

UDK: 32.019.5:323.28  
Biblid: 0025-8555, 72(2020)  
Vol. LXXII, br. 4, str. 709–732

Originalan naučni rad  
Primljen 31. jula 2020.  
Odobren 23. novembra 2020.  
DOI: <https://doi.org/10.2298/MEDJP20047090>

# Terorizam kao vid političkog komuniciranja: upotreba propagande nasilnom akcijom u borbi oko hegemonije

Filip OTOVIĆ VIŠNJIĆ<sup>1</sup>

**Apstrakt:** Rad analizira komunikološku dimenziju terorističkog akta, polazeći od pretpostavke da se za nasiljem poseže radi prenošenja različitih poruka neverbalnim putem. Kroz istraživanje tehnike propagande nasilnom akcijom, na kojoj se u velikoj meri temelji komunikaciona taktika terorista, autor teži da ispita dalekosežnije domete komunikacione strategije pobunjeničkih formacija u borbi protiv dominantne hegemonije. Kombinujući elemente teorijske koncepcije propagandi Žaka Elila (Jacques Ellul) sa kulturološkim pristupom u objašnjavanju mehanizama funkcionisanja hegemonije, autor opovrgava gledišta koja pobunjenicima negiraju mogućnost da, korišćenjem nasilnih akata, efikasno ostvare propagandnu nameru. Autor zaključak zasniva na tri argumenta. Prvo, da je u savremenoj propagandi uticaj na ponašanje publike (*ortopraxie*) korisniji cilj od uticaja na promenu njenih stavova (*ortodoxie*). Drugo, da je u pretpropagandnom polju moguće uočiti elemente na koje se nasilni akt može nadovezati, a koji izmiču hegemonskoj kontroli, usled protivurečnosti između ideoloških naracija i realne strukture. Treće, da se terorističkim aktom nosioci istovremeno obraćaju različitim vrstama publike, sa različitim ciljevima. Autor zaključuje da se propagandna efikasnost može ispoljiti na dva plana: 1) kratkoročno, kada nasilni akt deluje kao direktni „okidač” za željeno ponašanje publike; i 2) dugoročno, uključivanjem čina i izazvanog ponašanja u mrežu sećanja, koje postaje element pretpropagande na koji se u budućnosti može referisati.

**Ključne reči:** terorizam, komunikacija, propaganda, nasilje, propaganda nasilnom akcijom, Žak Elil, propaganda agitacije, propaganda integracije, pretpropaganda, hegemonija.

---

<sup>1</sup> Autor je istraživač-pripravnik na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Beogradu.

E-pošta: [filip.otovicvisnjic@gmail.com](mailto:filip.otovicvisnjic@gmail.com)

Tekst je nastao u okviru rada na naučnoistraživačkom projektu „Politički identitet Srbije u regionalnom i globalnom kontekstu” (179076), koji realizuje Univerzitet u Beogradu – Fakultet političkih nauka, a finansira Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije.

## Teorijska koncepcija propagandi Žaka Elila<sup>2</sup>

U poslednje dve decenije tema terorizma često okupira pažnju opšte i naučne javnosti, ali prilikom obrade ove teme uglavnom dominiraju etičke ili pravne diskvalifikacije, bez istraživanja dublje političke pozadine i pretežno propagandne motivacije terorističkih aktivnosti. U ovom tekstu, fenomenu terorističkih akcija pristupamo iz perspektive političkog komuniciranja i kulturnih studija, u pokušaju da izvršimo afirmaciju teorijskog zaokreta koji je u posmatranju propagande izneo Žak Elil (Jacques Ellul). Kroz istraživanje tehnike propagande nasilnom akcijom, na kojoj se u velikoj meri temelji komunikaciona taktika terorista, težićemo da ispitamo domete dalekosežnije komunikacione strategije pobunjeničkih formacija u borbi protiv dominantne hegemonije.

Članak je struktuiran tako da autor najpre iznosi opšti teorijski okvir koji francuski mislilac Žak Elil nudi u svom važnom, a u našim naučnim pregledima nedovoljno istraženom, delu *Propagande*. Zatim slede aktuelne pozicije koje razmatraju komunikološku dimenziju terorističke aktivnosti, uključujući i lepezu kritika koje relevantni autori daju u pogledu efikasnosti pomenutog političkog delovanja. Nakon toga, predstavljena je istorijska geneza propagande nasilnom akcijom, kao izuzetno važne propagandne tehnike pobunjeničkih grupa. Autor će na kraju pokušati da akte nasilja situira u dublji politikološki kontekst, pozicionirajući ih kao aktivnosti u širem kontekstu „borbe oko značenja”, koja ima važno mesto u izazivanju promene u hegemonijskim odnosima između nadređenih i podređenih socijalnih struktura.

Uspeh savremene propagande – iako sama propaganda nikako nije savremen fenomen – proizlazi iz specifičnog odnosa pojedinca i masovnog društva. Gubljenjem tradicionalnih veza sa malim, primarnim i lokalnim grupama, pojedinac u masovnom društvu često tavori pod osećajem izolovanosti i otuđenja. U ovakvom stanju pojedinci postaju znatno podložniji uticaju masovnih trendova i opštih mitova i predrasuda, koji tvore plodno tle za propagandno delovanje. Žak Elil vidi propagandu kao sociološki fenomen, neophodan za funkcionisanje trenutnog, složenog tehnološkog društva.<sup>3</sup>

Veliki deo populacije predstavlja laku metu za propagandne poruke, pre svega zbog toga što često nije u stanju da ih prepozna. Polazeći od uverenja da u

---

<sup>2</sup> Elilova teorijska koncepcija propagandi veoma je kompleksna i sveobuhvatna, tako da se za potrebe ovog rada moramo zadovoljiti iznošenjem samo onih elemenata koji su neophodni za kontekstualizaciju predmeta istraživanja.

<sup>3</sup> Videti: Jacques Ellul, *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*, Vintage books, New York, 1965, pp. 118–160.

propagandu spadaju isključivo laži i obmane, deo javnosti veruje da je neko ko može da razluči lažne priče od istinitih na nju imun. Takav neoprezan stav vodi do shvatanja da ubeđivanje poduprto činjenicama predstavlja prosto „informisanje”, pri čemu primalac propagande ne uzima u obzir dublju strukturu društvenih odnosa moći. Propaganda ne obuhvata samo laži, već i istine, polu-laži, delimične istine, ili istine izvučene iz konteksta. Primeri toga mogu biti zloupotreba statistike ili sugestivno korišćenje činjeničnog materijala, kako bi publika sama izvela željene zaključke; jednostavno prećutkivanje koje je politički isplativije od obmanjivanja ili prebacivanje naracije sa činjenica na jezik emocija i strasti. Propaganda ne može biti istinita/neistinita kada operiše večnim principima, kada promovise političke vrednosti, religiozna uverenja ili metafizičke stavove, jer su tada iskazi neproverljivi. Pogrešno je i mišljenje da je sve što neprijatelj kaže laž – ono je proizašlo iz netačnog verovanja da je za efikasnost propagande nužno da se ne iznosi istina. Naprotiv, kako Elil napominje – istina se u propagandi isplati.<sup>4</sup>

Kako Elil ističe – a to sugeriše i originalni naziv njegove monografije objavljene na francuskom jeziku, *Propagandes* – ne postoji (jedna) propaganda, već više različitih tipova propagande. Jedna od važnih podela na koje ukazuje je podela na propagandu agitacije i propagandu integracije. Prvoj je cilj da uspostavi promenu u stukturi političke moći, te da podstakne pojedince na pobunu i borbu. Drugoj je cilj da čoveka konformira prema trenutnom stanju.

Propaganda agitacije u službi je motivisanja pojedinaca na izvođenje teških zadataka, uz pružanje velikih ličnih žrtvi. Ona ga izmešta iz normalnosti svakodnevnog života i upušta u entuzijazam i avanturu koji nose neočekivane mogućnosti; uz obećanje dostizanja izuzetnih ciljeva, koji su inače van domašaja. Propaganda agitacije teži stvaranju eksplozivnih pokreta i zbog toga je najčešće prisutna u društvenim krizama, ili pak sama utiče na prozvodnju krize. Ovaj vid propagande, zbog svojih odlika, može biti efikasan samo kratkoročno, budući da je za očekivati da će se u nedostatku obećanih rezultata entuzijazam gubiti.

---

<sup>4</sup> Ibid., pp. 52–60. Elil takođe iznosi zanimljive primere u kojima pokazuje da se Jozef Gebels (Joseph Goebbels), nemački ministar propagande, veoma žustro suprotstavljao falsifikovanju samih činjenica, iako je obilato koristio interpretaciju činjenica u ključu nacističke ideologije. On je često poturao lažne vesti stranim agentima, koje bi kasnije lako diskreditovao, optužujući neprijatelje za svesnu proizvodnju obmana. Štaviše, kako bi održao kredibilitet u očima javnosti, Gebels je brojne informacije, naizgled korisne po režim, cenzurisao, ukoliko bi procenio da su previše neverovatne. Tako je posle velike pobede generala Bernarda Mongomerija (Bernard Montgomery) u Severnoj Africi 1942. godine, tokom koje je general Ervin Romel (Erwin Rommel) bio odsutan zbog konsultacija u Berlinu, odlučio da u javnost ne iznese ovu činjenicu, pošto je smatrao da će publika pomisliti da je u pitanju laž koja se podmeće kako bi se opravdao poraz i zadržao oreol nepobedivosti generala Romela. Videti: *ibid.*, pp. 57, 60.

