

Мр Раденко ШЋЕКИЋ*

ЗАЧЕТАК ПОЛИТИЧКЕ ПРОПАГАНДЕ – ОД СТАРОВЈЕКОВНЕ ДО ДОБА ПРОСВИЈЕЋЕНОГ АПСОЛУТИЗМА

ИЗВОД: Ни једна власт се није могла одржати на голој сили, па се њено идеолошко оправдање, односно легитимизација врши под окриљем религије и традиције и то углавном сакрализацијом власти. Основно обиљежје цјелокупне старовјековне пропаганде представља монолитна и импозантна државна пропаганда чија је тематска окосница дивинизација државе и владара. Настанак самог термина пропаганде, и њен институционални развој везан је за Римокатоличку цркву.

КЉУЧНЕ РИЈЕЧИ: политичка пропаганда, идеологија, легитимизација, држава, владар

Већ код старовјековних актера државних и политичких збивања постојала је отворена тежња да разним поступцима утичу на ставове и понашање других појединаца и друштвених група, потврђујући тиме постојање и у Старом вијеку битних елемената пропаганде, као *осмишљене, плански вођене, организоване дјелатности*. Ако, иначе, нема власти без пропаганде, онда се у првобитним државама сусријећемо и са пропагандном праксом, са многим пропагандним знањима и техникама која је савремени човјек олако спреман да припише себи.¹

То што је појам пропаганда новијег датума не значи да се већ са појавом првих држава не јавља пропагандна пракса, иако се у старо-

* Аутор је виши научни истраживач у Историјском институту и докторант на Факултету политичких наука у Београду.

¹ У том смислу је потребно навести неколико карактеристичних примјера. Још у 4. вијеку п.н.е. чувени кинески војсковођа Сун Цу, у дјелу *Вјештина ратовања*, записао је: “Највећа је вјештина ратника побједа и потчињавање непријатеља без борбе, што је могуће само освајањем непријатељског духа”. (Група аутора, *Амнезија јавности – од пропаганде до тероризма*, Београд, 2004, 11).

вјековним изворима и њиховој интерпретацији она подводи под, прије свега, религијску, али и државну и политичку дјелатност, васпитање, образовање итд. Прва препознатљивија концепција персуазивног дјеловања садржана је у Библији. Према „Светом писму“, први проповједници хришћанства већ су прилагођавали пропагирање вјере различитим циљним групама. Апостол Павле у Првој посланици Коринћанима, када говори о начину на који пропагира вјеру каже: “Са Јудејцима био сам као Јудејин, да Јудеје придобијем; са онима који су под законом био сам као под законом да би их придобио; са онима који су без закона био сам као без закона (иако нисам Богу без закона, кад сам под законом Христовим), да придобијем оне који су без закона. Са слабима био сам слаб, да слабе придобијем, свима сам био све, да како-год кога спасем”.² Дакле, још први вјерски проповједници прилагођавали су пропагирање вјере одређеним циљним групама кроз препознатљиво начело сегментације публике и пропагандну слојевитост која би се могла у овоме препознати са савремене тачке гледишта.

Ни једна власт се није могла одржати на голој сили, па се њено идеолошко оправдање, односно легитимизација, врши под окриљем религије и традиције, и то углавном сакрализацијом власти, одржавањем култова умрлих и живих владара и историјских јунака, али и коришћењем читавог низа других пропагандних поступака и средстава³ у чему има елемената коришћења пропагандне технике трансфера, путем везивања, трансферисања личности владара за одређена божанства, и њиховом сакрализацијом.

Класичан старовјековни пропагандни запис персуазивно обојен са циљем дјеловања на рационалну компоненту става налазимо и код Херодота.⁴ Политика је за античку Грчку била појам за организовани

² З. Славујевић, *Политички маркетинг*, Београд, ФПН, 2005, 11.

³ Помињање египатских пирамида као облика старовјековне пропаганде је опште мјесто, а многи сматрају Тукидида и Тацита пропагандистима или се, пак, истиче наглашен политички тон старовјековних култова као што су Елеусијске мистерије, разних пророчишта итд, у чему се могу препознати одређени елементи употребе пропагандне технике шокирања публике, путем употребе разних пророчишта и пророчанстава.

⁴ Према Херодоту, у јеку грчко-персијског рата, Темистокле је поред извора на стијени уклесао слједећу поруку намијењену Јонцима, персијским савезницима: “Људи Јоније, гријешите борећи се против ваших отаца и помажући да се подјарми Грчка. Због тога боље пређите на нашу страну, али ако вам је то немогуће, повуците ваше снаге из борбе и тако принудите Корнанце да се такође повуку. Ако вам ни једно ни друго није могуће, и ако сте везани сувише јаком неопходношћу, онда се у сукобу у који смо уплетени, понашајте намјерно рђаво, не заборављајући да ви потичете од нас и да непријатељство варвара према нама потиче од вас.” (В. Михаиловић, *Пропаганда и рат*, Београд, 1984, 18). Порука је била усмјерена да побуди осјећања о истој етничкој припадности.

