

*Дејан Дашић*

*Висока школа академских студија "Доситеј", Београд*

## **ГЛАСИНЕ КАО ВИД СИМБОЛИЧКЕ МОЋИ - МЕДИЈИ ИЗМЕЂУ ИСТИНЕ И МАНИПУЛАЦИЈЕ**

### **Сажетак**

*У раду се излажу различити аспекти гласина, како настају, када се појављују, на који начин се може живети са гласинама или на који начин их употребити. Ослањајући се на постмодерну теорију Бодријара, покушаћемо да докажемо да уз помоћ медија, гласине, непрестаним понављањем постају чињенице. Захваљујући интернету, који обезбеђује мултиплицирано ширење порука, гласине се шире невероватном брзином, готово у реалном времену. Данас је за многе информације веома тешко сазнати извор, а пропраћене слањем слика, добијају невероватну моћ.*

*Кључне речи: гласине, масмедији, спиновање, пропаганда, Србија.*

### **1. ТЕОРИЈСКИ ОКВИР**

Међу становништвом хришћанске вероисповести паника је завладала када су у једном дану три реке у Кини биле црвене боје. Гласине су се шириле брзином светлости: долази судњи дан. Оно што је недостајало тим људима је информација да су веома чести случајеви „крвавих река“, да се појављују готово свуда у свету, да су изазивачи промене боје воде бактерије које живе на воденим алгама. „Када људи не добију неопходне и поуздане информације из веродостој-

них извора, онда циркулишу незваничне вести у заједници<sup>1</sup>. Гласине су заслужне и за обрачун Нерона са хришћанством.<sup>2</sup> Велики монголски освајач, Џингис-кан, имао је посебне јединице које су се кретале испред његових борбених јединица и причама о монголској окупности изазивале панику код непријатеља, а Наполеона су у његовим војним походима често пратили разни уметници и преговарачи. Фридрих Велики је такође истицао важност неоружане припреме битке и завањавања непријатеља: Користите прљаве трикове, подвале, лажне вести и шаљите их непријатељу како бисте призвали први тренутак кад ћете му дебело наплатити причињену штету. „Лукаво фалсификујући податке о јеврејском холокаусту нацисти су скоро три године прикривали истину о геноциду, јер због добро убачених и континуираних гласина савезничке владе нису у потпуности веровале извештајима својих обавештајаца.“<sup>3</sup>

Веома су честе и гласине-подметања на берзи, да се подигне, односно обори цена појединих сировина, производа или акција корпорација. „Инсинуације, односно вешто пласиране гласине, на пример, о будућим продајама предузећа, потенцијалним променама власника преузимањем корпорација (најчешће без основа) битно утичу на кретање на берзи, па понекад подривају и стабилност саме берзе.“<sup>4</sup> Ивица Тодорић, власник „Агрокора“, за којим је у време писања овог рада издата међународна потерница, изјавио је за америчку

- 1) Qinying Liao, Lei Shi, *She Gets a Sports Car from Our Donation: Rumor Transmission in a Chinese Microblogging Community*, [http://lcs.ios.ac.cn/~shil/paper/Weibo\\_CSCW.pdf](http://lcs.ios.ac.cn/~shil/paper/Weibo_CSCW.pdf)
- 2) Поједини писци као Светоније, у својим делима оптужују Нерона да је он лично дао наредбу да се запали град, док Тацит каже „дошла је потом несрећа, да ли случајно или кривоцом царева не зна се...“ Нерон снижава цене жита, уступа своје палате за градњу, даје да се увозе животне намирнице, поклања сиромашнима и подноси жртве боговима. Али гласину да је док је град горео изашао на позорницу у кући и опевао пропаст Троје, није тиме могао да ућутка” (Hans-Joachim Nojbauer, *Fama-istorija glasina*, Clio, Beograd, 2010, str. 9).
- 3) Саша Барбуловић, Зоран Јевтовић, Миодраг Поповић, Радан Лакићевић, *Амнезија јавности – од пропаганде до тероризма*, Графо комерц, Београд, 2004, стр. 55.
- 4) Милорад Роганић, „Настанак, развој и сузбијање гласина“ у зборнику: *Етика јавне речи у медијима и политици*, (Зоран Ваџић Ур), Центар за либерално-демократске студије, Београд, 2004, стр 195 (195-204).

агенцију „Блумберг“ да је његова највећа грешка што није био више присутан у медијима и на тај начин демантовао одређене „негативне гласине“ које су се шириле о његовој компанији.<sup>5</sup> Компаније у последње време стално под будним оком јавности, и да без обзира шта да крене лоше, од малих инцидената до великих криза, кривицу преузимају брендови: имиџ бренда и репутација компаније су увек жртве.<sup>6</sup> „Гласина о наводној контаминацији производа српске компаније „Житопрерада ДМ“ довело је ову, иначе, успешну фирму на ивицу пропасти. Без обзира што су аустријске лабораторије доказале да је производ безбедан, гласина, која је потекла из Словеније, учинила је своје, фирма је због смањене тражње морала да отпусти 25 радника, претрпела велики финансијски губитак, а углед и имиџ су угрожени на дужи период“.<sup>7</sup> Данаас, чак и државе „стрепе“ од смишљено пласираних гласина. Најновији пример је турска лира, која је почетком августа 2018. године значајно девалвирала у односу на долар (за само два дана 16%). Турски председник Тајип Ердоган изјавио је, да је његова земља под „економском опсадом“ и да је Министарство унутрашњих послова покренуло истрагу о 346 налога на друштвеним мрежама чији су садржаји ширили лажне гласине о домаћој валути и економији.<sup>8</sup> Интернет не поштује стандарде новинарске заједнице, тако да га је немогуће спутавати традиционалним инструментима и конзервативним мерама. Велики број дезинформација, румора, фама, спинова, лажи и полуистина захваљујући социјалним мрежама сеју страх и панику, инфицирајући друштво вирусом неверице у све што стиже од званичних медија или кругова „високе“ политике.<sup>9</sup>

5) “Vlada je širenjem glasina destabilizovala Agrokor”, <https://www.vecernji.hr/vijesti/ivica-todoric-objavio-novi-blog-u-kojem-otkriva-tko-je-pravi-krivac-za-slucaj-agrokor-1197646>, 2.8.2018

6) Ying Fan, Branding the nation: „What is beingbranded“? *Journal of Vocation Marketing*, Volume 12, Number 1, 2006, p. 5

7) Дејан Дашић „Етички аспекти маркетинг микса непрофитних организација, *Пословна економија*, год 8, бр. 2, 2014, стр. 323.