Pokušavajući to da preduprede, propagatori željena postignuća dele na seriju faza koje se dosežu jedna po jedna, praveći razmak – pritisak i relaksaciju – između svake od njih.<sup>5</sup> Zbog izrazito motivacione funkcije, propaganda agitacije često je iracionalnog karaktera, a jedan od najefikasnijih instrumenata joj je mržnja. Čest je slučaj da se određena grupa ili entitet proglašavaju krivcima za sve životne neprilike (Jevreji, buržoazija, kolonijalni gospodari, imigranti itd.), čime se pojednostavljuje stvarnost i daju jasna uputstva ko je neprijatelj i protiv čega se treba boriti.<sup>6</sup> Agitacijom se obećava da će borba obezbediti obespravljenima ono što im nedostaje. Ona se služi „velikim rečima“, kako bi ubedila primaoca da učestvovanjem ispunjava obavezu prema narodu, večnosti, istoriji, rasi, čovečanstvu, klasi, istini, pravdi, slobodi ili bogu. Zbog toga i sam državni aparat bez izuzetka poseže za njom tokom vanrednih stanja i ratova.

U kontrastu sa propagandom agitacije stoji propaganda integracije, koja teži integraciji pojedinaca u sistem i uspostavljanju što uniformnijeg društva. Kada bi njena efikasnost bila apsolutna, svaki član društva postao bi funkcionalni element, savršeno adaptiran na, pred njega postavljene, zahteve i pravila. Ona je totalna po obuhvatu i ima nameru da podstakne participaciju u svakom smislu, odnosno da obezbedi aktivno učestvovanje u ekonomskim, kulturnim i političkim aktivnostima određenog sistema. U pitanju je dugoročna propaganda kojoj je cilj uspostavljanje stabilnog i kontrolisanog ponašanja. Opšti ciljevi propagande integracije su ukorenjivanje individue u svakodnevni život i konformiranje njenog ponašanja i stavova sa političkim i društvenim poretom. Usled postojanja institucija, koje je po svojoj funkciji kontinuirano sprovode, propaganda integracije stalna je po delovanju, pa pojedinac nikada ne izmiče njenom uticaju. Zbog toga treba naglasiti da su propagandi integracije podložnije grupe sa boljim društvenim položajem, one obrazovanije i ukorenjenije u dominantnu kulturu. Propaganda integracije teži stabilizaciji društvenog tela i zbog toga je neizbežno sredstvo svih vlasti, koje se i putem nje legitimišu. Svi pobunjenički pokreti nužno moraju da posegnu za ovom propagandom čim preuzmu kontrolu vlasti, a ta tranzicija nosi veliki rizik od nestabilnosti i šizmi unutar pokreta.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> Ibid., p. 72.

<sup>6</sup> Ibid., p. 73. Teoretičari poput Karla Šmita (Carl Schmitt) veoma su uverljivo ukazivali na to da je upravo distinkcija između prijatelja i neprijatelja suština svake političke zajednice. Opširnije u: Nenad Cvetičanin, „Šmitovo shvatanje države, društva i demokratije“, *Nova srpska politička misao*, vol. XII, no. 1–4, 2005, str. 51–85. U kontekstu propagande agitacije ovakva teza je značajna jer objašnjava motivacionu snagu figure neprijatelja da pojedince pokrene na internu integraciju i stupanje u akciju.

<sup>7</sup> Jacques Ellul, *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*, op. cit., pp. 74–79.

Za funkcionisanje obe navedene vrste političke propagande, od suštinskog je značaja takozvana pretpropaganda. U pitanju je stanje mnogih, već postojećih predstava i nekoherentnih informacija koje formiraju polje znanja u populaciji, a na koje se politička propaganda oslanja. „Pretpropagandno stanje” nastaje delovanjem fenomena koji Elil naziva „sociološkom propagandom” i ona funkcioniše kroz same društvene strukture, postojeće ekonomske i političke faktore koji „progresivno dopuštaju ideologiji da se probije do pojedinaca i masa”.<sup>8</sup> Pomenuta propaganda deluje difuzno i temelji se na izgradnji navika i nesvesnih normalizacija društvenih odnosa. Ona je „persuazija iznutra”, koja nudi elemente za kriterijume prosuđivanja, pa uticaj uspostavlja spontano, a ne kao rezultat strategije, kao što je slučaj sa političkim propagandama integracije i agitacije.<sup>9</sup> Pretpropagandno polje značenja čine često međusobno suprostavljeni, ali unutar sebe samih sistematični društveni mitovi i predrasude. Pod mitom Elil podrazumeva ispunjavajuću, aktivnu sliku poželjnih ishoda, koji gube materijalnu i praktičnu formu i postaju snažno obojena, nadahnjujuća i sveobuhvatna vizija koja uspeva da isključi iz svesti sve što joj ne korespondira.<sup>10</sup> Ona tera na akciju upravo zbog toga što u sebi sabira sve što pojedinac, njime opčinjen, može smatrati dobrim, pravednim i istinitim. Predrasuda je unapred formiran sud o nekoj pojavi, koji se prenosi pripadanjem grupi u kojoj predrasuda cirkuliše. Ona pojedincu služi da izbegne promišljanje koje zahteva istraživanje i vreme. Već se samim prisustvom iste predrasude i kod drugih članova društva „dokazuje” ispravnost stavova koje predrasuda nosi. Zbog toga ponavljanje putem medija doprinosi utisku objektivnosti i širokoj „zdravorazumnosti” predrasude.<sup>11</sup>

Na osnovu svega iznetog, Elil gradi najupečatljiviji deo svoje teorijske koncepcije propagandi u vidu teze da moderna politička propaganda najvažniji dometa ima u uticaju na ponašanje pojedinaca (*ortopraxie*), a ne samo na uticaju na njihove stavove (*ortodoxie*). Polazeći od toga da postoji čitav „ambis” između toga šta neko zastupa i šta neko radi, Elil zaključuje da se akcije često ne mogu izdvojiti iz jasnih motiva, niti prethodnih gledišta. Imajući to u vidu, on smatra prevaziđenim gledište u kojem se propaganda zamišlja kao delatnost kojom se publika ubeđuje – u veri da će promenom stava izazvati promenu ponašanja. U praksi se ne može pronaći nužnost niti kontinuitet između stavova i ponašanja, pošto svakog aktera prožimaju mnogostruki motivi. Uvažavajući činjenicu da je u modernom, tehnološkom društvu

---

<sup>8</sup> Ibid., p. 63.

<sup>9</sup> Ibid., p. 64.

<sup>10</sup> Ibid., p. 31.

<sup>11</sup> Ibid., pp 162–167.

ključna vrednost efikasnost, uspešan propagandni čin ne bi trebalo da teži izgradnji sistema verovanja (za šta nema dovoljno vremena, niti je sigurno da bi uopšte i bili uspešni), već treba da aktivira ono što već postoji u čoveku.<sup>12</sup>

## Terorizam kao politička komunikacija

U ovom radu pod političkom komunikacijom ne podrazumevamo samo verbalne iskaze, već i sve druge vrste poruka i činioce poruka kojima publika može interpretirati političko značenje, odnosno „sav politički diskurs”.<sup>13</sup> Političko komuniciranje se može odrediti kao „razmena različitih poruka u domenu političke aktivnosti”, pa kao najopštiji pojam „obuhvata sve vidove komuniciranja u političkoj sferi bez obzira na oblik vlasti i društvene i političke uslove, na oblike u kojima se pojavljuju sadržaji, kao i na sredstva koja se koriste”.<sup>14</sup> U tom smislu politička propaganda predstavlja uži pojam od političkog komuniciranja i odlikuje je to što je u pitanju „planska i organizovana aktivnost” usmerena na „pridobijanje ljudi i obezbeđivanje njihove podrške”.<sup>15</sup>

Iako postoje slučajevi kada teroristički akti zbog materijalnih razaranja i/ili broja ubijenih i povređenih predstavljaju drastičan udarac po društvenu grupu koja je objekat napada, autori usmereni na komunikološku dimenziju terorizma ipak ističu da je primarna motivacija uglavnom propagandne, a ne vojne prirode. Terorizam se često naziva oruđem nemoćnih i nastaje kao odgovor na frustraciju grupe koja

<sup>12</sup> Ibid., pp. 25–32.

<sup>13</sup> Brian McNair, *Uvod u političku komunikaciju*, Politička misao, Zagreb, 2003, str. 13.

<sup>14</sup> Zoran Slavujević, *Političko komuniciranje, politička propaganda, politički marketing*, Grafocard, Beograd, 2009, str. 9.