јавни живот људи. Узајамно прожимање политичког и духовног живота изузетно је важно за историјски ток. Стога се у разматрању развитка политичке пропаганде и њених активности не смије мимоићи улога пјесништва, историографије, филозофије, реторике и драмске умјетности. То је нарочито видљиво у трагедијама старе Грчке, у којима је политичка стварност тог времена нашла свој израз. Политичко позориште, изразито присутно на овом простору, такође је облик својеврсног пропагандног политичког дјеловања. Кроз културно стваралаштво су се настојале пропагирати одређене идеје и политички ставови, али у прикривеној форми, што су неке од одлика употребе дифузне пропаганда и технике индиректног пропагандног дјеловања. Старовјековна пропаганда је израз једног сасвим другачијег времена и специфичних друштвених односа и оквира, гледано из савремене перспективе. Један од примјера технике пропаганде акцијом, познат је још из шестог вијека п.н.е: ‘Персијски цар Кир по освајању Вавилона 538 п.н.е. је сакупио Персијанце и наредио им да једнога дана раде мукотрпне физичке послове, док их је другог дана богато гостио, а послје тога им је рекао – “Уколико хоћете да вам увијек буде као данас пођите са мном у бој да завладате другима и да уживате”.⁵ Уочљива је била намјера да се окупљањем изрази и учврсти подршка владару и сликовито предоче посљедице (не)прихватања одређеног става и понашања за који се владар залаже, а овдје би се осим технике пропаганде акције могли препознати и елементи технике награде и казне, тзв. штапа и шаргарепе.

И други персијски цар, Ксеркс, користи пропагандну акцију, која би се могла дефинисати и као комбинација технике индиректне пропаганде (soft – sell). Наиме, када би ухватио атинске уходе он их није убијао, него им је показивао своју војску, њено наоружање, спремност и обученост за борбу, па их пуштао назад Грцима да причају о ономе што су видјели. Дакле, руководило се убјеђивањем, инсистирањем на сугестивном формату и на остваривању пропагандног циља заобилазним путем.

Основно обиљежје цјелокупне старовјековне пропаганде представља монолитна и импозантна државна пропаганда чија је тематска окосница дивинизација државе и владара.⁶ Већ са А. Македонским дивинизација владара добија сасвим нову форму култа императора. Његова успјешна освајања су представљана као остварење мита о јунаку Херкулу. Касније дефинисана пропагандна техника трансфера, очигледно је налазила своје коријене и добијала форму још у старовјеков-

⁵ З. Славујевић, *Политички маркетинг*, Београд, 2005, 94.

⁶ З. Славујевић, *Старовјековна пропаганда*, Београд, Чигоја, 1997, 2.

ним друштвима, у виду проглашавања владара синонимом божанства или у виду дискредитовања владара оптужбама да су изгубили подршку богова.

Успостављање демократских облика државног уређења у Грчкој доноси одређене програмске кампање, а њихову окосницу представља борба *демоса* и *олигархије* у придобијању грађана или чланова законодавних тијела путем разноврсних облика дејства.⁷ О значају изборних борби и пропагандних кампања које су их пратиле говори и Аристотел, који спомиње оно што би се могло назвати изборним сплеткама и незаконитим прикупљању гласова. Он указује и на оно што би се језиком савремене пропаганде могло назвати прљавим кампањама, кампањама блаћења противника.⁸

У трагању за теоријским исходиштима савременог политичког маркетинга може се доћи до далеке прошлости, до једне струје у политичкој теорији која се зачиње још у старој Грчкој, са софистима. Они су на примјер развили *еритристичку*, вјештину полемике којом се може побједити противник на јавној сцени. Сматрали су да се „политичка врлина“ може научити, па су за новац подучавали грађане државним вјештинама и говорништву. Основе софистичког дјеловања су били наглашени антропоцентризам и практична усмјереност.⁹ Учитељи реторике нијесу само установили правила говорничке вјештине и преносили своја бесједничка знања ученицима, већ су развијали и ширили властиту политичку филозофију и заговарали је, као што су и непосредно узимали учешће у државним пословима и политичким борбама свога времена. Софисти су били нека врста старогрчких претеча политичког маркетинга.

Вјештина говорења и убјеђивања зависила је од способности појединаца који су у кругу публике настојали да је увјере у тачност својих ставова, мишљења и идеја. Начин организовања и функционисање власти у грчким полисима, а касније и у Римском царству, омогућио је стварање политичких услова за појаву јавног мњења. Основни медиј је ријеч, форма мора да одговара садржају, док се вођа мњења назива – демагог. Демагогија злоупотребљава незнање, неин-

⁷ Тако у *Погребном говору*, Тукидид Периклу ставља у уста изјаву да је „у очувању реда и мира, страх наш главни заштитник“. М. Подунавац, *Политика и страх*, Загреб, 2008.

⁸ “При томе прљаве кампање против појединаца често су имале друге циљеве – напад на Анаксагору или оптужбе против вајара Фидије имале су за циљ и дискредитовање њиховог заштитника Перикла. Иначе Клеон, богаташ из Атине, био је познат по сплеткама, интригама, клеветању и демагогији, па је захваљујући томе и успио да дође на власт по Перикловој смрти.” З. Славујевић, *Политички маркетинг*, Београд, 2005, 53.

