

# PSIHOLOŠKI RAT

Vera Ranogajec

UDK: 355:159.98

Studentski rad  
Primljeno: 10. 04. 2000.  
Prihvaćeno: 09. 05. 2000.

## Sažetak

*Rad se bavi tematikom psihološkog rata koji svoje korijene vuče od samih početaka ljudske zajednice, a posebnu važnost dobiva u novijoj povijesti te predstavlja jedan od najsnažnijih i najprisutnijih aspekata gotovo svakog ratnog djelovanja. Dat je prikaz različitih oblika psihološkog ratnog djelovanja s naglasakom na ratnu propagandu kao najčešće korišteno sredstvo psihološkog rata te mogućnosti obrane od takvih djelovanja, uz poseban osvrt na psihološki rat protiv Hrvatske u tijeku Domovinskog rata. Rad se osniva na kombiniranom prikazu nekoliko članaka i knjiga poznatih autora koji se bave navedenom tematikom.*

*Ključne riječi:* psihološki rat, specijalni rat, ratna i politička propaganda, psihološka obrana, psihološko oružje

## UVOD – OPĆENITO O PSIHOLOŠKOM RATU

*Vještina vladanja samo je onda savršena, kad ima za temelj vještinu uvjeravanja,* rekao je početkom 20.-og stoljeća Gustav Le Bon, oštrouman pisac, autor knjige *Psihologija masa*. To je rečenica koja ponajbolje opisuje važnost i značaj psihološkog oružja u društvenim previranjima današnjice.

Autorica je diplomirani ekonomist (smjer marketing, Ekonomski fakultet u Zagrebu) te apsolvant psihologije na Filozofskom fakultetu u Zagrebu. Rođena je 1975. godine u Budimpešti, školovala se u Zagrebu. Profesionalni interesi su joj usmjereni na područje industrijske psihologije, marketinga i propagande te psihologije potrošnje.

Ratovi su sastavni i, čini se, neizostavni dio i moderne povijesti. Gotovo da nema države koja, posredno ili neposredno, nije bila uključena u neki oblik ratnog događanja u proteklom stoljeću.

Osnovni sadržaj rata je oružana borba, ali ne i jedini, već se koriste i druge implicitne forme borbe: političke, društveno-ekonomske, psihološke, etičke itd., što u međusobnom preklapnju pridonosi sveobuhvatnosti oružanih sukoba.

**Psihološki rat** o kojem govorimo u ovom radu, oblik je specijalnog rata usmjerenog na postizanje psiholoških učinaka u vlastitu korist. Možemo ga definirati kao političku i vojnu strategiju kojom se nastoji raznovrsnim sredstvima i postupcima umanjiti snagu neprijatelja, smanjiti njegovu otpornost i spremnost na borbu, a ujedno povećati snagu u vlastitim redovima i pridobiti što brojnije saveznike (Radovančević, 1992.:40).

Bez obzira na sredstva djelovanja, u psihološkom ratovanju nastoje se proizvesti psihološki efekti (odatle i naziv psihološki rat), koriste se određeni psihološki mehanizmi i zakonitosti, a krajnja namjera je ostvarivanje ciljeva vlastite politike.

Za razliku od oružanog sukoba, psihološki rat može se voditi i u miru (npr. Hladni rat između SSSR-a i SAD-a), prikriveno, bilo kao stalno potkopavanje nekog društvenog sustava, bilo kao slabljenje obrane tog društva u pripremi za oružani napad na to društvo. U oružanom ratu, psihološki rat djeluje koordinirano s oružanim ratnim djelovanjima; razbuktavanjem oružanog sukoba, specijalni rat također dostiže svoju kulminaciju. Tako se sjedinjuje razorno djelovanje vojne tehnologije s velikim mogućnostima suvremene "tehnologije manipuliranja ljudima", odnosno s tehnikama specijalnog rata koje postižu željene psihološke učinke. Koji su to željeni psihološki učinci? Prije svega onaj tko vodi psihološki rat želi nametnuti svoj način viđenja, svoju ideologiju, politički sustav i svoju moć. Da bi to postigao, nastoji oslabiti i srušiti obranu napadnute strane potičući unutrašnje podjele, izazivajući nepovjerenje i sumnje u redovima obrane i ohrabrujući unutrašnje neprijatelje sustava koji napada da iniciraju strah, nesigurnost, dezorganizaciju. Služi se širenjem lažnih obećanja, iluzija, glasina itd.