<sup>15</sup> Ibid., str. 11. Tako postavljeno shvatanje političke propagande odstupa od čestog (prvenstveno u zapadnim državama) razumevanja propagande kao delatnosti u kojoj se isključivo obmanama, lažima i fabrikacijama obezbeđuje psihološka manipulacija nad publikom. Propaganda predstavlja „prljavu reč”, često se izjednačavajući sa spinom, namernim prećutkivanjem bitnog, zloupotrebom činjenica i ostalim prljavim trikovima, dok se kao njeni „opoziti”, zasnovani na istini i „poštenom” ubeđivanju upotrebljavaju pojmovi „politički marketing”, „odnosi sa javnošću”, „psihološke operacije”, „strateško komuniciranje”, „javna diplomatija”, „meka moć”, *soft sell*, „osvajanje srca i umova” itd. Smatramo da su ovakva gledišta uzrokovana istorijskim i političkim okolnostima, da su ideološki zasnovana i teorijski neutemeljena. Više o tome u: Siniša Atlagić, „Politička propaganda: različita shvatanja pojma i funkcije”, *Politička revija*, god. X, vol. 30, br. 4, 2011, str. 491–510; Filip Otović Višnjić, „Javna diplomatija ili politička propaganda prema inostranstvu: gde je konceptualna razlika?”, *Godišnjak Fakulteta političkih nauka*, god. XIII, br. 21, 2019, str. 135–152.

smatra da su joj u trenutnim političkim okolnostima uskraćena prava. Zbog toga se po pravilu za terorizmom poseže kako bi se „osnažio” paralelni politički proces, koji bi na kraju trebao da dovede do preraspodele političke moći. U literaturi se susrećemo sa korišćenjem pojma terorizma i u slučajevima kada se za njegove subjekte određuju nosioci vlasti (tzv. državni terorizam). Ovakva gledišta podrazumevaju korišćenje povremenih ili sistematskih akata nasilja i zastrašivanja, u funkciji održavanja pozicija vlasti. Imajući u vidu da se za isti fenomen u domaćoj literaturi frekventnije koristi pojam „državni teror”, kao i da je predmet našeg istraživanja propagandna upotreba nasilja od strane pobunjenika, u ovom tekstu ćemo pod terorizmom podrazumevati samo političku upotrebu nasilja od strane nedržavnih subjekata.

Teroristički način delovanja karakteriše to što njegovi nosioci primenjuju nasilje (atentate, bombaške napade, zauzimanje objekata, aviona i sl, otmice ljudi, držanje taoca i sl.) protiv državnih i političkih institucija i njihovih funkcionera, javnih materijalnih dobara, a često i prema građanima vlastite ili drugih zemalja u cilju postizanja određenih političkih ciljeva.<sup>16</sup>

Terorizam je zbog toga „planski, proračunati i sistematski akt”, koji se služi „namernom proizvodnjom i korišćenjem straha, putem nasilja ili pretnjom nasiljem, u cilju političke promene”.<sup>17</sup> Namera terorizma nisu proizvodnja straha, nesigurnosti i panike radi njih samih, već u službi krajnjih političkih ciljeva.<sup>18</sup> Zbog toga „terorizam nije samo nasilje, već i komunikacija”.<sup>19</sup> Pa terorizam možemo odrediti i kao „unapred smišljeno, politički motivisano nasilje, koje protiv neborbenih ciljeva sprovode subnacionalne grupe ili tajni agenti, obično sa namerom da utiču na javnosti”.<sup>20</sup>

Teroristi su usled svoje autsajderske pozicije trajno lišeni direktnog uticaja na uređivačku politiku *mainstream* medijskih kuća. Za očekivati je da medijske kuće neće zagovarati radikalne promene političkog *status quo*-a, niti teroristima pružati priliku da ravnopravno zastupaju svoj diskurs kao što to čine vladajuće snage. Kako

---

<sup>16</sup> Zoran Slavujević, *Političko komuniciranje, politička propaganda, politički marketing*, op. cit., str 39.

<sup>17</sup> David Whittaker, *The Terrorism Reader*, 2nd edition, Routledge, London, 2003, pp. 5, 9.

<sup>18</sup> Paul Wilkinson, *Terorizam protiv demokracije*, Golden marketing, Zagreb, 2002, str. 29. Videti i: Ersun Kurtulus, “Terrorism and fear: Do terrorists really want to scare?”, *Critical Studies on Terrorism*, Vol. 10, Issue 3, 2017, pp. 501–522.

<sup>19</sup> Nicolas O’Shaughnessy, “Weapons of Mass Seduction”, *Journal of Political Marketing*, Vol. 3, Issue 4, 2004, p. 33.

<sup>20</sup> Čarls Kegli i Judžin Vitkof, *Svetska politika*, Centar za studije Jugoistočne Evrope, Beograd, 2004, str. 622.

bi bili primećeni, teroristi preuzimaju akcije za koje smatraju da ih mediji ne mogu ignorisati. Brojni autori slažu se u oceni da osnovni povod za izvođenje terorističkog čina želja za „skretanjem pažnje” na određene probleme.<sup>21</sup> Brus Hofman (Bruce Hoffman) ističe da je terorizam „nasilni akt koji se preduzima naročito da bi privukao pažnju, a onda putem stvorenog publiciteta preneo poruku”.<sup>22</sup> Erik Lou (Eric Louw) podržava izneti stav i napominje da će teroristi „nastojati da aktima nasilja ‘prigrabe pažnju’, da bi na taj način izašli iz političke nevidljivosti na koju su osuđeni zbog svoje kontrahegemonijske pozicije”.<sup>23</sup> Pored razornosti napada i velikog broja žrtava, do „skretanja pažnje” moguće je doći i korišćenjem simboličnih akcija ili sprovođenjem akcija koje su spektakularne i specifične.<sup>24</sup> Jaka simbolika proizvodi se ukoliko meta terorističkog napada ima istaknuto mesto u kulturi neprijateljske grupacije, ukoliko se napad izvede na specifičnom mestu, ukoliko se odabere posebno vreme ili društveni događaj, dok spektakularnost posebno pogoduje karakteru savremenih medija.<sup>25</sup>

Teroristi se prilikom propagandnog čina u punoj meri koriste tehnikom šokiranja publike, koja „funkcioniše na principu izazivanja emotivnih stresova, oslobađanja potisnutih nagona, stvaranja kolektivnih psihoza i sl.”; ova tehnika ima kratkoročne efekte, a zadatak joj je da „izbije čoveka iz kolotečine svakodnevnice”, pa je za teroristički čin posebno karakteristična, jer on po sebi nosi „iznenadnost, silinu i strahotu događanja”.<sup>26</sup>

<sup>21</sup> Martha Crenshaw, “The Causes of Terrorism”, *Comparative Politics*, Vol. 13, No. 4, 1981, p. 386; Brian McNair, *Uvod u političku komunikaciju*, op. cit., str. 170.

<sup>22</sup> Brus Hofman, *Unutrašnji terorizam*, Narodna knjiga i Alfa, Beograd, 2000, str. 118.

<sup>23</sup> Erik Lou, *Mediji i politički proces*, Fakultet političkih nauka Univerziteta u Beogradu, Beograd, 2013, str. 209.

<sup>24</sup> Aleksandar Jazić, „Teroristička propaganda i uloga medija”, *Međunarodni problemi*, Vol. LXII, br. 1, 2010, str. 125.

<sup>25</sup> Prema Mareju Edelmenu (Murray Edelman), spektakl se može odrediti kao „neprekinuto izveštavanje o novostima, stalno konstruisanje i rekonstruisanje društvenih problema, kriza, neprijatelja i vođa i time stvaranje uzastopnog niza pretnji i nada” (Murray Edelman, *Konstrukcija političkog spektakla*, Politička kultura, Zagreb, 2003, str. 9).

<sup>26</sup> Zoran Slavujević, *Političko komuniciranje, politička propaganda, politički marketing*, op. cit., str. 110. Nevil Bolt (Neville Bolt) primećuje da su tokom napada na SAD 11. septembra 2000. komentatori, koji su se uključili uživo, pravili dugačke pauze u govoru. Po njegovom mišljenju, to se ne može pripisati samo poštovanju prema žrtvama, već još više „neobičnoj prirodi događaja koji je nadilazio obim komentatorskog iskustva. Jezik se pokazao neadekvatnim da procesuiru i komentariše svu jačinu emocija proizašlu iz šoka” (Neville Bolt, *The Violent Image: Insurgent Propaganda and the New Revolutionaries*, Columbia University Press, New York, 2012, pp. 71–72).



Imajući u vidu izneto, a na tragu elemenata koje je predložio Dejvid Vitaker (David Whittaker), možemo izdvojiti sledeće opšte karakteristike terorizma kao vida političke komunikacije:

- Terorizam je smišljena, politički motivisana upotreba nasilja ili pretnje nasiljem kako bi se izvršio pritisak na vladu ili javnost, izazivanjem straha i nesigurnosti;
- Moć se nalazi u osnovi motiva za političko nasilje; nasilje se koristi kako bi se izazvale određene političke promene;
- Postizanje maksimuma publiciteta je važan cilj za teroriste;
- Pored onih ciljeva koji su specifični za određeni lokalni prostor i koji su ograničeni na pojedinačne države, mogu postojati i ciljevi koji se posmatraju transnacionalno.<sup>27</sup>

Postoje brojne kontroverze u vezi sa efikasnošću komunikacije putem terorizma. Pojedini autori zastupaju tezu da je teroristički čin neefikasno sredstvo ubeđivanja, istučući da se njime veoma retko proizvode ciljevi koji se proklamuju kao njegovo opravdanje.<sup>28</sup> Ističe se da su državne strukture retko kada voljne da učine ustupke pobunjenicima koji koriste nasilje. Naprotiv, nasilje otvara prostor represivnim organima za lakši obračun sa izazivačima, a građani postaju privrženiji državnim ciljevima. U *mainstream*-u dominiraju žestoke osude ovakvog načina političke borbe, koje mogu dovesti do prihvatanja mobilizacije svih raspoloživih resursa u borbi protiv nje, te

(...) makar i prećutno pristajanje građana na jačanje državnog represivnog sistema u cilju efikasnije zaštite od terorista, čak i po cenu ograničavanja pojedinih ljudskih prava i sloboda, uz pojačavanje saradnje građana sa organima sigurnosti i koordinacije borbe protiv terorizma na međunarodnom planu.<sup>29</sup>

Teroristi se takođe suočavaju sa velikim problemima na planu odnosa sa medijima, pošto se trajno nalaze u poziciji odsustva kontrole nad sadržajem koji će biti plasiran publici. Najpre, pred izazovom su da ostvare „prolaz” pričama o njihovim aktima i političkim ciljevima kroz „čuvana vrata”, koja obezbeđuju urednici medijskih kuća.<sup>30</sup> Nakon toga, postoji neizvesnost i prilikom predstavljanja i

<sup>27</sup> David Whittaker, *Terrorists and Terrorism in Contemporary World*, Routledge, New York, 2004, pp. 1–4, navedeno prema: Aleksandar Jazić, „Teroristička propaganda i uloga medija”, op. cit., str. 116–117.