8) <http://www.novosti.rs/vesti/planeta.299.html:743686-Erdogan-rekao-za-SAD-dasu-siledzije-Turska-je-pod-ekonomskom-opsadom-ne-mogu-da-prisvoje-nasuvimovinu>

9) Зоран Јевтовић, Зоран Арачки, „Моћ гласина и дезинформација у креирању моралне панике на друштвеним мрежама“ у зборнику: *Интернет и друштво*

Дакле, „ако медији преузму штафету у њеном ширењу, не упозоравајући притом да се ради о гласини, она бива оплемењена: постаје информација и добија племенито порекло а њено главно обележје је брзина којим се шири”.<sup>10</sup>

Француски постмодерниста Бодријар такође тврди, да „због брзине протока медијских порука стварност нема времена да се појави.“<sup>11</sup> „Уз помоћ медија производи се нова стварност, односно стварност се симулира преплитањем и мешањем истинитог и лажног - поистовећивањем стварног и имагинарног. Изговорене речи и мисли, појмови и чињенице добијају лажно значење и уз помоћ масовних медија стално се понављају и саопштавају као непобитне истине“.<sup>12</sup> Сузбијање лажних вести и гласина је Сизифов посао, вероватно ће их бити све више. Створена је је једна глобална виртуелна машинерија, која гласине претвара у чињенице, тако што их много пута и на много места понавља. Међутим, монистичко проучавање друштвених феномена је прошлост, јавља се потреба истажити на који начин гласине настају, како и у које сврхе се користе, шта се очекује од гласина и сл. „Гласине су далеко од тајанствене појаве, оне заправо подлежу јасној логици у чију је структуру могуће проникнути“.<sup>13</sup>

## 2. ГЛАСИНЕ – ДЕФИНИЦИЈА, ПОЈАМ, НАСТАНАК И ПОДЕЛА

Прво систематско истраживање феномена гласина спроведено је у Америци, за време Другог светског рата, након што је утврђено да гласине имају негативан ефекат на морал војника. Не постоји јединствена дефиниција гласина, свако од аутора полази од своје премисе, али оно што је заједнич-

(Драган Тодоровић, Далибор Петровић, Драган Прља, Ур.) Српско социолошко друштво, Универзитет у Нишу – Филозофски факултет, Институт за упоредно право, Београд: Ниш и Београд, 2014, стр. 319-336.

10) Жан-Ноел Капферер, *Гласине-најстарије средство информисања на свету*, Издавачка књижарница Зорана Стојановића, Сремски Карловци, Нови Сад, 2016, стр. 26.

11) Žan Bодrijar, *Rat kao spektakl*, Novinarstvo 1, Institut za novinarstvo, Beograd, 1991.

12) Žan Bодrijar, *Simulakrumi i simulacija*. Svetovi, Novi Sad 1991.

13) Жан-Ноел Капферер, *Гласине-најстарије средство информисања на свету*, нав. дело, стр. 7.

ко за све њих је да је гласина информација и да за циљ има да људи у њу поверују. „Гласина представља појаву одређену извором (незванични), механизмом (ланчано ширење) и садржајем (новост која се тиче тренутних дешавања. Истинитост, напротив, не спада у његову научну дефиницију“.<sup>14</sup>

Ако изузмемо случајеве, где се понекада гласина преноси веродостојно, готово увек гласина запада у грешку. То доказује и истарживање Олпорта и Потсмана<sup>15</sup>: Особа гледа неколико секунди фотографију која приказује неки улични призор, она потом препричава другој особи шта је видела, а друга особа препричава трећој оно што је чула итд. После шестог или седмог препричавања, пренета информација је тек у далекој вези са фотографијом с почетка.

У потрази за извором гласина, изузимајући ретке случајеве, који нису плод случајности, гласина најчешће настаје сама од себе, без нечије намере и стратегије. На пример, гласина је узрок неуспешног герилског маркетинга компаније Cartoon Network. Компанија је поставила десетине трепавих електронских листова у 10 градова у оквиру своје промотивне кампање. Међутим, међу становницима Бостона (јануар 2007), почела је да кружи гласина да се ради о терористичком чину, тј да терористи постављају експлозив. Инцидент је убрзано ескалирао, на терен је изашла екипа за демонтажу бомби, заустављен је саобраћај, затворени су мостови и сл. На крају, менаџер Џим Самплес (*Jim Samples*) је добио отказ а матична компанија Turner Broadcasting, кажњена са 2 милиона долара.<sup>16</sup>

Као што не постоји једна, општеприхваћена дефиниција гласина, тако постоје и многобројне поделе гласина. Сходно темама гласина разликују се црне и ружичасте; друга подела на оптимистичке, узнемирујуће и гласине које сеју раздор код особа или група. Иако постоје још много подела, поједини аутори<sup>17</sup> се не слажу у потпуности са оваквом

14) Исто, стр. 26.

15) Gordon Allport, Leo Postman, *The psychology of rumor.*: Henry Holt & Co, New York, 1947.

16) <https://www.linkedin.com/pulse/guerilla-marketing-ambush-which-one-best-your-business-murad/>, 15/1/2018.

17) Жан-Ноел Капферер, *Гласине-најстарије средство информисања на свету*, нав. дело, стр. 143.