**Cilj** psihološkog rata je, dakle, izmijeniti stavove, vrijednosti, mišljenja i ponašanje pripadnika napadnute strane u svoju korist, prisiliti ih na pokornost, upravljati njihovim ponašanjem a da često toga nisu svjesni. Takav cilj ostvaruje se različitim pritiscima i manipulacijama psihološkog rata, čime se nameće određeni sustav vrijednosti, ovisnosti i nadmoći (Komar, 1992.:61).

Psihološki rat nije usmjeren samo na protivnika; usmjeren je i na vlastitu javnost (npr. opravdavanje rata pred javnim mišljenjem) te na vlastite oružane snage (motiviranje, poticanje borbenog morala), zatim na zemlje saveznice i neutralne zemlje (ostvarivanje pozicije i podrške na međunarodnom planu), a djeluje i na pučanstvo privremeno okupiranih teritorija (smirivanje, pokoravanje i "preodgoj" pučanstva).

Otkad je ratova i vojski, postoje i elementi psihološkog ratovanja. Već kod primitivnih plemena, na primjer, ratničke boje imaju za cilj, s jedne strane, zastrašiti neprijatelja, a s druge, podići samouvjerenost i borbeni moral onog tko ih nosi. I novija povijest dakako ima mnoštvo primjera upotrebe elemenata psihološkog ratovanja. Tako su,

npr., Englezi u ratu za Falklandske otoke pažljivo dopustili da se sazna kako sa sobom dovode ekipu Gurka, od kojih svaki može onesposobiti barem pet-šest neprijateljskih vojnika u pojedinačnoj akciji zahvaljujući izuzetno vještom baratanju nožem. Englezi su zaista imali nekoliko Gurka koji su, međutim, radili na servisiranju strojeva i uopće nisu izravno sudjelovali u borbama. No ta vijest je sama po sebi bila dovoljna da kod argentinskih posada koje su još bile na otocima, izazove paničan strah od prerezanih grkljana, rasporeni trbuha, masakra kao takvog.

Cijeli je niz primjera ratne propagande, kao jednog od najčešće korištenih oblika psihološkog ratovanja, tokom povijesti. Cezar je, primjerice, nakon pobjede namjerno javno prikazivao ratni plijen i zarobljenike, strašeći tako buduće protivnike. Džingiskan je širio glasine o nepobjedivosti mongolskih hordi, a Temistoklo je ostavljao poruke uklesane na kamenu pored izvora, izazivajući podjele u redovima neprijatelja. Machiavelli se intenzivno bavio metodama razaranja morala protivnika, pa ga mnogi smatraju ocem teorije psihološkog rata. U Američkom ratu za neovinnost (1775.–1783.) masovno se koriste leci i pamfleti kojima se pripadnici kontrarevolucionarnih snaga pozivaju na dezertiranje. Napoleon je u ratne pohode vodio pisce, slikare, novinare i čitave tiskare. Na sve bi strane slao vješte pregovarače koji bi uvjeravali neprijatelja da prekine otpor i surađuje. U Drugom svjetskom ratu, ratna propaganda je također uzela maha. Vrlo jaku, agresivnu propagandu koristili su režimi u Njemačkoj, Italiji i Japanu. Jačali su fanatizam i fatalizam u vojsci i narodu, manipulirali masama, a Njemačka je Austriju i Čehoslovačku osvojila praktično bez ispaljenog metka zahvaljujući upravo takvim specijalnim aktivnostima. SSSR je pak angažirao ogroman broj propagandista – političkih radnika. Tiskani su vojni listovi na 50 jezika, a stotine pisaca, novinara i znanstvenika angažirani su isključivo za potrebe ratne propagande. Nakon Drugoga svjetskog rata, propaganda postaje iznimno snažno oružje Hladnog rata, jedno od najjačih sredstava borbe za prevlast u svijetu. Generalna skupština UN raspravljala je 3.11.1947. o projektu rezolucije usmjerene protiv svake propagande koja nastoji izazvati ili ohrabriti prijetnje miru, povredu mira ili bilo koji akt agresije. U rujnu 1959., na 48. konferenciji Interparlamentarne unije u Varšavi, usvojena je rezolucija koja osuđuje pokretače i vinovnike Hladnog rata i primjenjivane metode propagande (*Vojna enciklopedija*, 1965.).

Moderne svjetske vojske i u miru predviđaju u svom sastavu snage za psihološko propagandno djelovanje, a u tome prednjači SAD koji ima najveću i najsavršeniju organizaciju. U Njemačkoj, u mirnodopsko vrijeme, oko 3000 ljudi uključeno je u psihološko-propagandna djelovanja, dok ih, primjerice, Grčka i Turska imaju oko 300 (Komar i Sokolić, 1992.).