<sup>28</sup> Videti: Max Abrahms, „Why Terrorism Does Not Work”, *International Security*, Vol. 31, Issue 2, 2006, pp. 42–78; Max Abrahms, „The political effectiveness of terrorism revisited”, *Comparative Political Studies*, Vol. 45, Issue 3, 2012, pp. 366–393.

<sup>29</sup> Zoran Slavujević, *Političko komuniciranje, politička propaganda, politički marketing*, op. cit., str. 40.

<sup>30</sup> Erik Lou, *Mediji i politički proces*, op. cit., str. 79–85.

tumačenja, pošto određene medijske „verzije događaja” nanose štetu ciljevima kojima pobunjenici teže. Bez mogućnosti objašnjenja, akti nasilja veoma se lako mogu okvalifikovati kao besmisleni. U tom svetlu, senzacionalizam kojem su mediji u komercijalizovanom društvu skloni, može postati ulaznica za pridobijanje pažnje, ali i neprijatelj prilikom interpretacije događaja. Medijsko pokrivanje terorističkih akcija obično je praćeno užasavajućim scenama, slikama uništenih objekata, osakaćenih i mrtvih tela, prizorima sahrana, ispovestima preživelih, pričama o ožalošćenim srođnicima žrtava, herojskom požrtvovanju dežurnih službi itd. Zato se često događa da se tema sasvim iscrpi u prikazivanju samog nasilja, bez želje za zadiranjem u složena objašnjenja političke pozadine.<sup>31</sup>

Iznete teze smatramo korisnim i njihova je opravdanost nesumnjiva u okviru specifičnih polja posmatranja. Međutim, čini nam se da one ne sagledavaju sve propagandne aspekte terorističkog čina. Primera radi, moglo bi se čak reći da su i mnogi krupni koraci u progresu čovečanstva, poput stvaranja Republike tokom Francuske revolucije, pokušaja ukidanja kapitalističkog poretka 1917. u Rusiji ili 1936. u Španiji, ili pak uvođenja osmočasovnog radnog vremena, bili praćeni brojnim aktima (najpre pojedinačnog, a zatim masovnog) nasilja.<sup>32</sup>

U nastavku rada želimo da prikažemo istorijski i kulturološki kontekst korišćenja nasilnih akcija kao metoda u propagiranju promene u odnosima moći.

### **Propaganda nasilnom akcijom (propaganda of the deed)<sup>33</sup>**

U literaturi se često možemo susresti sa poistovećivanjem celokupne tehnike propagande akcijom sa upotrebom nasilja u političke svrhe.<sup>34</sup> Ipak, propaganda akcijom (odnosno delom, podvigom), znatno je šira i podrazumeva sve propagandne činove u kojima se umesto verbalnim putem poruka upućuje tako što se dozvoljava da samo „delo govori”. Ona se oslanja na persuazivnost događaja, bilo da se radi o događajima koji prvenstveno nemaju propagandnu svrhu, ali se

<sup>31</sup> Aleksandar Jazić, „Teroristička propaganda i uloga medija”, op. cit., str. 128.

<sup>32</sup> Povodom upotrebe nasilja u borbi za radnička prava videti: Louis Adamič, *Dinamit: povijest klasnog nasilja u Americi*, Binoza, Zagreb, 1933.

<sup>33</sup> Napominjemo da se u domaćoj literaturi za ovu tehniku propagande (eng. *propaganda of the deed*, fra. *propagandie par le fait*) u istom značenju koriste i nazivi „propaganda delom” i „propaganda podvigom”.

<sup>34</sup> Paul Wilkinson, *Political terrorism*, Macmilan, London, 1974, p. 34; Neville Bolt, *The Violent Image: Insurgent Propaganda and the New Revolutionaries*, op. cit., pp. 1–20.

iskorišćavaju u toj nameri, bilo da su u pitanju događaji kojima je ubeđivanje, pridobijanje ili izazivanje političkog ponašanja osnovni, pa i jedini cilj. U tehniku propagande akcijom takođe spadaju akti „ličnih primera” poželjnog ponašanja, ali i akti disciplinovanja onog nepoželjnog, koji svaki na svoj način šalju poruke etičkog, pa samim time i političkog karaktera.<sup>35</sup> Zbog toga smo se opredelili za upotrebu pojma „propaganda nasilnom akcijom”, kako bismo jasno naznačili na koju vrstu propagande akcijom mislimo kada istražujemo teroristički čin, ali takođe i održali terminološku bliskost sa inostranom literaturom.<sup>36</sup>

Fenomen propagande nasilnom akcijom svoje početke nalazi u drugoj polovini 19. veka kada se uspostavlja kao revolucionarna taktika anarhista.<sup>37</sup> Primena ove taktike toliko je obeležila istoriju anarhističkog pokreta da su mnogi, nepravедno ili možda namerno, sam pojam anarhizma izjednačili sa političkim nasiljem.<sup>38</sup> Ipak, revolucionarni pokreti instrumentalno su posezali za terorizmom kako bi pokrenuli nasilni sukob sa vlastima. Pored namere da se demonstrira da je sam ilegalni otpor uopšte moguć, oni su priželjkivali i drastični odgovor državne represije, koji bi uzdrmao legitimitet vlasti ili proizveo nove pristalice pobunjenika.<sup>39</sup> Pored toga, jedna od fundamentalnih premisa anarhističke ideje jeste da je kapitalističko društvo poprište permanentnog nasilja moćnih nad nemoćnima – svaki zakon, kao i svaki odnos poseda i oskudice u njemu baziran je na sili. U takvom svetu, ne uraditi ništa i ignorisati patnju miliona ljudi, bio bi po sebi akt nasilja.<sup>40</sup>

Za razliku od pristalica autoritarne struje ranog radničkog pokreta (okupljenih oko ideja Karla Marksa [Karl Marx] i centralizovanih partijskih struktura), struja okupljena oko Mihaila Bakunjin (Михаил Бакунин) verovala je da državu treba

---

<sup>35</sup> Zoran Slavujević, *Političko komuniciranje, politička propaganda, politički marketing*, op. cit., str. 111–114.

<sup>36</sup> Za ovaj fenomen koristi se i termin „propaganda oružjem”, koji su za svoje akcije koristile i organizacije *Weather Underground* i *Black Panther Party* u SAD.

<sup>37</sup> Videti: Marie Fleming, “Propaganda by the deed: Terrorism and Anarchist Theory in Late Nineteenth-Century Europe”, *Studies in Conflict & Terrorism*, Vol. 4, No. 1, 1980, pp. 1–23.

<sup>38</sup> April Carter, “Anarchism and Violence”, *Nomos*, Vol. 19, 1978, pp. 320–340.

<sup>39</sup> Martha Crenshaw, “The Logic of Terrorism: Terrorist Behaviour as a Product of Strategic Choice”, in: Walter Reich (ed.), *Origins of terrorism: Psychologies, ideologies, theologies, states of mind*, Woodrow Wilson International Center for Scholars, Washington, D.C., 1990, p. 19.

<sup>40</sup> Videti: Robert Graham (ed.), *Anarchism Volume One: A Documentary History of Libertarian Ideas*, Black Rose Books, Montreal, 2005, pp. 12–71; Alexander Sedlmaier, “The Consuming Visions of Late Nineteenth- and Early Twentieth-century Anarchists: Actualising Political Violence Transnationally”, *European Review of History: Revue européenne d’histoire*, Vol. 14, Issue 3, 2007, pp. 283–300.

rasformirati odmah, paralelno sa promenom ekonomskih odnosa, smatrajući da se nepravda usled dominacije čoveka nad čovekom, koju institucionalno sprovode države, jednako može tumačiti kao uzrok mizerije čovečanstva. Bakunjinova doktrina „direktne akcije” slavila je lični neposredni aktivizam i nasilno rušenje države. *Katehizis revolucionara* nastaje kao rad Sergeja Nečajeva (Сергей Нечаев), ali sadrži ne samo njegove već i ideje Mihaila Bakunjina i Petra Tkačjova (Пётр Ткачёв), koje teoretski brane poziciju „revolucionarnog makijavelizma”. U *Katehizisu* je po prvi put u novijoj istoriji bio formulisan program terorističke aktivnosti širih razmera.<sup>41</sup>

Prema Dejvidu Rapoportu (David Rapoport), upravo se (1) anarhistički pokret može smatrati istorijski prvim nosiocem fenomena međunarodnog terorističkog delovanja. Pomenuti autor kao naredna tri glavna talasa izdvaja: (2) „antikolonijalni talas”, koji je trajao od kraja Prvog svetskog rata (i uspešne oktobarske revolucije) do šezdesetih godina 20. veka; (3) talas „nove levice”, od sredine šezdesetih godina do raspada Varšavskog političkog bloka; i (4) „religiozni talas”, koji započinje iranskom islamskom revolucijom 1979. godine i, uključujući upečatljive akcije Al Kaide, ostaje aktuelan do vremena objavljivanja Rapoportove tipologije.<sup>42</sup> Možemo da zaključimo da aktivnostima brojnih palestinskih organizacija, Boko Harama, pobunjeničkih grupa u Libiji, Hezbolaha, Islamske države itd. ovaj talas svoju aktuelnost proteže sve do sadašnjosti.