поделом и приступом, а као разлог наводе следећи пример: Након повратка из битке, међу војницима кружи гласина: непријатељ је побио све војнике неке друге дивизије!. На први поглед ради се о трагичној и песимистичној гласини. Ипак, њена стварна улога је можда управо супротна: верујући да је друга дивизија покошена, ова прва себе сматра срећном...

Изуми попут телефона, радија или телевизије олакшали су ширење гласина, а интернет је данас постао идеално место за ширење гласина. „Анонимним телефонским позивима припадницима одређених гласачких групација, отварањем псеудо сајта,<sup>18</sup> коришћењем електронске поште и сл., почетни су кораци. „Следећи потез је поверавање индискреције пријатељима из света новинарства који се после у свом чланку осврну - макар и у шаљивом тону – на овај трач да би он одмах затим био преузет од стране сатиричних емисија и „проповедника“ на радију“.<sup>19</sup>

Када говоримо о модалитетима супротстављања гласинама, поједини аутори<sup>20</sup> наводе, да треба изаћи што пре са истинитим подацима, поткрепљени са адекватном документацијом, али да се не треба устручавати од објављивања информација које нису у потпуности позитивне, како би се осујетиле гласине, које могу нанети много више штете, него праве, истините информације. „Веома је тешко наћи пра-

18) Портал “Прешева јоне”(http://www.preshevajone.com/), познат је по ширењу гласина. Овај сајт је објавио да је председник Албаније Илир Мета за време његове посете (2017) југу Србије изјавио „да је Београду пожелео да призна независност Косова“, а Ивица Дачић „да је Београд сагласан за размену територија на југу Србије“. Утврђено је да, Председник Албаније није дао такву изјаву, а Ивица Дачић је најавио тужбу против портала због подметања и лажи. Јасно је да је портал осмишљен за смишљено пласирање гласина сходно тренутној политичкој ситуацији, попут гласине да „наоружани до зуба, Албанци са Косова планирају упад у Македонију“ и сл. „Данас је вема лако отворити лажне профиле, који веома лако шире смишљене гласине и на тај начин постижу своје циљеве“. Marina Zheltukhina, Gennady Slyshkin, Elena Ponomarenko, Maryana Busygina and Anatoly Omelchenko, “Role of Media Rumors in the Modern Society”, *International Journal of environmental & science education*, Vol. 11, No. 17, 2016, pp. 10581- 10589.

19) Marčelo Foa, *Gospodari medija-spin doktori i manipulacija javnošću u službi vlasti*, нав. дело, стр. 106.

20) Бранимир Вулевић „Комуникације војске путем савремених медија“ у зборнику: *Иновациона решења оперативног менаџмента за ревитализацију привреде Србије*, (Биљана Стошић, Наташа Петровић, Слободан Антић ур.) ФОН Универзитет Београд, 2015, стр 561; Жан-Ноел Капферер, *Гласине-најстарије средство информисања на свету*, нав. дело, стр. 290.

ви рецепт за сузбијање гласина, али би свакако користило пружање што више јавних, свима доступних информација о свим проблемима и питањима за које постоји изражено и масовно интересовање<sup>21</sup>. Иако је присуство метана могуће само у подземним водама, није токсичан и није растворљив у води, нико на то није обраћао пажњу јер гласина која се проширила брзином светлости уз помоћ друштвених медија 14. јуна 2018. године, узбунила је Београд али и целу Србију. “Немојте пити воду са чесме наредна два дана. Просуо се метан грешком, пун канцерогених честица. И вероватно неће рећи. Сад ми је јављено са више страна.” (Политика, 15 јун 2018). Градски менаџери су брзо реаговали и пред новинарима попили по чашу воде из чесме. Међутим, понекада је оспоравање гласина неделотворно, па се деманти могу вратити као бумеранг. Тврдити да нешто не постоји, тешко је проверљиво, па је можда боље нашалити се.<sup>22</sup>

### **3. ГЛАСИНЕ У ФУНКЦИЈИ РАТА**

Да би навели Немце на погрешан траг у вези планираног искрцавања савезника у Француској 1944, пласиране су одређене гласине. Поред постављања макета авиона и бродова на одређеним местима енглеске обале и лажних радио комуникација, сматра се да су највећи успех оствариле управо смишљене гласине које су ширили двоструки савезнички агенти. Енглези су у рату за Фалкландска острва (1982) смишљено пласирали гласину да је њихова предходница специјални одред Гурка. Ова специјална јединица је позната по вештој употреби специјалних ножева и изузетној суровости. Истина је да су Енглези имали неколико Гурка који су, међутим, радили на сервисирној служби и уопште нису учествовали у борбама. Али, та информација је унела велику панику и страх међу аргентинским војницима, који су у страху од пререзаних гркљана и распорених трбуха, напуштали своје положаје.

21) Zlatko Isaković „Glasine u ratu - pojam, uloga i zaštita“, *Vojno delo*, vol. 44, br. 1-2, 1992, str. 187.

22) Види: Жан-Ноел Капферер, *Гласине-најстарије средство информисања на свету*, нав. дело, стр. 267.