Iako duboko korijeni, psihološko je oružje ipak vrlo moderno oružje: oružje modernog vremena. Posjeduje neke vrlo bitne značajke koje ga razlikuju od svih ostalih oružja:

- psihološko oružje je oružje “duha”, djeluje izravno na psihu, a ne pogađa tijelo;
- psihološko oružje ima od svih oružja najveći doseg, ne poznaje ni granice ni frontove;
- psihološko oružje može djelovati bez odmora i njegova uporaba ne traži prekid;

- psihološko oružje ne ubija, ono uvjerava;
- psihološko oružje pridobiva neprijatelje i hrani moral vlastite zemlje i zato u isto vrijeme osvaja i brani;
- psihološko oružje služi i za hladni i za "vrući" rat, to je oružje za sva razdoblja;
- psihološko oružje djeluje u globalnom obliku te obuhvaća u svoj svojoj jakosti i neprijateljsko bojište i vlastito zaleđe u isto vrijeme (Villegas, 1970.).

Uspješnost psihološkog oružja bitno ovisi o njegovom utjecaju na javno mišljenje koje konačno oblikuje i nadahnjuje. Javno mišljenje je plod demokracije, ono vlada svijetom i upravlja politikom. Dok u demokratskim narodima stanja javnog mišljenja upravljaju politikom, dotle u totalitarnim državama, metodom nasilja vlast izaziva i proizvodi to mišljenje. Diktatura stvara nova stanja javnog mišljenja te ih bez oklijevanja na silu nameće.

Javno mišljenje je zaista oduvijek utjecalo na vladu države. Već je Seneka rekao: "Sve ovisi o javnom mišljenju", a Paskal je ovaj tvrdnji nadodao: "Javno mišljenje o svemu odlučuje, stvara ljepotu, pravdu i sreću, željkovani cilj svih nas. Snaga je kraljica svijeta, a ne javno mišljenje, međutim javno mišljenje podstiče ljude da se služe snagom" (Villegas, 1970.:20).

Najčešće korišteno sredstvo za oblikovanje javnog mišljenja jest propaganda.

## **RATNA PROPAGANDA**

Pod nazivom psihološki rat najčešće se misli na tzv. političku i ratnu propagandu, odnosno uporabu semiotičkih podražaja u određene svrhe, mada psihološki rat koristi i neka druga sredstva. Ratna propaganda posebna je vrsta djelovanja u ratu, može postići i više psiholoških učinaka od svih drugih oblika specijalnog ratovanja. Ona je organizirana aktivnost u širenju ideoloških, političkih, vjerskih, znanstvenih i drugih stavova, uvjerenja, činjenica i ideja, ili, rečeno psihološkim terminima, aktivnost širenja informacija radi stvaranja predispozicija za određeni način ponašanja; utjecaja na akcije ljudi određenim propagandnim informacijama i porukama (Komar i Sokolić, 1992.). Propagandu zanima kako promijeniti stavove ljudi u odnosu na neki cilj.

U propagandi je najvažnija poruka, no nije nevažno ni tko je izvor, koje su osobine poruke, a koje osobine primaoca te kojim se putem prenose propagandne poruke. Onaj tko provodi ratnu propagandu mora, prije svega, definirati na koga želi djelovati, što želi postići, a zatim mora proučiti ciljanu populaciju: njezine značajke, posebno njezine slabe točke kako bi djelovao upravo na njih – najveće frustracije, probleme, strahove, kulturne osobine, na što je osjetljiva i sl. Na osnovu tih spoznaja oblikuje se koncepcija propagande usmjerena prema toj populaciji – najprikladnije poruke, najprikladniji načini prezentacije, izvori poruke, kao i pravo vrijeme i mjesto prezentiranja

– ovisno o vojnoj i političkoj situaciji. Najlakše se djeluje na osobe koje su visoko komforne, autoritarne, emocionalno labilne, agresivne, rigidne te osobe smanjene emocionalne, socijalne i intelektualne zrelosti; pritom valja iskoristiti ono što im je zajedničko i pronaći njima trenutačno najvažnije motive (npr. strah od gladi, ekonomski prosperitet itd.).

Vrlo je bitan i izvor poruke jer ljudi više vjeruju u poruku iz, za njih, vjerodostojnog izvora. Naravno, najlakše je utjecati na osobe čiji se stavovi puno ne razlikuju od onih koji im se žele nametnuti.

