailing in Polls, Rails Against NATO", New York Times, September 20, 2000.
31. Илић П.: Безбедносни изазови, ризици и претње или чиниоци угрожавања безбедно- сти, Правне теме, год. 1, бр. 2, Београд, 2013.
32. Јовић С.: Специјалне снаге, „Монтенегро харвест”, Подгорица, 1994.
33. Jowett, Garth; O'Donnell, Victoria (2006). *Propaganda and Persuasion*
34. Комарчевић П., Пејановић Љ., Живојиновић М.: Технологија примене ФИД операција у процесу разбијања Југославије, Култура полиса, год. VIII, бр. 15, Београд, 2011.
35. Конатар. В.: Необавештајне операције као акти агресије, Култура полиса, год. 2012, бр. 17, Београд, 2012.
36. Конатар В., Ковачевић Ж.: Политички одлучиоци и обавештајне агенције, Култура полиса, год . IX, посебно издање 1, Београд, 2012.
37. Kux D.: "Soviet active measures and disinformation: overview and assessment", Parameters, Journal of the US Army War College, Vol XV, No.4, pp. 20-28.
38. Lasswell, Harold Dwight; Lerner, Daniel; Speier, Hans (1979). *Propaganda and Communication in World History: Vol. III, A pluralizing world in formation*. East-West Center Boo
39. Lohner, Luis P. (izdavač) Gebelsovi dnevници, Njujork, Dabldej&kompani, 1948.
40. Лопушина Марко (1997): ЦИА против Југославије, Народна књига, Београд.
41. Љубомир Стајић, Основи система безбедности, Правни факултет, Нови Сад, 2011.
42. Љубомир Стајић – Радослав Гађиновић, Увод у студије безбедности, „Драслар“, Београд, 2007.

43. Марковић, Тодор, Специјалне акције и операције обавештајних служби САД, Војно дело, бр. 3-4 (1999.).
44. Мијалковић С., Национална безбедност, Криминалистичко-полицијска академија, Београд, 2010.
45. Мијалковић С.: Обавештајно-безбедносне службе и национална безбедност, Безбедност, год. 53, бр. 1, МУП РС, Београд, 2012.
46. Мијалковски, Милан, Обавештајне и безбедносне службе, Службени гласник, Факултет Безбедности, Београд 2009.
47. Мијалковски М. (1996): Изненађење у субверзивном рату, Војно дело, Новинско-издавачка установа „Војска“, бр.2.
48. Милашиновић Р., Терор запада над светом, Ветерник, Нови Сад, 1998.
49. Милашиновић Р.: Амерички поход на свет, ЗАД, Београд, 1996.
50. Милашиновић Р.: Циа, моћ и политика, „Југоштампа“, Београд, 1979.
51. Милашиновић, Р., Милашиновић, С.(2007). Основи теорије конфликта. Београд: Факултет безбедности.
52. Милошевић М.: (Контра)шпијунажа, Медија центар „Одбрана“, Београд, 2011.
53. Мијатовић З.: „Сачекуша за Србију“, Недељни телеграф, Београд, 2007.
54. Микић С. (2001.): Политичка агресија, Војно дело, 1/2001.
55. Nellson, A. Richard, Sources for Archhivol Research on Film and Television Propaganda in the United States, Film History, Vol. 3, 1989, USA.
56. Омаљев, Јован, Психолошко пропагандно деловање као фактор рата, ВСЦГ, Београд, 2003.
57. Остојић, Ив. Петар: „Пропаганда“, Библиотека ратника, ГП „Просвета“ АД, Београд, 1940.

58. Romerstein H.: "Counterpropaganda: We Can't Do Without It", Strategic Influence: Public Diplomacy, Counterpropaganda and Political Warfare, IWP Press, 2008, p.135.
59. Савић А.: Увод у државну безбедност, Виша школа унутрашњих послова, Земун, 2000.
60. Симеуновић Д.: Увод у политичку теорију, Институт за политичке студије, Београд, 2009.
61. Симеуновић Д., Теорија политике, Факултет политичких наука, Београд, 2002.
62. Симеуновић, Драган, Политичка теорија-ридер- I део, Удружење „Наука и друштво“, Београд, 2002.
63. Smith P. A.: On Political War, Washington D.C., National Defense University Press, 1989, p.7
64. Тешић М.: Етиологија и превенција појава угрожавања безбедности, Истраживачки центар за питања безбедности западног балкана, Београд, 2005.
65. Fain, Turus G, The Intelligence Community: History, Organization and Issues, New York: R.R. Bowker Company, 1977.
66. Herman S.E. & D. Peterson (2006): Milosevic's death in the propaganda system, Cold type, Chicago.
67. Џамић Д.: СИА изнутра, „Књига комерц“, Београд, 2004.
68. <http://kpolisa.com/KP8-9-10/Pdf/kp08-XI-2-RadomirMilasinovic.pdf> str.492.
69. Nevladine organizacije kao faktor izazivanja i upravljanja društvenim krizama i konfliktima, http://vendetablade.blogspot.com/2013/01/blog-post_4.html.
70. <https://miodragnovakovic.wordpress.com/tag/miodrag-novakovic/>
71. Wasemiller, A. C.: The Anatomy of Counterintelligence, 1996, https://www.cia.gov/library/centerfor-the-study-of-intelligence/kent-csi/vol13no1/html/v13i1a02p_0001.htm.