Још 1917. године када је у Америци основан „Комитет за јавно информисање“, осмишљена је формулација да САД треба свима у Европи донесу демократију. За „гуруа“ пропагандиста Едварда Брајса, сестрића Сигмунда Фројда, Други светски рат и зли Немци, који у Атлантику својим непрестаним терорисањем цивилних бродова, убијања недужних путника, била је то идеална прилика, иако је у то време петина бродова тонула сама због застареле технологије. Фазе оцрнављања оних које САД једном одреде за своје непријатеље, недемократске државе, од тада, постале су аксиом пропаганде.<sup>23</sup> Лорд Брајс је са тимом историчара, правних експерата и пропагандиста, саставио посебан Извештај о наводним немачким злочинима, који је представљао својеврсну оптужницу против целокупног немачког народа. После скоро деценије светска јавност је сазнала да је читав Извештај представљао „збирку гласина и непроверених сведочења белгијских избеглица чију истинитост није могуће доказати. Лабораторије за ширење гласина непрекидно су ангажоване, па се може тврдити да су тада постављене теоријске поставке за вођење специјалног рата, употребом медијских техника и канала“.<sup>24</sup> Губитници у том рату, схватили су важност пропаганде и употребе гласина. Почетком двадесетих година прошлог века и у Немачкој је формирана „Централна служба за истраживање узрока рата“, чији је циљ да се за немачке интересе придобије јавно мњење у САД. Прве акције ове службе имале су за циљ да се докаже да су Француска и Русија у лето 1914. биле спремне за рат. За домаћу јавност су се смишљале и пуштале гласине да је улазак у рат био неминован, а да је кампања о ратној одговорности уперена против земље.<sup>25</sup>

Гласине настају када информације мањкају. „Истраживања су показала да вест има већу јачину када се чује нехоти-

23) Дејан Дашић, „Мас медији у функцији ревизије историје,“ у зборнику: *Настава и наука у времену и простору* ( Живорад Миленовић, Снежана Башчаревић ур.), Лепосавић, 2015, стр. 1067-1082.

24) Саша Барбуловић, и др., *Амнезија јавности – од пропаганде до тероризма*, нав. дело, стр. 51.

25) Дејан Дашић, Милијанка Рагковић, Александар Дамњановић, „Медијске манипулације у функцији новог светског потретка“, у зборнику: *Век српске голготе (1915-2015)*, (Урош Шуваковић ур.), Књига 3, Филозофски факултет Приштина, са привременим седиштем у Косовској Митровици, стр. 151 -168.



це.<sup>26</sup> Агенција за односе са јавношћу *W Howard Downey* из САД, специјализовала се и изградила свој имиџ, захваљујући томе што може у року од неколико сати да избаци на терен стручне тимове за упумпавање гласина. „Нажалост, у Србији је тек сада препозната важност ангажовања разних лобистичких компанија и групација у функцији ширења лажних вести и гласина.“<sup>27</sup> Па тако, у вези најновијих дешавања почетком августа 2018. године у јужној српској покрајини „Војска Србије превентивно је подигла борбену готовост на целој територији због тензија на Косову и Метохији, а службе безбедности су појачале активности како би спречиле деловање агената који шире лажне вести о КиМ.“<sup>28</sup> Америчка фирма за пропаганду, коју су хрватске власти ангажовале, током деведесетих година прошлог века, све време је ширила гласине (потпомогнуте сликом) о српским концентрационим логорима, од којих је наводно, најгори био у Трнопољу. Посебно згражавање изазвала је фотографија „заточеника“ тог логора.<sup>29</sup> Међутим, немачки новинар Томас Дајхман проучавао је поменути фотографију и открио да су истинити наводи да су затвореници стајали са спољне стране жичане ограде и да се она налазила око фотографа и да је то био сабирни центар за избеглице.<sup>30</sup>

Многе гласине за узрок имају неко дешавање, неки узнемирујући догађај. У данашњем свету, у којем се до информације долази, практично, „на један клик“ и у којем је брзина далеко битнији приоритет од поузданости и провере. Као

26) Жан-Ноел Капферер, *Гласине-најстарије средство информисања на свету*, нав. дело, стр. 35.

27) Дејан Дашић „Брендирање држава и нација“ *Култура*, бр 139, 2013, стр. 396-415; Дејан Дашић, Милијанка Ратковић, „The function of historiography in state and nation rebranding“, *Култура полиса*, бр 27, 2015, 445-457.

28) <http://www.novosti.rs/vesti/naslovna/drustvo/aktuelno.290.html:742226-NOVOSTI-SAZNAJU-Vojnici-na-gotovs-zbog-KiM>, 10/8/2018.

29) Као што смо и напоменули, након пласиране гласине и монтиране слике, у „оплемњивање“ гласине, укључују се разноврне организације и интересне групе попут „Лекара без граница“ и пропагандне агенције “Saachi & Saachi” . У њиховој организацији улице Париза су биле прекривене великим плакатима мршаваг човека из логора Трнопоља, а поред слике стражара у нацистичком логору са текстом “зар вас заробљенички логор, у коме се врши етничко чишћење, не подсећа на нешто?”

30) Милета Марковић, *Зло постаје право*, Златна књига, Јагодина, 2011, стр. 90; Слободан Вуковић, *Етика западних медија*, Институт друштвених наука Београд, 2014, стр. 147-148.

резултат имамо спиновања информација, мешања тачних и нетачних. „И на Интернету се неки могу повести логиком по којој је истина оно што се представи као истина, па пласирати ставове као чињенице, а у том случају су тешко сагледиве последице, имајући у виду практичну незаустављивост ширења информација на глобалној дигиталној мрежи.“<sup>31</sup> Лажна вест да је бивши израелски министар запретио Пакистану нуклеарним нападом изазвала је сукоб путем „твитера“ те две земље, које немају дипломатске односе. Сајт AVD - пјуз је објавио вест да је бивши министар одбране Израела запретио да ће нуклеарним оружјем напасти Пакистан ако пошаље своје снаге у Сирију. Недуго затим, огласио се и пакистански министар одбране Хаваџа Мухамед Асиф одмах је реаговао поруком преко „твитера“ да Пакистан такође поседује нуклеарно оружје. Нешто касније је израелско Министарство одбране послало „твитером“ саопштење да је вест са сајта AVD пјуз “потпуно измишљена”, и да је у питању сајт који објављује лажне вести.<sup>32</sup> Неке гласине се спорије шире када је прочитамо у новинама, него када гласину поделимо на линк међу пријатељима или осталим корисницима. „Резултат је да за пар секунди, и то у реалном времену обавестимо велики број људи, а ти људи поделе вест са својим пријатељима“<sup>33</sup>.