⁹ Исто, 42.

формисаност и нерасположење масе и одлична је техника завођења јавног мњења.¹⁰ С друге стране, постојали су и примјери послушности јавног мњења, када политичар престаје да буде субјект политике, постајући пуки реализатор расположења и жеља *демоса*.¹¹

Сматра се да се пропаганда у старом Риму испољавала и у подбуњивању на јавним мјестима окупљеног народа, у расправама по трговима и јавним зградама, написима по зидова, у ритуалима и церемонијама, својеврсним политичким спектаклима, у поворкама опремљеним амблемима, заставама, украсима и сл. Старовјековни Рим су карактерисале жестоке борбе за разне државне положаје у доба републике, па из тога периода потиче и први трактат о изборној пропаганди који је Цицеронов брат, Цицерон Квинт Тулије, написао. Ријеч је, наиме, о дјелу *Commentariolum petitionum* у коме даје савјете брату у вези са његовом изборном кампањом за мјесто конзула.¹² Филозофи од Конфучија до Аристотела испитују норме и технике политичке владавине, стављајући своје знање и савјете у службу владара. Аристотелов *Protreptikos* који је он писао за А. Македонског и Конфучијева упутства остају у темељу првих великих система политичког тренинга.¹³ У вријеме Нерона у Риму су постојале групе за подстицање расположења и одушевљења у публици приликом појављивања владара (група за аплауз, Августови витезови) или касније бројне групе плаћене да узвикују: „*Браво*“!¹⁴ Ово би се са савремене тачке гледишта могло дефинисати као појавни облици технике пропаганде акцијом којом се путем јавних окупљањима изражавала подршка владару.

Генерално гледано, може се издвојити неколико врста пропагандних дјеловања: пропаганда усменим путем – у коју су спадале молитве, химне, заклетве, пророчанства, епови, бесједништво (Перикле, Демостен, Сократ, Исократ, Цицерон, Гај Јулије Цезар), писана пропаганда – елџије, трагедије, комедије, као и пантомима и фарса – политичко по-

¹⁰ З. Јевтовић, *Јавно мњење и политика*, Београд, 2003, 38.

¹¹ Још је Сократ упућивао пријекоре Каликлеу због „претјеране љубави према атинском демосу и непрестаном говорењу њима по вољи.“ З. Славујевић, *Политички маркетинг*, Београд, 2005, 40.

¹² Исто, 54.

¹³ Још су стари мудраци знали да су све људске ствари, па и царства и државе, саткане од ријечи. У Библији стоји: „На почетку бјеше ријеч“. Када се ријечи доводе у питање, доводи се истовремено и сво људско. Ученик Цу Лу питао је учитеља Конфучија: „Када би те војвода од Веја позвао да управљаш његовом земљом, коју би мјеру прво предузео?“. Мудрац је одговорио: „Реформу језика“. Знао је да ријечи и ствари крваре из исте ране. Када започињу невоље и кризе најпре страдају ријечи и ствари а потом људски животи постају јефтини или ништа не значе. Вербалним ратом отварају се и започињу сви остали ратови. Ч. Чупић, *Политика и позив*, Београд, 2002.

¹⁴ З. Славујевић, *Политички маркетинг*, Београд, 2005, 94.

зориште, историографија (све што је написано са историјском тематиком), спектакли, светковине (који вуку коријене из митских религијских ритуала), олимпијске игре. Све ово је представљало различите облике пропагандног дјеловања и коришћено је у политичке сврхе, а у многи-ма од тих видова културног стваралаштва може се препознати и тежња да се путем индиректног и дифузног персуазивног дјеловања утиче на публику.

Дакле, може се закључити да је старовјековна пропаганда представљала претечу појаве пропагандног дјеловања, пропагандних техника, манипулације масама, старе и много пута касније опробане праксе „хљеба и игара“¹⁵, демагогије, утицаја на емоције широких народних маса путем спектакала, позивањем на херојску историјску епiku, коришћењем религије у пропагандне сврхе, начелима поједностављивања слике свијета и перонализације политике (довођење у нераскидиву везу одређеног политичког програма и стања са владарем као његовим носиоцем), начелом сегментације публике, пропагандним техникама трансфера, акције, награде и казне итд.