Nadovezujući se na pomenutu vremensku tipologiju, Džefri Sajmon (Jeffrey Simon), dodaje petu fazu – „tehnološki talas”. Sajmon smatra da se za razliku od

<sup>41</sup> Sergej Nečajev, *Katehizam revolucionara*, 1871, <https://anarhisticka-biblioteka.net/library/sergej-necajev-katehizam-revolucionara>, 02/05/2020. Iz brojnih upečatljivih tačaka ovog uputstva, izdvajamo sledeće tri, koje na veoma dobar način ilustruju odnos otuđenosti od dominantne hegemonije, kojim ćemo se opširnije baviti u narednom poglavlju:

- (4) Javno mnjenje on (revolucionar) prezire. On prezire i mrzi današnji društveni moral u svim njegovim pobudama i pojavama. Za njega je moralno sve što pomaže pobedu revolucije. (Sve što se preči na tom putu nemoralno je i zločinački).
- (13) Revolucionar stupa u svet državnosti, staleža i takozvane civilizacije i u njemu živi jedino s ciljem njegovog što potpunijeg i skorijeg rušenja.
- (16) Prilikom sastavljanja takvog spiska (atentata) i ustanovljivanja gorepomenutog redosleda nipošto se ne treba voditi ličnim zlodelom čoveka, čak ni mržnjom koju on pobuđuje u našem Društvu ili narodu. Štaviše, to zlodelo i ta mržnja mogu donekle biti od koristi, jer pomažu buđenje narodnog ustanka. Treba se voditi pukom koristi po revoluciju koja bi trebalo da proizide iz njegove smrti. Dakle, prvenstveno bi trebalo istrebiti ljude od naročite važnosti za revolucionarnu organizaciju, kao i one čija bi iznenadna i nasilna smrt vladi mogla najviše uliti strah, te lišivši je njenih najumnijih i najposobnijih radnika, uzdrmati njenu snagu.

<sup>42</sup> David Rapoport, “The four waves of modern terrorism”, in: Audrey Cronin & James Ludes (eds), *Attacking terrorism: Elements of a grand strategy*, Georgetown University Press, Washington, D.C., 2004, pp. 46–73.

prethodna četiri talasa u petom može očekivati gubitak jasne ideologije koja bi bila dominantna i prema kojoj bi se mogla izvršiti generalizacija (anarhizam, antikolonijalizam, neomarksizam, verski fundamentalizam). Ono što određuje petu fazu nije ideološka pozadina već uticaj novih tehnologija, poredeći značaj interneta sa značajem otkrića dinamita za pokretanje prvog talasa.<sup>43</sup>

Uz sve ovo treba ukazati i na činjenicu da su državni organi SAD, upravo tokom rada na ovom tekstu, proglasile aktivnosti antifašističkih aktivista i grupa domaćim terorizmom.<sup>44</sup> Posledice ovakvog postupka u budućnosti mogu uvesti mnoštvo novih varijabli u analizu, imajući u vidu da „Antifa” ne postoji kao sistem organizacija, već kao idejno polje krajnje difuznih i raznolikih principa. Neki od tih načela mogu biti protivljenje rasizmu, fašizmu, promocija jednakosti polova, suprotstavljanje državnoj represiji i nadzoru, ekološki održivi razvoj, borba protiv šovinizma itd. Takvim presedanom otvara se mogućnost krajnje subjektivnog odlučivanja o tome šta je „terorizam”, što nosi opasnost od daljeg ugrožavanja i ukidanja bazičnih prava i sloboda građana.

## **Aplikacija teorije Žaka Elila: borba oko hegemonije kao strateška orijentacija terorističke propagande**

Pri tumačenju terorističkog akta susrećemo se sa *par excellence* primerom suprostavljenih delovanja propagandi integracije i agitacije. Kritički pristup koji ćemo predstaviti u ovom poglavlju zastupa gledište da se u pozadini svake od njih nalazi se dinamika moći, koja igra ulogu pokretačkog elementa društvenih procesa. U tom smislu zanimljivo gledište predstavlja ideja o dvostrukoj analogiji između moći i energije, po kojoj je u političkoj teoriji poznat čuveni britanski filozof Bertrand Rasel (Bertrand Russell). Prema ovoj analogiji, kao što energija prožima sve fizičke procese, tako moć prožima sve društvene procese. I kao što se energija transformiše

---

<sup>43</sup> Jeffrey Simon, “Technological and Lone Operator Terrorism: Prospects for a Fifth Wave of Global Terrorism”, in: Jean E. Rosenfeld (ed.), *Terrorism, Identity and Legitimacy*, Routledge, New York, 2011, p. 48. Prema Sajmonu, kraj talasa ne podrazumeva prestanak akcija pobunjenika, već „talas prestaje ili je u naglom opadanju onda kada gubi stepen pažnje i reakcija koji je imao od strane vlasti, društva i medija”, što podrazumeva da je nešto drugo uspelo da preuzme kolektivnu pažnju i strahove (ibid., p. 49).

<sup>44</sup> “Attorney General William P. Barr’s Statement on Riots and Domestic Terrorism”, The United States Department of Justice, 31 May 2020, <https://www.justice.gov/opa/pr/attorney-general-william-p-barrs-statement-riots-and-domestic-terrorism>, 01/06/2020.

i ispoljava u različitim oblicima tokom fizičkih procesa, tako se i moć transformiše i pojavljuje u različitim formama tokom društvenih procesa.<sup>45</sup>

Propaganda nasilnom akcijom predstavlja komunikacioni čin putem kojeg se provocira persuazivni efekat na posmatrača unutar i izvan samog teatra u kojem se akcija izvodi. U širem kontekstu ona izaziva hegemoniju koju državni ideološki aparati realizuju formiranjem i održavanjem odgovarajuće „slike sveta”, kroz institucije porodice, obrazovanja, privrede i državne represije.<sup>46</sup> Pojam kulturne hegemonije uveo je italijanski marksistički teoretičar Antonio Gramši (Antonio Gramsci) nadovezujući se na teoriju o ekonomskoj bazi i kulturnoj nadgradnji Karla Marksa. Gramši je ponudio svoje viđenje mehanizama putem kojih se u društvenoj nadgradnji legitimiše eksploatacija. Kulturna hegemonija odnosi se na dominaciju koju vladajuća klasa uspostavlja nad elementima društva i nad uverenjima, vrednostima i moralom populacije, kako bi se „slika sveta” koja je svojstvena vladajućoj klasi uspostavila kao univerzalna norma. Time se ideološki opravdava društveni, politički i ekonomski *status quo* kao prirodan i normalan, neizbežan, oduvek prisutan i koristan za svaku od strana, iako su zapravo u pitanju društveni odnosi od kojih koristi pre svega ima vladajuća klasa.<sup>47</sup> Hegemonija nije simplistički shvaćena manipulacija, već čitava struktura očekivanja i praksi. Ona je poredak koji se dijalektički samoobnavlja međusobnim delovanjima vrednosti koje uzrokuju prakse i praksi koje potvrđuju vrednosti. Tako hegemonija konstituiše osećaj za realnost za većinu ljudi u društvu, pa se može reći da je hegemonija rezultat nesvesnih prihvatanja odnosa kao „zdravorazumskih”.<sup>48</sup> Ili po rečima Mišela Fukoa (Michel Foucault), „znanje je ono o čemu se može govoriti u okviru jedne diskurzivne prakse, koja time biva specifikovana”.<sup>49</sup> Izneti okvir tumačenja u velikoj meri korespondira sa fenomenom koji Luj Altiser (Louis Althusser) naziva „interpelacija”. Interpelacija nastaje proživljavanjem prethodnih praksi, a predstavlja proces putem kojeg ideološki diskursi konstruišu subjektivitet pojedinaca.<sup>50</sup> Prema

<sup>45</sup> Vukašin Pavlović, „Moć kao energija – integraciona teorija moći Bertranda Rasela”, *Politeia*, god. 1, br. 2, 2011, str. 247.

<sup>46</sup> Erik Lou „sliku sveta” dovodi u vezu sa shvatanjem *Weltanschauung*-a Vilhema Diltaja (Wilhelm Dilthey), značajnog koncepta u kognitivnoj filozofiji, putem kojeg se „sažeto izražava to kako ljudi, usvajajući znanja, uverenja i jezik, dolaze do toga da svet vide na određeni način” (Erik Lou, *Mediji i politički proces*, op. cit., str. 164).