Propagandna poruka mora biti dostupna, privlačna, razumljiva, zanimljiva i uvjerljiva. Ciljana osoba mora obratiti pažnju na poruku, shvatiti je, prepustiti joj se, zadržati ju (ne zaboraviti) i reagirati, tj. poruka mora utjecati na ponašanje (Komar i Sokolić, 1992.). Čovjekovu pažnju privlači intenzitet poruke, neobičnost, nedovršenost, pokretljivost (Zvonarević, 1981.). Nadalje, poruka se mora ponavljati, mora eliminirati alternativna rješenja, pojednostavljivati, nuditi što više obećanja, mora podržavati stavove masa, a ne izvora poruke; cilj i dubinski sadržaj poruke moraju biti prikriiveni što uvjerljivijim razlozima – riječi moraju činiti "čuda" baš u vrijeme najtežih trenutaka, kada ljudi "gube razum" (Komar i Sokolić, 1992.).

Propaganda koristi različite medije: od radija, televizije, novina i elektronske pošte, do glasina. Najčešće se koriste sljedeći prenositelji poruka:

1. radioemisije; radio je najbrži preijnosnik informacija;
2. TV emisije i filmovi; televizija je djelotvorno sredstvo, najviše zbog snažnog vizualno-emocionalnog djelovanja;
3. pisane poruke; leci, plakati, grafiti, tisak, karikature;
4. propagandni timovi; pripremljene grupe ljudi koji osobno na terenu uvjeravaju ljude, djeluju na njihove stavove i uvjerenja;
5. zvučna psihološko-propagandna sredstva;
6. glasine; vrlo često korišteno i opasno oružje ratne propagande.

Ovisno o prilikama i potrebama često se koriste i druge metode kao što su, primjerice, "ispovijesti" zarobljenika, pozivi na predaju koje vojnicima upućuju njihova djeca ili rodbina i sl.

Vrlo često sredstvo korišteno za slabljenje borbenog morala vojnih jedinica i civilnog stanovništva napadnute strane jesu glasine. Ima različitih vrsta glasina. Mogu biti spontane, ali najčešće su one koje su namjerno ubačene i koje se kumulativno nakupljaju, kako bi kod ljudi stvorile nesigurnost, revolt, strah i paniku. Glasine su u velikom broju bile prisutne i u ovom sad ratu protiv Hrvatske, te su, čini se, imale vrlo mnogo kratkoročnih uspjeha. Kao primjer možemo navesti glasinu iz 1992. godine da će na mostu između Slavanskog i Bosanskog Broda biti pušteno iz zarobljeništva Jugoslavenske armije oko dvije tisuće ljudi. Vijest je bila potpuno netočna i uložen je veliki napor kako bi se odgovorilo od polaska nekoliko tisuća rođaka i prijatelja, koji su se,

s najmanje stotoinjak autobusa, spremali na odlazak da prihvate svoje sinove, očeve, muževe, braću. Razočaranje izazvano neposrednom spoznajom da nema njihovih dragih mogla se, a vjerojatno bi se i okrenula, prema vlastitoj strani.

U ratu protiv Hrvatske jedan od propagandnih ciljeva bio je svjetskom i političkom javnom mnijenju prikazati Hrvate kao ustašoidan i genocidan narod. No stručnjaci upozoravaju kako propaganda koja počiva na lažnim, izmišljenim ili podacima koji se ne mogu dokazati, može postići svoj konačni cilj samo ako je praćena uspjesima u političkim i/ili ratnim osvajanjima. Inače se efekt dokazivanja pomoću neosnovanih tvrdnji smanjuje i potpuno nestaje, što se i desilo fašističkoj propagandi za vrijeme Drugoga svjetskog rata, a što se dogodilo i ratnoj propagandi protiv Hrvatske.

U propagandi, osobito ratnoj, djeluje se na kognitivnu i emocionalnu sferu čovjekovu. Najviše se pri tom želi utjecati na emocije jer se na njih djeluje najlakše. Gustav Le Bon je rekao: "Kad se srce pridobije, onda je lagano gospodariti voljom", pa se izazivaju strah, bijes, tjeskoba, nostalgija ili suprotne emocije – patriotizam, identifikacija, emocionalno rasterećenje, lociranje krivca i drugo. Pritom se koriste emocijama zasićene riječi, parole i simboli. Pri djelovanju na kognitivnu sferu upotrebljavaju se činjenice (bijela propaganda), poluistine (siva propaganda) te razne izmišljotine (crna propaganda koja ne bira sredstva).