Пропашћу Западног римског царства, постепено се губе и политичке особености дотадашњег античког свијета. Новостворене варварске државе, односно њихове феудалне елите, покушавале су да донекле опонашају римски начин управљања и владања, мада неуспјешно. Као нова кохезиона снага новостворених варварских држава послужила је религија. Наиме, хришћанство које је још 313. године Миланским едиктом цара Константина признато за легалну религију, 380. године је цар Теодосије прогласио за државну вјеру. Источно римско царство, познатије као Византија, остало је баштиник некадашње римске традиције, а након црквеног раскола 1054. године и заштитник и покровитељ источног (православног) хришћанства. Временом се хришћанска црква институционализовала, ширећи своју организацију и добијајући на моћи. Овај тренд симбиозе феудалаца и свештенства препознатљив је кроз читави средњи вијек. Црква је тако добила моћну заштиту у ви-

¹⁵ “Власт је још давно схватила да сво незадовољство, фрустрације и агресија народа нису опасни по њу уколико се задрже унутар стадиона, јер агресија испољена на стадиону смањује опасност да ће бијес бити усмјерен против ње. Тако је цар Трајан поклатио публици 107. године борбе са 10.000 гладијатора, у играма које су 109. године трајале 117 узастопних дана убијено је 9.824 гладијатора. Гладијаторске игре остају најсигурнији и најтужнији инструмент владавине, чија је сва окупност садржана у поздраву гладијатора који улазе у арену цару: “Живно император, мртви те поздрављају!”, као и у еуфоричним узвицима гледалаца: “Удри, закољи”. Остају као врста крвавог спектакла са израженом наркотизирајућом функцијом, функцијом коју ће много касније Лазарсфелд и Мертон приписати масовним медијима“. З. Славујевић, *Старовјековна пропаганда*, Београд, 1997, 125.

ду оружане силе, али и велике посједе од племства с којих је убирана огромна добит. Такође ће временом политичка и економска моћ западне (католичке) цркве¹⁶ расти, стварајући ореол неприкосновености и непогрешивости клера, на челу са папом¹⁷, затим путем продаје индулгенција (опроштаја гријехова) као и бројних и моћних црквених редова.¹⁸ С друге стране, феудално племство је, захваљујући црквеној догми и организацији, држало у покорности бројно кметство. Средњи вијек карактерише репрезентативна или статусна јавност испољена кроз манифестовање власти феудалца и клера. Репрезентативна јавност формира се на основама градске племићке културе сјеверне и средње Италије, најприје у Фиренци, а потом у Паризу и Лондону.¹⁹

Пропаганда је ријеч латинског поријекла и у основи значи ширење, распрострањавање. Први га је употребио папа Гргур XIII у були *Ius-kustabili divine* 1582. године, у којој се као задатак језуита одређује »пропагирање и одбрана вјере«. Исти папа ће повремено окупљати три кардинала који расправљају о најпогоднијим средствима и начинима борбе против реформације. Папа Климент VIII 1622. године озваничава ову институцију посебном булом и даје јој назив *Sacra Congregatio shristiano pomini propagando* (касније позната као *Sacra Congregatio de propaganda fides*). Чинило је 29 високих црквених достојанственика – кардинала који су представљали конгрегацију у појединим хришћанским земљама и чији је задатак био ширење хришћанске вјере.²⁰ Прописани су циље-

¹⁶ Ријеч католик потиче од грчке ријечи катхоликос, што значи свеопшти или универзални.

¹⁷ Папа – термин потиче од грчке ријечи *pappas*, што значи отац. Од петог вијека тај назив носили су римски бискупи када су уз титулу римског бискупа придодали и *PONTIFEX MAXIMUS* - у старом Риму је то био назив за врховног првосвештеника., а од једанаестог вијека резервисан је искључиво за поглавара Римокатоличке цркве и подразумијева вјерске и императорске прерогативе. Према С. Аврамов, *Opus Dei*, ЛДЉ, 2000, 7.

¹⁸ Настанак самог термина *пропаганда* и њен институционални развој, као што се може закључити, неоспорно је везан за Римокатоличку цркву, стога она као једна моћна институција заслужује посебну пажњу. Римска црква се задржала на практичном задатку ширења хришћанства у свијету, на значају цркве као дјелотворног царства или *Града Божјег (civitas Dei)* и од настанка је представљала принцип централног ауторитета који на видљив и практичан начин обједињују земаљску дјелатност цркве. Католички мислиоци су у том смислу дефинисали Римокатоличку цркву као *Sacramentum mundi*, односно као инструмент за најприсније сједињење читаве људске врсте са Богом. То су доктриниране позиције Римокатоличке цркве, то су њене амбиције, али не и стварност, јер она представља само једну од хришћанских цркава и само један дио религиозног тоталитета савременог свијета. Ултрамонтанизам је струја у Римокатоличкој цркви која заступа став да је папа једини и исључиви духовни центар хришћанства у свијету.

¹⁹ Ј. Хабермас, *Јавно мњење*, Београд 1969, 16.

²⁰ З. Славујевић, *Политички маркетинг*, Београд, 2005, 12.

ви, састав њене управе и средства којима служи у свом раду. Од самог оснивања ова установа за пропаганду католичке вјере била је у рукама језуитског реда. Нови папа Урбан VIII и сам језуита, уложио је велики напор на организационом јачању и унапређивању мисионарске дјелатности на централистичким основама, па је у ту сврху основан *Colegium de propaganda fide*, познатији као *Colegium Urbanum de propaganda fide*, августа 1627. године. Циљ ове установе је био да ствара мисионаре свих народности па је имао свенародни и космополитски карактер.²¹

На врхунцу моћи језуитски ред је био ставио школство у католичкој Европи под своју потпуну јурисдикцију. “Дајте нам дијете првих седам година живота, а онда радите са њим шта год хоћете.” познати је мото језуитског реда, гдје је уочљива доминантна намјера ка индоктринацији. Били су савјетници европских владара, контролисали дипломатске информације, усавршили *laternu magicu* – својеврсни пројектор за дијапозитиве и тиме добили и користили прилику да вјернике засјене спектакуларним ефектима апокалиптичких догађаја, и тако много прије савременог Холивуда искористе моћ слике, манипулишући комбинацијама боје и звука, утичући тако на чула и емоције присутних.