<sup>47</sup> Videti: Antonio Gramši, *Filozofija istorije i politike*, Slovo Ljubve, Beograd, 1980.

<sup>48</sup> Videti: Raymond Williams, „Basis and superstructure in Marxist Cultural Theory”, *New Left Review*, No. 82, 1973, pp. 3–16.

<sup>49</sup> Мишел Фуко, *Археологија знања*, Плато, Београд, 1988, стр. 196.

<sup>50</sup> Videti: Luj Altiser, *Ideologija i državni ideološki aparati*, Karpos, Beograd, 2019.

Altiseru, pojedinac kroz procese interpelacije biva uhvaćen u mreže značenja, putem kojih doživljava i pozicionira sebe samoga, referišući se u složenim nizovima društvenih odnosa. Samim tim, pojedinac ne može izbeći adresiranje prema postojećim vrednostima i pozicioniranje u okvirima vladajućih diskursa.

Imajući pomenute strukturalne faktore u vidu, mogli bismo doći do zaključka da propaganda integracije (ona koja teži za održavanjem postojećeg poretka) ima značajno više mogućnosti za delovanje od propagande agitacije (čiji su nosioci pobunjenički izazivači). Pobunjenička grupa teži da nasilnim akcijama izazove postojeće hegemonijske okvire, da olabavi stisak postojećih narativa i da ojača kontrahegemonijske procese. To nije nimalo lak zadatak, pošto odbijanje onoga što se u društvu smatra hegemonijskim konsenzusom sa sobom nosi rizik da se nosioci proglašaju devijantnim ili opasnim. Kao što smo napomenuli, funkcija propagande integracije je da održi postojeći poredak moći. Putem trajnog korišćenja racionalizacija, ona uklanja unutrašnje konflikte u vrednosnim stavovima pojedinaca, pa time i samokritiku i nesigurnost, čime u velikoj meri pojednostavljuje izbor i receptorima propagande pruža osećaj kontinuiteta, stabilnost i sigurnost. Izazivačke ideje se odbacuju zbog remećenja ostvarenog stanja, pa se subjekt, koji je uspešno podvrgnut propagandi integracije, prema njima odnosi kao prema suparničkoj propagandi, kojoj je cilj da subjektu nanese štetu. Zbog toga se u javnosti na teroriste često gleda kao na mentalno obolele ili jednostavno zle pojedince i grupe, izuzimajući iz vida političku dimenziju njihovog delovanja. Ovo predstavlja ujedno i hegemonijsku odbranu od radikalnog čina nepoštovanja poretka, kakav je teroristički.

Osnovno pitanje koje se postavlja je da li akti političkog spektakularnog nasilja mogu da dugoročno ponude nešto više od pukog kratkotrajnog šoka koji brzo odlazi sa dnevnog reda, dopuštajući tako silama „normalnosti” da se ponovo uspostave. Žak Elil napominje: „da bi propagandna poruka bila uspešna, ona treba da uvažava opšte društvene trendove”, pa zato „ne treba direktno napadati ustanovljen, racionalizovani, dugotrajni sistem mišljenja, prihvaćeni kliše ili stabilni šablon”.<sup>51</sup> I istina je da bi ovo predstavljalo težak ili nerešivi problem za bilo koju izazivačku propagandu, ali samo kada bi čovek bio jednostavno, jednodimenzionalno biće. Ipak, situacija je suprotna, čovek je veoma složeno biće, pošto se kroz njega mešaju mnogobrojni uticaji i u njemu svoje razrešenje čekaju mnoge potrebe koje trenutni odnosi moći ignorišu, zbog čega je pojedinac „veoma često u diskrepanci između mišljenja i delovanja”.<sup>52</sup> Do društvene promene dolazi onda kada vladajuća klasa

---

<sup>51</sup> Jacques Ellul, *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*, op. cit., p. 34.

<sup>52</sup> Ibid., p. 38.

izgubi sposobnost da ideologijom nadvlada suprotnosti među stvarnim odnosima u društvu. Dela koja se izvršavaju u funkciji propagande akcijom moraju pružati razrešenje tenzije koja nastaje između socijalne fragmentacije (koja frustrira pojedince) i dugotrajnih „kolektivnih socioloških pretpostavki” i „društvenih mitova” koji leže u osnovama društava.

Postojanje pomenutih preduslova kod publike kojoj se nosilac propagande akcijom obraća od suštinskog je značaja. Stavovi koji dubinski formiraju orijentaciju publike kao i aktuelni trendovi udruženo konstruišu narative na koje propagandna poruka (koja se u ovom slučaju sastoji u tumačenju terorističkog čina) mora da referira kako bi motivisala željenu reakciju. Propagandna nasilna akcija treba da posluži tek kao „okidač”. Zbog toga, u simboličkom smislu, uvreženi narativi i mitovi postaju glavno oružje pobunjenika u pohodu na moć. Iako, kako smo naveli, prema Elilu, mit podrazumeva ispunjavajuću, aktivnu sliku poželjnih ishoda, koji gube materijalnu i praktičnu formu i postaju snažno obojena, nadahnjujuća i sveobuhvatna vizija koja uspeva da isključi iz svesti sve što joj ne korespondira, od odlučujućeg značaja je imati u vidu da mitove ljudi ne doživljavaju kao istinu, već kao uputstvo.<sup>53</sup> Primalac poruke zapravo oseća potrebu da bude pokrenut na akciju u svetu koji je previše kompleksan da bi ga sasvim razumeo; upravo primaočevu „potrebu za propagandom” iskorišćava svaki uspešan propagator.

Želja za saradnjom, koja leži u primaocu propagandne poruke, od ključne je važnosti za uspeh propagandnog čina.<sup>54</sup> Propaganda agitacije ne stvara *ex nihilo*, ona izvire iz nečega što u publici postoji; zbog toga joj i nije neophodno da promeni duboko uvrežene mitove ili predrasude, ona ih može iskoristiti, pažljivim odabirom među brojnima koje je publika već prihvatila. Teroristički čin, kao nasilni spektakl, komunicira sa elementima postojeće pretpropagande. Potrebno je uočiti one koji se najlakše mogu mobilisati, uz uvažavanje činjenice da publika nije pasivni primalac poruke. U igri kodiranja i dekodiranja značenja koje poruka nosi, publika ima aktivnu ulogu, prevashodno zbog toga što je uhvaćena u stalnoj (mada istina, nekada snažnijoj, a nekada slabijoj) tenziji između verovanja i osporavanja, ubeđivanja i odbijanja. Publiku ne sačinjavaju „kulturni idioti” već se u procesu dekodiranja istovremeno i iskazuju i rekonstruišu postojeća značenja.<sup>55</sup>

U društvima se odvija neprestana „borba oko značenja”. Pretpropagandna stanja drugačija su za svaki propagandni akt ponaosob, pošto na njih utiču sećanja i utisci koji su nastali pod uticajem prethodnih propagandnih aktivnosti. Zato će se, prema

<sup>53</sup> Videti: Rolan Bart, *Književnost, mitologija, semiologija*, Nolit, Beograd, 1971, str. 227–257.

<sup>54</sup> Jacques Ellul, *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*, op. cit., pp. 182–187.

<sup>55</sup> Videti: Sjuart Hol, *Mediji i moć*, Karpos, Beograd, 2013.



Nevilu Boltu, teroristi truditi da stvore „arhipelag sećanja”, koji će im u budućnosti služiti za vršenje unutrašnje integracije, kontinuirano približavanje prijateljskih ciljnih grupa ili sistematski pritisak na neprijateljsku publiku.<sup>56</sup> Drugim rečima, pobunjenici prilikom izvođenja nasilne akcije za propagandnu osnovu uzimaju kolektivna sećanja, dovedena do nivoa elemenata prepropagandnog stanja.<sup>57</sup>

Od toga kojoj se publici i sa kojim ciljem teroristi dominantno obraćaju zavisi i to na koje će se elemente prepropagande poruka „nadovezati”. Odabirom nekih elemenata prepropagande delotvornih kod jedne publike, teroristi rizikuju da pripadnike nekih drugih publika dodatno udalje od sebe. Dometi terorističkog čina nasilnom akcijom uvek su kompleksni i ogledaju se mogućom istovremenom komunikacijom sa više različitih publika, prema kojima komunikacija nosi različite ciljeve:

- 1) Prvu publiku čine već postojeći pripadnici i pristalice pobunjeničke grupe, prema kojima se podstiče dalja radikalizacija i mobilizacija (npr. širenjem ideje da protivnik nije svemoćan);
- 2) Drugu publiku čine potencijalno nove pristalice iz redova grupe za čija se prava teroristi deklarativno bore – polazeći od pretpostavke da su i oni otuđeni od dominantne hegemonije, poruka koja im upućuje nosi poziv na podršku političkim ciljevima terorista, budući da će im njihovo ostvarivanje poboljšati društvenu poziciju;
- 3) Treću publiku čine nosioci vladajuće strukture moći protiv koje se teroristi bore. Ukoliko žele da isprovociraju pregovore, trudiće se da akti budu upozoravajući, ali da po svom intenzitetu ne pređu granicu preko koje bi izazvali intenziviranje kontramera. Ukoliko je želja upravo da se izazove

---

<sup>56</sup> Neville Bolt, *The Violent Image: Insurgent Propaganda and the New Revolutionaries*, op. cit., p. 60. Autori poput Maksa Abramsa (Max Abrahms) iznose stav da je upravo lično identitetsko međupotvrđivanje između pripadnika terorističkih grupa glavni motiv za direktne akcije, zbog toga što se učestvovanjem u istim praksama razvijaju snažne međusobne afinitivne veze (Max Abrahms, „What Terrorists Really Want: Terrorist Motives and Counterterrorism Strategy”, *International Security*, Vol. 32, No. 4, 2008, p. 80).