Сматра се да је веома тешко или немогуће да новинари који се налазе на местима на којима се одвијају драматични догађаји, као што су они који се одигравају за време рата, не постану део дешавања. Оданост истинитости и тачности у извештавању у новинарској етици прихвата се као основна обавеза. Овај захтев је нагласио још Тунис Вортман (*Tunis Wortman*) у данас класичном делу из 1801. године „Расправа о политици и слободи штампе“ (*A treatise Concerning Political Enquiry and the Liberty of the Press*).<sup>34</sup> Кодекси захтевају да

31) Neven Obradović, Predrag Bajić, „Kako je počeo Veliki rat na Tviteru“, u zborniku: *Internet i društvo*, (Dragan Todorović, Dalibor Petrović, Dragan Prlja, ur.). Srpsko sociološko društvo, Univerzitet u Nišu – Filozofsku fakultet, Institut za uporedno pravo, Beograd. 2014. str. 299-318.

32) <http://www.novosti.rs/vesti/planeta.299.html:641718-Lazna-vest-pokrenula-sukob-Pakistana-i-Izraela-putem-tvitera>, 10/5/2018.

33) David Meerman, *Marketing & PR : u stvarnom vremenu*, Denona d.o.o., Zagreb, 2011, str. 18.

34) Dejl Žaket, *Novinarska etika: moralna odgovornost u medijima*, Službeni glasnik, Beograd, 2007, str. 33.

објављене информације буду плуралистичке, извори информација проверени, да се јасно раздвоје вести/чињенице и коментари/вредносни судови како би примаоци информација били начисто стим да ли им се саопштавају факти или њихова интерпретација.<sup>35</sup>

Међутим, Рогановић наводи да се светски медијски ратови не могу замислити без намерно смишљених гласина, које смишљају креативни тимови експерата, стручњака за медије, потпомогнути бројном електроником. Он истиче да је најбољи пример за наведено распад бивше СФРЈ, „где су пре пушака проговориле камере и микрофони. Иза њих су стајали тимови стручњака за медијски рат, прљав и пун подметања, искључивости, лажи... запевале су гласине“.<sup>36</sup>

Драматичан егзодус Албанаца 1999 године, послужио је спин докторима<sup>37</sup> да пласирају многобројне гласине попут: „На Косову секу главе: заклано двадесет Албанаца“; 500 хиљада Албанаца у бекству од покоља“; „Нестало на хиљаде породица, горе комплетни квартови на Косову“; „Почело је етничко чишћење на Косову које спроводи Милошевићева банда“; „Људи се систематски депортују возовима“, и сл.<sup>38</sup> Са друге стране, реалност је била сасвим другачија. Врховни суд у Приштини је 6 септембра 2001. године донео пресуду да су присталице диктатора Милошевића криве за насиље над Албанцима али не и за драматичан егзодус људи са Косова. У страху од америчких бомби за време злочиначког бомбардовања СР Југославије, а посебно Косова 1999. године, многобројни Албанци су спас потражили у паничном бекству. Након овакве одлуке суда у Приштини, „дан касније, ниједан амерички дневни лист не објављује ову вест.“<sup>39</sup>

35) Момчило Радојковић, „Кодекси професионалне етике“, у зборнику: *Етика јавне речи у медијима и политици*, (Зоран Ваџић Ур), Центар за либерално-демократске студије, Београд, 2004, стр. 60.

36) Милорад Роганић, „Настанак, развој и сузбијање гласина“ у зборнику: *Етика јавне речи у медијима и политици*, (Зоран Ваџић Ур), Центар за либерално-демократске студије, Београд, 2004, стр. 195.

37) Врста пропаганде, манипулације и креирања другачијег мишљења о некој организацији, особи држави и сл. Многе владе запошљавају особе како би контролисали садржај вести.

38) Види: Слободан Вукојевић, *Етика западних медија*, нав. дело.

39) Marčelo Foa, *Gospodari medija-spin doktori i manipulacija javnošću u službi vlasti*, nav. delo, str. 57.

Праву моћ гласине и дезинформације добијају са све већом експлоатацијом телевизијске слике и филмске траке. Познато је да људи највише верују својим чулима, па у том смислу, штампани медији полако бивају потиснути у други план, у односу на слике на екрану. Тајна успешног „хибридног ратовања“<sup>40</sup> лежи у чињеници да једна страна има предност и иницијативу у пласирању гласина, док остатак света може само да претпоставља о чему се ради. Нажалост, постоје многобројни примери лажних и монтираних извештаја из ратом захваћених места, попут репортаже CNN-а из Сирије. Познати извештач из Сирије Андерсон Купер (*Anderson Cooper*), види се на снимку<sup>41</sup> како даје извештај са безбедног места, да би касније били додати звучни ефекти, како би гледаоци стекли утисак да даје заправо извештај са првих линија фронта и ратних дешавања. Гласина коју је пласирала фирма за односе са јавношћу „Хил и Кнолтон“, да су Ирачани у окупираном Кувајту вадили бебе из инкубатора и бацали на под да умру, послужила је као повод за први рат против Ирака. Језива прича је без провере и уз помоћ масмедија обилазила свет. Након бомбардовања ирчких положаја откривено је да је главна сведокиња, петнаестогодишња ћерка кувајтског абасадора у УН.

Гласине понекад олакшавају муке и поспешују сложеност међу људима. За време злочиначког бомбардовања СР Југославије 1999, званично је оборено два непријатељска авиона, од којих је један „невидљиви“. Међутим, и дан данас круже гласине да је противваздушна одбрана оборила по неким изворима 20, другим 40 или чак 60 непријатељских летилица, што је свакако послужило за подизање морала како код становништва тако и код војника.