Пропагандне технике које из савремене перспективе можемо идентификовати сводиле су се на технике пропаганде акцијом (на јавним скуповима, саборима, турнирима, церемонијама), технике трансфера (симбиоза световне и профане власти давала је и једнима и другима одређено трансферисање и легитимитет у јавности), технике тзв. испирања мозга (с обзиром на значајан број популације у манастирима, спровођена је снажна индоктринација, уз потпуну и беспоговорну послушност), технике вертикалне пропаганде (гдје је коришћена снага институционално заштићеног ауторитета, носиоца пропаганде у пропагирању својих ставова и догми), технику награде и казне у комбинацији са техником шокирања публике (потенцирање и индуковање релације „рај – пакао“, чиме се заговарала послушност црквеним и свјетовним властима, коришћење пророчанстава и сл).

Цар Светог римског царства Фридрих II²² је први средњовјековни владар који се плански служио пропагандом. Сукоб цара и римске Курије по питању права инвеституре и тумачења тога права покренуо је на обје стране огроман пропагандни апарат. Сачувано је око 150 манифеста из тог периода. У овој борби коју је започео Фридрих II, ипак је

²¹ М. Тадић, *Основи међународне пропаганде*, Београд 2002, 13.

²² Фридрих II Хоенштауфен, Цар Светог римског царства одрастао је и живио највише на Сицилији јер му је мајка била ћерка Роцера II Сицилијанског. Често је био у рату са папском државом, тако да је био два пута екскомунициран и јако оцрњен у хроникама тога времена. Папа Гргур IX га је чак назвао антихристом.

на крају побједила Курија јер је папина пропаганда имала бројне предности. Наиме, цар није имао за то посебно обучене људе, док је Курија имала свештенство које је боље познавало латински, у то доба језик комуникације, а што је долазило до изражаја у писању списа и повеља.²³

Захваљујући вјековном искуству у политичким и дипломатским пословима Католичка црква је са развојем капиталистичких односа схватила корисност укључивања у економске токове.²⁴ Од свих свјетских цркава најчвршћу организацију има католичка црква, која се састоји у строгој хијерархији на челу са папом као врховним првосвештеником свјетске цркве са неким божанским особеностима као што су непогрјешивост и могућност праштања гријеха. Амерички часопис *Time International* (од 24.02.1992.) објавио је чланак К. Берстина под називом *Света Алијанса* у којем износи садржај договора тадашњег америчког предсједника Р. Регана и *Римске курије*²⁵ на челу са тадашњим папом Јованом Павлом II²⁶ у Ватикану 07.06.1982. године.²⁷ Папа је 30. маја 1986.

²³ Цар Фридрих II је први ангажовао путујуће свираче који су свирали и пјевали политичке пјесме, а које су на веома занимљив начин говориле о главним политичким питањима тога времена. То су били својеврсни уводни чланци тог доба, па је лирска форма тих уводника или насловних страна омогућавала брзо ширење – пјевале су се и рецитовале од мјеста до мјеста, од двора до двора. У то вријеме јављају се први пут и леци као пропагандно средство, али им је утицај био веома мали имајући у виду општу неписменост становништва. Црква је завела цензуру, тј. контролу над свим списима који се штампају и шире на просторима под њеном јурисдикцијом. Већ 1487. папа Вићентије издао је повељу којом је наредио да бискупи имају контролисати све што се штампа, а папа Пије V у својој посланици баца анатему на „дрске листиће непријатељски расположене према цркви“, и по овој његовој повељи могла се изрећи и смртна казна за ширење нецензурисаних списа. Према М. Нухић, *Комуницирање*, Сарајево, 2000, 141.

²⁴ Централна ватиканска банка носи необичан назив – Институт за религиозне послове, мада та установа нема никакве везе са религијом. То је типична банка, основана је 1929. и повјерена су јој на чување средства црквених организација. Поједини аналитичари процјењују да су та средства већа од монетарних резерви великих држава типа Француске или Велике Британије. Према С. Аврамов, *Opus Dei*, ЛДЉ, 2000, 39.

²⁵ Римска курија – највиша административна управа Ватикана коју сачињава 9 конгрегација (министарстава), на чијем челу се налази кардинал и остали помоћни уреди. Може се упоредити са владама у државама.

²⁶ Папа Јован Павле II (краковски бискуп Војтила) изабран октобра 1978, био је не само први Словен (Пољак), него и први папа који није Италијан од 1552. године.