<sup>57</sup> Da bi se oslobodila ista simbolička suština iz akcije, nužno je da publika deli saglasna tumačenja simbola vezana za identitet, odnosno sisteme običaja i kulturnih osobenosti koji su podignuti na nivo institucija. Kolektivni identiteti temelje se u grupnom trajanju, referišu na prošlost i iz nje crpe legitimitet koji se dalje održava samom interakcijom između članova zajednica. Videti: Neville Bolt, *The Violent Image: Insurgent Propaganda and the New Revolutionaries*, op. cit., pp. 53–79. Navedeno objašnjava i razloge zbog kojih se teroristi često odlučuju za mete koje sadrže simbolički značaj za hegemoniju koju teže da uzdrmaju. To se događa zbog toga što napad u komunikacionom smislu donosi oslobođenje narativnog potencijala, obrazovanog „taloženjem” različitih značenja koje su im u prošlosti pripisivane.

preterana upotreba sile, ciljevi će po razornosti ili simboličnosti biti takvi da izazovu bes kod donosioca političkih odluka;

- 4) Četvrtu publiku čine novinarske kuće. Njima se nudi mogućnost da izveštavaju o senzacionalnim i spektakularnim vestima. Određeni mediji također mogu biti i meta napada, čime se ostvaruje pritisak na njih, ali i ostale medije, da ne propagiraju negativnu sliku o teroristima ili društvenoj grupi za čija se prava bore;
- 5) Petu publiku čine pristalice vlasti. Propagandna namera (posebno u ranim fazama) može biti u skretanju pažnje na stanje u kojima se potčinjena grupa nalazi i pravednost zahteva za koje se bore. Ona također može biti i u eksplicitnoj ili implicitnoj pretnji da se mogu naći na udaru, ako ne izvrše uticaj na vlast da promeni politiku;
- 6) Šestu publiku čine neutralni. Teroristi pokušavaju da svojim napadima ne izazovu njihovo „guranje” ka vladajućoj hegemoniji;
- 7) Sedmu vrstu publike čine druge vlade i međunarodne organizacije. Savezničke sa željom da se nastavi podrška ili pomoći u obuci, finansijama i oružju. Neprijateljske sa porukom da revidiraju svoj stav kako i same ne bi postale mete.
- 8) Obraćaju se i drugima, poput turista, investitora, lobista itd. u cilju izazivanja ekonomskih posledica po protivnike.<sup>58</sup>

Na tragu teorije Žaka Elila, možemo tvrditi da promena hegemonije ne može biti cilj pojedinačnog propagandnog čina. On je isuviše kratkotrajan i suočava se sa isuviše jakim mehanizmima protivničkih ideoloških aparata da bi sam po sebi mogao da donese radikalnu promenu. Promena elemenata hegemonije može (i mora) da bude strateška orijentacija koja uključuje dugoročno delovanje na formiranje i iskorišćavanje već postojećih sećanja i kriza; dok se pojedinačni akti mogu smatrati celishodnim u domenu kratkoročnog, direktnog delovanja na ponašanje (*ortopraxie*).

U prilog iznetom, veoma indikativan može biti primer *ortopraxie* koji je nastao kao rezultat terorističkog napada Al Kaide na Madrid 11. marta 2004. godine. Napad je sa umišljajem izveden samo tri dana pred parlamentarne izbore u Španiji, a cilj terorista bio je da Španija povuče svoje trupe iz Iraka. Prema anketama, Narodna partija, tada aktuelnog premijera Hozea Marie Aznara (José María Aznar), imala je prednost od pet odsto sve do terorističkog napada, uprkos veoma nepopularnom učešću u invaziji SAD-a na Irak. Socijalistička partija, koju je tada vodio Hose Luis

<sup>58</sup> Paul Wilkinson, *Terorizam protiv demokracije*, op. cit., str. 192; Erik Lou, *Mediji i politički proces*, op. cit., str. 214–215.

Zapatero (Jose Luis Zapatero), a kojoj je jedna od glavnih okosnica kampanje bila povlačenje iz Iraka, na kraju je pobedila na izborima sa pet odsto razlike, a zatim i izvršila obećanje. Koristeći se pretpropagandnim stanjem frustriranosti španskog društva zbog duge istorije terorističkih akcija baskijske organizacije ETA, živopisnog sećanja na razornost napada Al Kaide na SAD četiri godine ranije, kao i nedovoljne ubedljivosti u pravdanju angažmana u Iraku, teroristi su uspeli da direktno izazovu ponašanje dela publike (glasanje na izborima), bez promene u smislu poboljšanja generalnog stava o Al Kaidi, ili o njenim političkim ciljevima.<sup>59</sup>

## Zaključna razmatranja

Terorističku aktivnost karakteriše upotreba nasilja u političke svrhe, ali je nasilje koje se izvodi često motivisano komunikacionim ciljevima, radi prenošenja različitih poruka neverbalnim putem. Propaganda (nasilnom) akcijom korene ima u anarhističkom pokretu, u okviru kojeg se primena nasilja smatrala odgovorom na sistematsku i neprekidnu represiju kojoj su podređeni izloženi od strane vladajućih struktura. Shodno takvoj poziciji, pobunjenička grupa teži da nasilnim akcijama izazove postojeće hegemonijske okvire, da olabavi stisak postojećih narativa i da ojača kontrahegemonijske procese.

Kombinujući elemente teorije Žaka Elila, sa kulturološkim pristupom u objašnjavanju mehanizama funkcionisanja hegemonije, pokušali smo da ponudimo svoj doprinos tumačenju efikasnosti primene nasilnih akata, koji se koriste u svrhu promena u odnosima moći, te da odgovorimo na pozicije koje terorizam smatraju neefikasnim sredstvom za ostvarenje dugoročnijih ciljeva. Razlozi za delimičnu opravdanost pomenutih pozicija nalaze se upravo u strukturalnim faktorima vezanim za održavanje postojeće hegemonije putem interpelacije pojedinaca u društveno konstruisano polje poželjnih identiteta. Pri tumačenju terorističkog akta susrećemo se sa izvrsnim primerom suprotstavljenih delovanja propagandi integracije i agitacije. Imajući u vidu da se propaganda integracije zasniva na čitavom nizu društvenih institucija koje po svojoj funkciji deluju u pravcu održavanja postojećeg poretka moći, izazivači koji posegnu za radikalnim aktom neposlušnosti, kakav je nasilni, bivaju suočeni sa žestokim represivnim odgovorom, ali i rizikom da izazovu još veći broj pristalica vlasti i sopstvenu satanizaciju u očima javnosti.

---

<sup>59</sup> Videti: Brynjar Lia, „Jihadi Strategic Studies: The Alleged Al Qaida Policy Study Preceding the Madrid Bombings”, *Studies in Conflict and Terrorism*, Vol. 27, Issue 5, 2004, pp. 355–375.

Uprkos tome, teza koja je izneta u ovom tekstu jeste da teroristi ipak imaju načine da ostvare propagandnu nameru: kratkoročno, direktnim uticajem na ponašanje, i dugoročno, uključivanjem samog čina u mrežu sećanja na koju se u budućnosti referiše. Naš stav se zasniva na tri argumenta. Prvo, da je u savremenoj propagandi izazivanje poželjnog ponašanja publike često korisniji cilj od uticaja na promenu njenih stavova. Drugo, da je svaki pojedinac ponaosob pod uticajem različitih prepropagandnih, difuznih faktora koje sa jedne strane ostvaruje polje ideoloških uticaja, a sa druge protivurečnosti između ideoloških naracija i realne strukture. Treće, na činjenici da se terorističkim aktom nosioci obraćaju brojnim i različitim vrstama publike, prema kojima se istovremeno prenose različite poruke. Od toga kojoj se publici i sa kojim ciljem teroristi dominantno obraćaju zavisi i to na koje će se elemente prepropagande poruka „nadovezati”. Odabirom nekih elemenata prepropagande delotvornih kod jedne publike, teroristi rizikuju da pripadnike nekih drugih publika dodatno udalje od sebe.

Kada je reč o uticaju na kratkoročno ponašanje, propagandna nasilna akcija treba da posluži tek kao „okidač”. Zbog toga, u simboličkom smislu, već uvreženi narativi i mitovi mogu postati oružje pobunjenika u pohodu na moć, ukoliko uspeju da ih dovedu u vezu sa situacionim faktorima trenutnog društvenog momenta, a uz utilizaciju opšte potrebe pojedinca u masovnom društvu da budu propagandno pokrenuti na ponašanje. Dugoročno gledano, odvija se neprestana „borba oko značenja”. Prepropagandna stanja drugačija su za svaki propagandni akt ponaosob, pošto ih čine i sećanja nastala pod uticajem prethodnih propagandnih aktivnosti. Borba oko hegemonije odvija se kao strateška orijentacija koja uključuje dugoročno delovanje u pravcu formiranja i iskorišćavanja već postojećih sećanja i kriza, dok se pojedinačni akti mogu smatrati celishodnim u domenu kratkoročnog, direktnog delovanja na ponašanje (*ortopraxie*).