40) Контрола вести, информација и скандала су део хибридног ратовања. Иако се Америка сматра „колежком“ модерног „хибридног ратовања“, Вашингтон оптужује Русију да се мешала у председничке изборе (2017), Кину, да њени хакери све чешће хакују компјутерске системе Пентагона а сличне оптужбе упућене су и на рачун Северне Кореје.

41) <https://www.youtube.com/watch?v=tEXxdOI85o> 5-6-2018.

#### 4. МЕДИЈСКО СПИНОВАЊЕ ГЛАСИНА

Упркос аргументованим научним оспоравањима, посредством медија и усменим предањима многа веровања о томе шта је по здравље добро, и даље опстају. Савети о детоксинацији организма и разни тестови интолеранције на храну стижу од маркетиншких, а не медицинских стручњака. Дуги низ година је Попај био симбол снаге и здравља, јер је јео спанаћ. Та гласина настала је 1870. године када је немачки хемичар Ерих фон Волф, рачунајући количину гвожђа у лишћу, када се радило о спанаћу, поставио децимални зарез на погрешно место (уместо 3,5 милиграма-35 милиграма у 100 грама спанаћа). Иако је званично грешка исправљена јио 1937. године, и дан данас постоји веровање у велику хранљивост спанаћа.

Данас медијском информативном сценом доминирају бомбастичне информације, неретко и намонтиране, спиноване, измишљене, а „информација је постала роба, па корисници и не маре за истину, данас је битно само продати садржај“.<sup>42</sup> Мноштво гласина кружи не зато што људи верују у њих већ зато што су забавне, предмет радозналости или изненађења. Једном покренуте, поједине гласине се више не могу контролисати. Кад говоримо о брзини ширања гласина у данашње време, веома битан је став медија. Раније су пијаци, супермаркети, славе, вашари и сл., били прилика не само за куповину, већ и за дружење и ширење гласина. Иако нису творци гласина, масовни медији не само да поваћавају брзину ширења гласина, већ јој дају и међународне димензије. 14 јануара 2018. године у америчкој савезној држави Хаваји, свим претплатницима мобилне телефоније који су имали укључен мобилни телефон стигла је порука следеће садржине: “Балистичка ракета прети Хавајима. Хитно потражите сколониште. Ово није вежба.“ Људи су у паници напуштали домове, убацивали децу у канализацију, одводе, каде и подруме да би их заштитили. Сви су покушавали да више сазнају и позивали полицију, нико никога није могао да добије, настао је хаос у саобраћају. Након скоро 40 минута стигла је нова порука да се ради о лажној вести. За то време, ТВ станице,

42) Roman Kapuscinski, *Carstvo medija*, Litteris, Zagreb, 2012, str. 359.

жељне сензација, буквално су из минута у минут преносиле сведочења преплашених и уплаканих туриста. Си-Ен-Ен је извештавао под насловом „Од раја до панике...“, Ен-Би-Си њуз чак даје временски преглед дешавања и сл.<sup>43</sup>

У већини случајева, гласине су везане за одређено време и након тога нестају, међутим, поједине гласине одолевају времену. Постоје и оне гласине које се непрестано враћају налик Халејевој комети, попут гласине која је дуги низ година присутна у Србији, да је вакцинација деце лоша, смишљају се разне теорије завера и сл. Посебан проблем на Косову, током 80 -90 тих година прошлог века, била је имунизација популације путем вакцинисања. После 1990 године стопа вакцинисања деце је нагло опала, првенствено због гласина да српски лекари трују албанску децу. То је довело до поновног појављивања неких болести за које се мислило да су искорењене.

У несрећним догађајима који су се збили деведесетих година на просторима бивше Југославије, медијски извештачи, који су пристигли са разних страна, били су жељни сензација, како би повећали гледаност својих телевизија или увећали тираже својих новина. Сведоци смо да се ратови одавно не воде само оружјем, а велики број сукоба је најпре започињао као вид ”говора мржње”, који се шири злоупотребом медија, чиме постаје средство рата. Тајна дезинформисања крије се у његовој једноставности. Почетком јула 1992. Њујорк њуздеј објављује чланак о „српским концентрационим логорима“, што директор ПП агенције „Ruder&Fin Global Public Affairs“ Џејмс Харф (James Harff),<sup>44</sup> агенције која је радила за Републику Хрватску, Босну и Херцеговину и ”Косово”, максимално користи. Када су успели да јеврејски лоби сврстају уз муслимане, Срби су истог тренутка етикетирани као нацисти.<sup>45</sup>

43) <https://www.theguardian.com/us-news/2018/jan/13/hawaii-ballistic-missile-threat-alert-false-alarm>, 1/7/2018.

44) .... Наш задатак се састоји од ширења информације, њеног што брже пуштања у оптицај, тако да се прво износи теза која иде у прилог нашем циљу... Познато је да је прво изношење једино важно. Сви демантији су потпуно неделотворни... Наш посао се не састоји у провери информација. Ми нисмо тврдили да у Босни постоје логори смрти. Ми смо објавили да то тврди Њуздеј... (Цвијетин Милојевић, Етика јавне речи и односи с јавношћу у зборнику: *Етика јавне речи у медијима и политици*, (Зоран Ваџић Ур), Центар за либерално-демократске студије, Београд, 2004, стр.142).

45) Marčelo Foa, *Gospodari medija-spin doktori i manipulacija javnošću u službi*

У функцији стварања негативних стереотипа али и гласина у последње време све више се користе и филмови.<sup>46</sup> У марту 1999. године, након што није успела гласина о српским концентрационим логорима на Косову, творци пропагандног рата против Србије, да се мора појединачним претеривањем мора повећати притисак на НАТО, у циљу ангажовања НАТО-ивх копнених трупа. Међутим, западни новинари који су у то време боравили у Приштини, демантовали су разне гласине, попут “да су масе људи сабиране у градској спортској хали у Приштини”, “нестанка 500.000 Албанаца”, “усмрћено 100.000 Албанаца”, и сл. „Откад су код нас у Приштини започели српски напади, о свему и свачему се шире гласине...”<sup>47</sup> Гласина, потпомогнута албанским електронским медијима, да су се тројица абанских дечака утопили, јер су их Срби са псима јурили, довела је до великог таласа насиља, убистава, прогона и паљења православних цркава на Косову (17. март 2004). „три недужна абанска дечака удавила су се у Ибру бежећи од Срба и њиховог пса... „...група српских бандита напала је шесторицу дечака који су се играли. Српски бандити су имали и псе псујући им албанске мајке потерали су децу у реку...” (Халит Берани ТВ РТК). Деца јесу нестала али полиција УНМИК-а, њихов нестанак није довела у везу са Србима.