²⁷ Након једночасовног разговора у четири ока, склопљен је договор да се ради на рушењу режима генерала Јарузелског у Пољској свим средствима, изузимајући директну војну интервенцију. Успјешно извршење овог плана требало је да изазове ланчану реакцију у читавом тадашњем комунистичком блоку. Посљедњи предсједник СССР-а Михаил Горбачов је у чланку који је објавио у торинском листу »La Stampa« од 03.03.1992. године, изразио своју захвалност папи Јовану Павлу II на његовом несебичном раду против комунизма, истакавши притом да слом тог поретка не би био могућ без његовог напора. План је требало да спроведу америчка Централна обавјештајна

године објавио Енциклику²⁸ *Dominium et virificantem* да се бије бој између Светог духа и сатане и да је фронт јасно повучен, са једне стране је истина и католичка црква а са друге стране оно што се препознаје у материјализму, тј. у дијалектичком материјализму и марксизму.²⁹

Дакле, на горе наведеним примјерима је уочљив несумњив утицај једне религијске организације и моћ да својим механизмима и персуазивном умјешношћу и техникама утиче на битне глобалне политичке процесе, како током средњег вијека, тако и у савременом добу. Католичка црква, дакле, има веома разрађен систем правила која обезбјеђују јединствено понашање клера и вјерника што јој даје одређени предуслов и подлогу за ширење одређених политичких идеја и ставова у религијској форми и користећи вјерске церемоније, мисе, проповиједи и сл. Друге хришћанске цркве немају баш толики степен централизма и организованости.³⁰ И овдје би се могли препознати одређени елементи употребе дифузног пропагандног дјеловања у комбинацији са техникама индиректне и хоризонталне пропаганде (пропаганде интеграције). Базирајући своју

агенција (ЦИА) и обавјештајне службе Ватикана. За спровођење овог плана, а то је вјероватно опште запажање: "Ватиканске информације су у сваком погледу биле апсолутно боље и брже него наше"- изјавио је тадашњи амерички државни секретар Александар Хејг. "Све што се догодило у Источној Европи посљедњих година, не би било могуће без учешћа папе Јована Павла II" изјавио је Михаил Горбачов, 3. марта 1992. Сјутрадан у истом листу тадашњи папа је истакао пресудну заслугу католичке цркве за стварања програма перестројке. М. Тадић, *Основи међународне пропаганде*, Београд 2002, 83. »Слушајте Светог оца папу« – рекао је архиепископ Лаги, Вилијаму Кларку, Регановом савјетнику за националну безбједност – »ми имамо двије хиљаде година искуства у оваквим стварима«. С. Аврамов, *Опус Деи*, 2000, 11.

²⁸ Енциклика – писмено обраћање папе свештенству и вјерницима.

²⁹ М. Илић, *Лажни дуги ногу - медијски рат и око њега*, Београд 1995, 181.

³⁰ Православне цркве су организоване на националној основи иако у догматском смислу немају међусобних разлика, а општеважећи значај за све имају одлуке васељенског сабора али је последњи одржан прије више од хиљаду година, тачније 787. у Никеји. Црква је дио божје државе на земљи и зато јој припада велика част. Носећи оријентацију која у себи има клицу империјалне аспирације, филозофи и други учени људи прогнани из Цариграда ("Другог Рима"), након његовог пада у османске руке 1453, селe се у Москву, свој нови духовни центар, доносећи учење да постоји само једна права држава – Римско царство. На идеолошкој подлози насталој из сплета тих околности развија се теорија Москва – Трећи Рим. Према Филофеју, монаху Псковском и једном од главних твораца те теорије, историја човјечанства којим управља бог у ствари је историја настанка, развоја и пропасти свјетских царстава. Рим је по њему био прво свјетско царство, након његовог пада примат је преузела Византија и постала другим Римом, али је ступивши у унију са католичком црквом, Византија издала православље и зато ју је бог казнио – пала је под налетом Турака. Тако руски народ постаје једини чувар православља, а Москва – трећи Рим, и то ће остати до краја свијета. Из овакве позиције руског народа произилази по Филофеју, огромна моћ руског цара. Он је на име, "не само господар Русије, већ и цијелог православног свијета." - (Р. Радоњић, *Политичке и правне теорије*, ЦИД, Подгорица, 2002, стр. 75).

моћ на снази вјере, религијске институције, у првом реду Римокатоличка црква, су вјековима настојале да утичу и руководе политичким животом. Чињеница је да су у тако дугом временском периоду разрадили и усавршили разноврсне технике и методе усмјерене ка том циљу.³¹

Многобројни су примјери коришћења религије и вјерских осјећања у политичке сврхе. То је очигледно и данас у “глобалном” свијету, а огледа се у порасту вјерског фанатизма, вјерских милитантних група, или пак само у коришћењу религијских осјећања у остваривању одређених политичких циљева. Стога се може закључити да је религија веома захвално поље за усмјеравање и пропагирање разних видова политичких идеја “завијених у вјерско рухо”.