Saglasno iznetom, dijalektika propagandnog mehanizma, podeljena na idealnotipske faze, izgleda ovako:

- 1) prepropagandno stanje (*ortodoxie*) nastalo pod uticajima hegemonijske dinamike (sociološka propaganda) i materijalnih okolnosti društvene realnosti;
- 2) nasilni akt koji referiše na elemente prepropagandnog stanja (*propaganda of the deed*);
- 3) izazivanje neposrednog ponašanja (*ortopraxie*);
- 4) tumačenje terorističkog akta u okvirima propagandi integracije i agitacije uz podsticanje ili zaustavljanje izazvanog ponašanja;
- 5) novo prepropagandno stanje (*ortodoxie*) sa novim mogućnostima „okidača“ u službi izazivanja željenog ponašanja publike (u koje je uključeno i sećanje na prošle akcije i njihove posledice).

Za zadatak narednih istraživanja ostavljamo produbljeno sagledavanje propagande nasilnom akcijom koja se odvija u toku demonstracija koje prerastaju u nemire (uz suprostavljena tumačenja događaja od strane propagandi integracije i agitacije). Kao i produbljenije sagledavanje korišćenja savremenih tehnologija, kako iz perspektive pobunjenika koji konačno mogu da ostvare punu kontrolu nad sadržajem prilikom tumačenja akata, te da ostvare efikasniju agitaciju i mobilizaciju pristalica, tako i iz perspektive zastrašujućeg nadzora nad komunikacijom od strane vladinih agencija u cilju očuvanja postojećeg poretka.

## Bibliografija

### *Monografije i članci:*

- Abrahms, Max, „The political effectiveness of terrorism revisited“, *Comparative Political Studies*, Vol 45, Issue 3, 2012, pp. 366-393.
- Abrahms, Max, „Why Terrorism Does Not Work“, *International Security*, Volume 31, Issue 2, 2006, pp.42-78.
- Adamič, Louis, *Dinamit: povijest klasnog nasilja u Americi*, Binoza, Zagreb, 1933.
- Altiser, Luj, *Ideologija i državni ideološki aparati*, Karpos, Beograd, 2019.
- Atlagić, Siniša, „Politička propaganda: različita shvatanja pojma i funkcije“, *Politička revija*, god. X, vol. 30, br. 4, 2011, str. 491-510.
- Bart, Rolan, *Književnost, mitologija, semiologija*, Nolit, Beograd, 1971.
- Bolt, Neville, *The Violent Image: Insurgent Propaganda and the New Revolutionaries*, Columbia University Press, New York, 2012.
- Carter, April, „Anarchism and Violence“, *Nomos*, vol. 19, 1978, pp. 320-340.
- Crenshaw, Martha, „The Causes of Terrorism“, *Comparative Politics*, Vol. 13, No. 4, 1981. pp. 379-399.
- Crenshaw, Martha, „The Logic of Terrorism: Terrorist Behaviour as a Product of Strategic Choice“, in: Walter Reich (ed.), *Origins of terrorism: psychologies, ideologies, theologies, states of mind*, Woodrow Wilson International Center for Scholars, Washington, D.C., 1990, pp. 7-24.
- Cvetićanin, Nenad, „Šmitovo shvatanje države, društva i demokratije“, *Nova srpska politička misao*, vol XII, no.1-4, 2005, str. 51-85.
- Edelman, Murray, *Konstrukcija političkog spektakla*, Politička kultura, Zagreb, 2003.

- Ellul, Jacques, *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*, Vintage books, New York, 1965.
- Fleming, Marie, „Propaganda by the deed: Terrorism and Anarchist Theory in Late Nineteenth-Century Europe“, *Studies in Conflict & Terrorism*, vol. 4, no. 1, 1980, pp. 1-23.
- Graham, Robert (ed.), *Anarchism Volume One: A Documentary History of Libertarian Ideas*, Black Rose Books, Montreal, 2005.
- Gramši, Antonio, *Filozofija istorije i politike*, Slovo Ljubve, Beograd, 1980.
- Hofman, Brus, *Unutrašnji terorizam*, Narodna knjiga i Alfa, Beograd, 2000.
- Hol, Sjuart, *Mediji i moć*, Karpos, Beograd, 2013.
- Jazić, Aleksandar, „Teroristička propaganda i uloga medija“, *Međunarodni problemi*, Vol. LXII, br. 1, 2010, str. 113-135.
- Kegli, Čarls i Vitkof, Judžin, *Svetska politika*, Centar za studije Jugoistočne Evrope, Beograd, 2004.
- Kurtulus, Ersun, „Terrorism and fear: do terrorists really want to scare?“, *Critical Studies on Terrorism*, vol. 10, issue 3, 2017, pp. 501-522.
- Lia, Brynjar, „Jihadi Strategic Studies: The Alleged Al Qaida Policy Study Preceding the Madrid Bombings“, *Studies in Conflict and Terrorism*, vol. 27, issue 5, 2004, pp. 355-375.
- Lou, Erik, *Mediji i politički proces*, Fakultet političkih nauka, Beograd, 2013.
- McNair, Brian, *Uvod u političku komunikaciju*, Politička misao, Zagreb, 2003.
- O'Shaughnessy, Nicolas, „Weapons of Mass Seduction“, *Journal of Political Marketing*, Vol.3, Issue 4, 2004.
- Otović Višnjić, Filip, „Javna diplomatija ili politička propaganda prema inostranstvu: Gde je konceptualna razlika?“, *Godišnjak fakulteta političkih nauka*, godina XIII, Broj 21, 2019, str. 135-152.
- Pavlović, Vukašin, „Moć kao energija – integraciona teorija moći Bertranda Rasela“, *Politeia*, god. 1, br.2, dec., 2011, str. 235-249.
- Rapoport, David, „The four waves of modern terrorism“, in: Audrey Cronin & James Ludes (Eds.), *Attacking terrorism: Elements of a grand strategy*, Georgetown University Press, Washington, DC, 2004, pp. 46-73.
- Sedmaier, Alexander, „The Consuming Visions of Late Nineteenth - and Early Twentieth -century Anarchists: Actualising Political Violence Transnationally“, *European Review of History: Revue européenne d'histoire*, vol. 14, issue 3, 2007, pp. 283-300.

- Simon, Jeffrey, „Technological and Lone Operator Terrorism: Prospects for a Fifth Wave of Global Terrorism.”, in: Jean E. Rosenfeld (ed.), *Terrorism, Identity and Legitimacy*, Routledge, New York, 2011. pp. 44-65.
- Slavujević, Zoran, *Političko komuniciranje, politička propaganda, politički marketing*, Grafocard, Beograd, 2009.
- Whittaker, David, *The Terrorism Reader - Second Edition*, Routledge, London, 2003.
- Wilkinson, Paul, *Political terrorism*, Macmilan, London, 1974.
- Wilkinson, Paul, *Terorizam protiv demokracije*, Golden marketing, Zagreb, 2002.
- Williams, Raymond, „Basis and superstructure in Marxist Cultural Theory”, *New Left Review*, no. 82, 1973, pp. 3-16.
- Фуко, Мишел, *Археологија знања*, Плато, Београд, 1988.

***Internet izvori:***

- “Attorney General William P. Barr’s Statement on Riots and Domestic Terrorism”, The United States Department of Justice, 31 May 2020, <https://www.justice.gov/opa/pr/attorney-general-william-p-barrs-statement-riots-and-domestic-terrorism,01/06/2020>.
- Nečajev, Sergej, „Katehizam revolucionara”, 1871, <https://anarhisticka-biblioteka.net/library/sergej-necajev-katehizam-revolucionara,02/05/2020>.

*Filip OTOVIĆ VIŠNJIĆ*

**TERRORISM AS A TYPE OF POLITICAL COMMUNICATION:  
THE USE OF PROPAGANDA OF THE DEED IN HEGEMONIC STRUGGLES**

**Abstract:** The paper focuses on the communicological dimension of the terrorist act, starting from the position that the violence is used to convey various messages in a non-verbal way. Throughout the research into the propaganda of the deed, the technique on which communicational tactics of terrorists are mostly based, the author seeks to examine extensive ranges of communication strategies used by insurgent groups against dominant hegemony. By combining the elements of Jacques Ellul's theoretical conception of propaganda along with the cultural approach in the interpretation of mechanisms in which hegemony operates, the author refutes perspectives that deny rebellions' possibilities for efficient realization of their propaganda goals by using acts of violence. The author's conclusion is based on three arguments. Firstly, for modern propaganda, provoking the behavior of the audience (ortopraxie) is a more important goal than influencing its attitudes (orthodoxy). Secondly, it is possible to notice elements in the pre-propaganda field, which evade hegemonic control, due to the contradiction between ideological narratives and the real structure, and which insurgent propaganda may utilize. Lastly – by means of terrorist acts, their performers address different types of audiences with different goals simultaneously. The author concludes that the efficiency of propaganda can be manifested in two manners: in the short term – when an act of violence represents a direct “trigger” for the desired behavior of the audience; in the long term – by including the act and provoked behavior in the network of memories, which becomes an element of pre-propaganda that can be referred to in the future.

**Keywords:** terrorism, communication, propaganda, violence, propaganda of the deed, Jaques Ellul, agitation propaganda, integration propaganda, pre-propaganda, hegemony.