## 5. ЗАКЉУЧНА РАЗМАТРАЊА

Ширење лажних вести и гласина на друштвеним мрежама данас је веома опасно, брзо и ствара све веће неповерење према медијима. Како рече Марк Твен: „Док истина обује ципеле, лаж пропутује пола света“, интернет је омогућио стварање виртуелне медијске машинерије која гласине претвара у чињенице. Мотиви за креирање гласина могу

*vlasti, nav. delo, str. 149-150.*

46) Дејан Дашић, „Кинематографија у функцији стварања негативних стереотипа о Србима“, *Социолошки преглед*, vol. XLIX, no. 1, 2015, стр. 25–46; Дејан Дашић, Милијанка Рагковић, Александар Дамњановић, “Медијске манипулације у функцији новог светског потретка”, у зборнику: *Век српске голготе (1915-2015)*, Филозофски факултет Приштина, са привременим седиштем у Косовској Митровици, Књига 3, 2015, стр. 151 -168.

47) Извештај новинара Чајтунг фир Дојчланда и FAZ-а (Јирген Елзнер, *Ратне лажни: од косовског сукоба до процеса Милошевићу*, Јасен, Београд, 2004, стр. 118).

бити различити, пласирани од појединаца случајно или са одређеном намером како би остварили своје личне интересе, до гласина које су резултат планиране и смишљене медијске стратегије разних агенција које су се специјализовале за то. Моћ савремених медија дозвољава мултиплицирано ширење порука које када једном почне може бити незаустављиво, оно што се као важна вест појави на једном сајту, у реалном времену се већ плагира на многим другим. На тај начин гласине, постају алтернативне истине.

Нажалост, Србија је са великим закашњењем схватила колики је и какав стварни утицај лобирања и ангажовања лобистичких кућа у припремању и доношењу важних одлука на међународној политичкој сцени. У несрећним догађајима деведесетих година прошлог века који су се догодили на простору Балкана, Србија је била потпуно медијски неспремна. У „медијском рату“ против српске нације, ангажоване су професионалне агенције које су смишљено пласирале одређене гласине, које су уз помоћ корумпираних политичара и медија, много пута понављане, постале чињенице. Оно што је још више утицало на негативан имиџ српске нације је то што није постојала никаква званична политика одбране од пласирања нетачних информација и гласина. Нажалост, уз помоћ разних медија, лажних сајтова и холивудских филмова, новинских чланака, књига, и сл., пласирање негативних стереотипа и гласина о Србима и српској нацији не престаје.

### *Литература*

- Барбуловић Саша, Јевтовић Зоран, Поповић Миодраг, Лакићевић Радан, *Амнезија јавности – од пропаганде до тероризма*, Графо комерц, Београд, 2004.
- Вулевић Бранимир, „Комуникације војске путем савремених медија“, у зборнику: *Иновациона решења оперативног менаџмента за ревитализацију привреде Србије*, (Биљана Стошић, Наташа Петровић, Слободан Антић ур.) ФОН Универзитет Београд, 2015.
- Вуковић Слободан, *Етика западних медија*, Институт друштвених наука Београд, 2014.
- Дашић Дејан, „Брендирање држава и нација“ *Култура*, бр 139, 2013, 396-415.



- Дашић Дејан, „Етички аспекти маркетинг микса непрофитних организација, *Пословна економија*, год 8, бр. 2, 2014, 315-330.
- Дашић Дејан, „Кинематографија у функцији стварања негативних стереотипа о Србима“, *Социолошки преглед*, vol. XLIX, no. 1, 2015, 25–46.
- Дашић Дејан, Јелица Стаменковић „Масмедији у функцији глобализације мира“, у зборнику: „Допринос науке друштву у транзицији“ (Небојша Мацановић, Велибор Лалић ур.), Европски Дефендологија центар, Бања Лука, 2015, 921-934.
- Дашић Дејан, Ратковић Милијанка, Дамњановић Александар, „Медијске манипулације у функцији новог светског потретка, у зборнику: *Век српске голготе 1915-2015*, (Никола Данчетовић, Сузана Стојковић, ур.), Филозофски факултет Приштина, са привременим седиштем у Косовској Митровици, Књига 3, 2015, 151 -168.
- Дашић Дејан, „Мас медији у функцији ревизије историје“, у зборнику: *Настава и наука у времену и простору*, (Живорад Миленовић, Снежана Башчаревић), Лепосавић, 2015, 1067-1082.
- Јевтовић Зоран, Арацки Зоран, „Моћ гласина и дезинформација у креирању моралне панике на друштвеним мрежама“ у зборнику: *Интернет и друштво* (Драган Тодоровић, Далибор Петровић, Драган Прља, Ур.) Српско социолошко друштво, Универзитет у Нишу – Филозофски факултет, Институт за упоредно право, Београд: Ниш и Београд, 2014, 319-336.
- Лирген Елзнер, *Ратне лажи: од косовског сукоба до процеса Милошевићу*, Јасен, Београд, 2004.
- Капферер Жан-Ноел, *Гласине-најстарије средство информисања на свету*, Издавачка књижевница Зорана Стојановића, Сремски Карловци; Нови Сад, 2016.
- Марковић Милета, *Зло постаје право*, Златна књига, Јагодина, 2011.
- Милојевић Цвијетин, Етика јавне речи и односи с јавношћу у зборнику: *Етика јавне речи у медијима и политици*, (Зоран Ваџић Ур), Центар за либерално-демократске студије, Београд, 2004, 135-152.
- Радојковић Момчило, Кодекси професионалне етике, У: *Етика јавне речи у медијима и политици*, (Зоран Ваџић Ур), Центар за либерално-демократске студије, Београд, 2004, 51-69.
- Роганић Милорад, „Настанак, развој и сузбијање гласина“ у зборнику: *Етика јавне речи у медијима и политици*, (Зоран Ваџић Ур), Центар за либерално-демократске студије, Београд, 2004,

195-204.