* * *

Често се каже да се мисао неког аутора може најбоље разумјети ако се схвати духовна ситуација доба у којем живи и ствара. У том се смислу могу схватити и сљедеће ријечи Н. Макијавелија: “Препорука за оне који владају у политици је да науче да се понашају и као животиње и као људи. Они треба да се угледају на лисице и лавове. Треба дакле бити лисица, па познавати замке, и лав, па заплашити вукове. Онај који је само лав, не познаје свој посао. Такође владалац не треба да се осврће на задату ријеч када је то против њега и када су се околности промијениле - околности које су га навеле да је да“.³² Француска револуција је представљала до тада невиђену манипулацију широком народним масама. Комбинација *хљеба и игара са доста крви*, са јавним погубљењима на гиљотини, френетични говори - представљали су прави опијум за масе са својеврсним наркотизирајућим ефектом.³³ Масонске ложе су, са обзиром на то да није било јавног политичког живота, биле згодно мјесто гдје су се изграђивали политички таленти тога доба. Доказано је

³¹ Колики је утицај Свете столице био на збивања на простору бивше Југославије потврдили су непосредно политичари који су били укључени у та збивања. Бивши министри спољних послова Француске, Италије и САД, Ролан Дима, Ђани де Микелис и Лоренс Иглбергер потврдили су у више наврата да су притисци Ватикана и Њемачке да се експресно признају бивше југословенске републике Словенија, Хрватска и БиХ допринијеле распламсавању грађанског рата. Изјава Ролана Диме на самиту у Кран Монтани у Швајцарској 14.06.1993, неколико интервјуа де Микелиса у првој половини јуна 1993, изјава Иглбергера у разговору са проф. М. Булајићем, директором Југословенског музеја геноцида у августу 1994. године потврђују овакве наводе.“ М. Тадић, *Основи међународне пропаганде*, Београд, 2002, 85.

³² Н. Макијавели, *Владалац*, Београд 1982, 63.

³³ Колику су снагу имале ораторске способности, рецимо вође јакобинаца Робеспјера показује догађај након Термидорског преврата и његовог свргавања 24.07.1794. Знајући магичну моћ његових ријечи, завјереници му нису дозволили да се обрати скупштини, јер је његов говор могао да има негативне посљедице по њих. В. Михаиловић, *Пропаганда и рат*, Београд, 1984, 120.

да је двије трећине посланика трећег сталежа у Француској припадало масонским редовима који су својом добром организованошћу, угледом, средствима, пропагандно дјеловали на припреми револуције и укидање монархије.³⁴ Техником вертикалне и директне пропаганде током и након Француске револуције, начелом сегментације публике и дјеловања на одређене циљне групе у друштву настојале су се учврстити жељене идеје. Такође је у оквиру одређених политичких кружока и полутајних организација тога доба широко употребљавана и техника хоризонталне пропаганде у интергрупној комуникацији на састанцима.

Израз пропаганда изворно је имао религијско значење - конкретно, налазимо га у контексту "*Congregatio de propaganda fide*" (*Конгрегација за ширење вјере*) коју је Римокатоличка црква основала у оквиру контра-реформације. Своје је данашње значење стекао овај термин тек на крају 18. вијека са Француском револуцијом. Наиме, у то доба, у контексту Европе изразито несклоне новом републиканском поретку, идеологија ће се удружити са оружјем да би повела рат у модерном смислу, а пропаганда ће постати помоћно средство стратегије. Радило се не само о томе да се међу становништвом и војскама шире револуционарне идеје - што ће се спроводити путем разних удружења за пропаганду (једно од таквих је било и удружење „Пропаганда“ из Алзаса, које се бавило идејом ширења Француске револуције) да се ствара и јача национална републиканска кохезија - него и да се на страни противника изазове страх и пометња.

Прва савремено организована пропагандна служба успостављена је за вријеме Наполеонових ратова. Службено се звала *Press služba*, док ју је сам Наполеон звао *Служба за јавно мњење*. Њен задатак је био не само информисање, већ и објашњавање политике и ратних операција, с тиме да су издавани различити прогласи, манифести, билтени, новине. И први Наполеонов политички потези били су у сфери штампе, тако је од 76 листова колико је до тада излазило укинута 66 а остали су били под строгим контролом. Наполеон је покренуо и свој лист – *Le Moniteur*,³⁵ тако да су сви преостали листови морали пратити писање овог листа и преносити његове најзначајније чланке. Колико је и како

³⁴ В. Поповић, *Историја новог века*, Београд, 1941, 309.

³⁵ Типичан за врсту штампе у служби власти јесте низ наслова објављених на насловној страни којима је француски *Le Moniteur* пратио између првог и 20. марта 1815. Наполеоново бјекство са острва Елбе и његов повратак у Париз: „Људоджер је изашао из своје јазбине“, „Искрцала се немам са Корзике“, „Чудовиште је спавало у Греноблу“, „Тиранин је прошао кроз Лион“, „Узурпатор је виђен на 60 миља од пријестонице“, „Бонапарта напредује крупним корацима, али никада неће ући у Париз“, „Цар је стигао у Фонтенбло“, и на крају „Његово Царско Величанство улази у двор, окружен својим вјерним поданицима“ – што је примјер типичног брзог политичког преображаја и потчињавања постојећем режиму. Ђ. Гоцини, *Историја новинарства*, Београд, 2001, 123.