Радојковић Момчило, “Кодекси професионалне етике”, у зборнику: *Етика јавне речи у медијима и политици*, (Зоран Ваџић Ур), Центар за либерално-демократске студије, Београд, 2004.

Allport Gordon, Postman Leo, *The psychology of rumor.*: Henry Holt & Co, New York, 1947.

Bodrijar Žan, *Simulakrumi i simulacija*. Novi Sad: Svetovi, 1991.

Bodrijar Žan, *Rat kao spektakl*, Београд, Новинарство 1, Институт за новинарство, 1991.

Dasic Dejan, Ratkovic Milijanka, „The function of historiography in state and nation rebranding”, *Култура полуса*, бр 27, 2015, 445-457.

Fan Ying, Branding the nation: „What is being branded“? *Journal of Vocation Marketing*, Volume 12, Number 1, 2006, 5-14.

Foa Marčelo, *Gospodari medija-spin doktori i manipulacija javnošću u službi vlasti*, Clio, Београд, 2017.

Isaković Zlatko, “Glasine u ratu - pojam, uloga i zaštita” *Vojno delo*, vol. 44, br. 1-2, 1992, 182-195.

Meerman David, *Marketing & PR : u stvarnom vremenu*, Zagreb: Denona d.o.o., 2011.

Nojbauer Hans-Joachim, *Fama-istorija glasina*, Clio, 2010.

Obradović Neven, Bajić Predrag „Kako je počeo Veliki rat na Tviteru “, у зборнику: *Internet i društvo*, (Dragan Todorović, Dalibor Petrović, Dragan Prlja, ur.). Srpsko sociološko društvo, Univerzitet u Nišu – Filozofsku fakultet, Institut za uporedno pravo, Београд. 2014, 299-318.

Žaket Dejl, *Novinarska etika: moralna odgovornost u medijima*, Službeni glasnik, Београд, 2007

Zheltukhina Marina, Slyshkin Gennady, Ponomarenko Elena, Busygina Maryana and Omelchenko Anatoly, “Role of Media Rumors in the Modern Society”, *International Journal of environmental & science education*, Vol. 11, No. 17, 2016, pp. 10581- 10589.

Vlada je širenjem glasina destabilizovala Agrokor, <https://www.vecernji.hr/vijesti/ivica-todoric-objavio-novi-blog-u-kojem-otkriva-tko-je-pravi-krivac-za-slucuj-agrokor-1197646>.

Qinying Liao, Lei Shi, *She Gets a Sports Car from Our Donation: Rumor Transmission in a Chinese Microblogging Community*, [http://lcs.ios.ac.cn/~shil/paper/Weibo\\_CSCW.pdf](http://lcs.ios.ac.cn/~shil/paper/Weibo_CSCW.pdf)

<http://www.novosti.rs/vesti/planeta.299.html:641718-Lazna-vest-pokrenula-sukob-Pakistana-i-Izraela-putem-tvitera>

<http://www.novosti.rs/vesti/planeta.299.html:743686-Erdogan-rekao-za-SAD-da-su-siledzije-Turska-je-pod-ekonomskom-opsadome-mogu-da-prisvoje-nasu-imovinu>

<http://www.novosti.rs/vesti/naslovna/drustvo/aktuelno.290.html:742226-NOVOSTI-SAZNAJU-Vojnici-na-gotovs-zbog-KiM>

<https://www.theguardian.com/us-news/2018/jan/13/hawaii-ballistic-missile-threat-alert-false-alarm>

**Dejan R. Dasic**

## **RUMORS AS A FORM OF SYMBOLIC POWER - THE MEDIA BETWEEN THE TRUTH AND MANIPULATION**

### **Resume**

*The spread of false news and rumors on social networks today is very dangerous and fast, which creates distrust of the media. As Mark Twain said "While the truth is wearing shoes, a lie travels half the world," the internet has made it possible to create a virtual media machine that turns rumors into facts. The motive for creating rumors can be different, they can be placed by individuals randomly or with a certain intention in order to realize their personal interests, on the other hand there are rumors that are the result of a planned and conceived media strategy of various agencies that specialize in it. The power of modern media allows multiplying the spread of messages that once enter the public sphere can be unstoppable, what appears as an important news on one site, is being spread in real-time through the media no matter the truth value of the information. In this way rumors become alternative truths.*

*Unfortunately, Serbia realized with great delay the importance and impact of lobbying and engagement of lobbyists in preparing and making important decisions on the international political scene. In the unfortunate events of the nineties of the last century that took place in the Balkans, Serbia was completely media unprepared. In the "media war" against the Serbian nation, professional agencies were hired to deliberately create certain*

*rumors, which, with the help of corrupt politicians and the media, repeated many times, became facts. What further influenced the negative image of the Serbian nation is that there was no official policy of defense against placing inaccurate information and rumors. Unfortunately, with the help of various media, movies, newspaper articles, books, etc., the placing of negative rumors about the Serbs and the Serbian nation does not end.*

*Keywords: rumors, mass media, spinning, propaganda, Serbia.*

\* Овај рад је примљен 11. октобра 2018. године, а прихваћен за штампу на сас-танку Редакције 23. новембра 2018. године.