Наполеон схватао значај штампе у пропагандне сврхе, види се и по томе што је он у земљама које је намјеравао освојити, куповао листове да би преко њих припремао јавност тих земаља за његов ослободилачки долазак.³⁶ Вијести су посебно биле прилагођене различитим корисницима, тако да су објављиване посебне публикације за грађане Француске, грађане освојених земаља, а посебно за припаднике војске.³⁷ Дакле, овдје је уочљива техника вертикалне пропаганде, односно, коришћење заштићеног ауторитета и подређен положај примаоца порука, у комбинацији са употребом цензуре.

Ако су раније одсијецани непослушни језици, након Француске револуције циљ је био да се они укроте. Наполеон је настојао да освоји Европу не само војском, већ и агитацијом, и оформио је свој *Bureau de Presse*, у циљу онога што би данас назвали ПР-ом. Његов противник, аустријски канцелар Метерних, убрзо је установио да се очигледно живи у доба пропаганде, при чему је он под тим подразумијевао настојање да се сопствена убјеђења и сопствени начин живота преседе тамо гдје до тада нису постојали. За Метерниха пропаганда се састојала у томе да се не препусти уредницима листова да сами одлучују о концепцији тема које ће бити објављиване. Безусловно управљање штампом платио је, међутим, неуспјехом своје пропаганде.³⁸ Револуционарна 1848. година у Европи уједно означава и свестрану и разнолику употребу пропагандних активности. Може се утврдити да од тада па све до употребе радиоемисија током Првог свјетског рата и није дошло до неких посебних иновација. Те се године у Бечу први пут појављују и масовно примјењују зидни политички плакати који су више од 100 година касније, одиграли значајну улогу у вријеме студентског покрета 1968. године, као и у вријеме културне револуције у Кини. То је уједно и вријеме настанка револуционарних и родољубивих пјесама, националних застава и свега онога што чини укупно обиљежје једног народа. Ријеч је о симболима који имају изразито емоционално-вриједносно засићење и који омогућавају хомогенизацију у ситуацији угрожености, јачању кохезије одређене групе и својеврсне пропаганде интеграције. Ти различити симболи постају уједно и дјелови одјеће, у првом реду шала са бојама националне заставе. Већ на први поглед, према томе шта се од одјевних детаља носи, могао се препознати аристократа, демократа, републиканац, анархист. Управо у одијевању непосредно долази до изражаја ври-

³⁶ М. Нухић, *Комуницирање*, Сарајево, 2000, 146.

³⁷ И. Шибер, *Основе политичке психологије*, Загреб, 1998, 302.

³⁸ У то вријеме се значајније употребљава и политичка карикатура као средство дискредитовања противника, и то у Енглеској. С тим у вези тада је настала пошалица да су Енглези карикатурама објавили рат Наполеону умјесто топовима.

једносно-изражајна улога става и потреба појединца да јавно искаже своју припадност и опредјељење и тиме покуша утицати на друге.

Постепеним слабљењем феудалног поретка и појавом и развојем капиталистичких односа, а тиме и јачањем грађанске класе, дотадашњи начин владања заснован на голој сили и држању под контролом народа путем вјерске пропаганде, постепено губи на снази. Владари просвијећеног апсолутизма који су се тада суочили са зачецима онога што у савременом смислу називамо јавно мњење настојали су стога да својим методама и техникама владања дају одређени блажи и перфиднији став.

Mr Radenko ŠĆEKIĆ

THE BEGINNINGS OF THE POLITICAL PROPAGANDA – FROM ANCIENT TIMES TO THE PROPAGANDA DURING ENLIGHTENED ABSOLUTISM

Summary

Since the old-age actors of civil and political occurrences, there has been an open tendency to affect on attitudes and behavior of other individuals and social groups with the various processes, thereby confirming the existence of the essential elements of modern definitions of propaganda, as designed, planned managed and organized activity. The fact that the term propaganda itself is of later date, does not mean that with the appearances of the first states we can not meet propaganda practice, although in old age sources and their interpretation, propaganda was being brought under primarily religious, but also civil and political activities, education, etc. For the ancient Greeks, the politics was a term for organized public life of the people.

The origination of the term propaganda and its institutional development is indisputably linked to the Catholic (Roman) church, which as such powerful institution deserves a special attention. There are numerous examples of using religion and religious sentiments for political purposes. The term propaganda originally had religious connotation, while its present (secular) meaning had achieved at the end of the 18th century with the French Revolution. Historically, political propaganda was in fact closely connected with the war and quite certainly could have been considered a continuation of the war with the different means. With gradual weakening of the feudal order and the appearance and development of capitalist relations, thereby strengthening the bourgeoisie, existing way of ruling, based on raw power and control of the people through religious propaganda, gradually was losing its force. Rulers of enlightened absolutism, faced with the beginning of what in modern terms we call public opinion, tried therefore to give the more lenient and perfidious outlook to their methods and techniques of rule.

KEY WORDS: *state, propaganda, ideology, legitimacy, religion, absolutism, public opinion*