Aktivna i jaka ratna propaganda svojstvena je posebice državama s ekspanzionističkim pretenzijama, te onima koje na međunarodnu politiku gledaju s pozicija sile. Tu se ističu diktatori i izrazito nedemokratski sustavi. Novovjeki diktatori, čini se, vrlo dobro ovladavaju umijećem manipuliranja masama. Zlorabe spoznaju da je percipirana vanjska opasnost (pa makar i izmišljena) najpogodnija za uspostavu moći i utjecaja, pa "neprijatelj" postaje koheziona snaga. Govore masama ono što masa očekuje ili priželjkuje, podilaze joj obećanjima i lažima tako konstruiranim da nitko u njih ne bi posumnjao. Stvaraju lik okružen jakim emocionalnim nabojem, osvajaju vlast i grade čvrstu propagandnu mašineriju. Ista je priča s Hitlerom i Mussolinijem, a nešto slično dogodilo se prije nekoliko godina i u Srbiji: postupno se stvarao oligarhijsko-diktatorski represivni sustav, uz jaku propagandu, ali i velike unutrašnje proturječnosti, što je sve rezultiralo –ratom.

## **DRUGA SREDSTVA PSIHOLOŠKOG RATA**

U specijalnom ratu koriste se raznolika djeovanja od suptilnog do nasilnoga: ekonomska borba, politička borba, ideološki, društveni i kulturni pritisak, obavještajni i kontraobavještajni rad, provokacije, inscenacije, štrajkovi, sabotaže, pasivni otpor, atentati, prijetnje terorizmom te psihološko- propagandne aktivnosti. Sve ove djelatnosti imaju psihološke učinke.

Možemo reći da postoje dva tipa tih "drugih" sredstava psihološkog rata. Jedan tip sličan je propagandi jer se, također, služi semiotičkim podražajima. Cilj korištenja

znakova je dezinformacija protivnika kako bi ga se navelo da donese pogrešnu odluku ili procjenu. Primjer su lažne, polulažne ili iskrivljene poruke za koje se zna da će ih neprijatelj dobiti. Tu spadaju i različita maskiranja, prikazivanje situacije tako da ju protivnik pogrešno percipira: lažni pokreti postrojbi kombinirani katkad sa stvarnim pokretima i tome slično. Najčešće korišteni znakovi su, dakako, riječi i slike, odnosno verbalni i grafički materijal. Primjer koji želimo navesti je upotreba sintagme "palestinska država". Koristio ju je oko 1964. godine PLO, mada taj naziv službeno nije postojao, a označavao je nežidovsku, tj. neizraelsku zemlju. Važno je bilo pustiti je u optičaj; prvo su je počeli koristiti novinari, pa zatim javno mnijenje, a na kraju i političari. Cilj je bio proširenje i prepoznavanje tog naziva među ljudima kako bi se stvorila predodžba o stvarnom postojanju palestinske zemlje. Kada je predodžba jednom stvorena, onda je daleko lakše oblikovati njezin sadržaj. Sličan primjer iz naše povijesti jest upotreba naziva "SAO Krajina"; uporno se koristio kao nešto što postoji u zemljopisnom, političkom i pravnom smislu. Međutim, nedovoljno promišljena ili neoprezna uporaba poruka koje nose verbalni sadržaj može se, na kraju, negativno, vratiti samom inicijatoru. Slike su još snažniji prenositelj poruke (često se kaže kako jedna slika govori kao tisuću riječi). To posebno vrijedi za slike masakriranih ljudi, ubijene djece, razrušenih i spaljenih naselja i slično. Međutim i ovdje postoje znatna ograničenja. Naime, ljudi sve manje vjeruju slikama znajući da ih je vrlo lako montirati. Drastične slike mogu izazvati i obrnuti efekt – neki ljudi odbijaju gledati stravične prizore jer bi mogli uzdrmati njihov ustaljeni duševni mir i izazvati strah; rezultat je izbjegavanje susreta s takvim slikama. Moguć je i suprotan učinak – ljudi se naviknu na gledanje i najgorih prizora i postaju ravnodušnima. Moguće je da su upravo zbog ovakvih razloga slike o strahotama rata (u Hrvatskoj), koje smo na početku rata masovno slali u inozemstvo, imale znatno manji učinak nego što smo željeli i očekivali.

Drugi tip sredstava psihološkog rata su izravne aktivnosti kao što su ubojstva, bombardiranja, ranjavanja, sakaćenja, masakriranja. Svrha je izazvati, u ciljanoj populaciji, takvo ponašanje koje odgovara agresoru. Moguć raspon i varijabilitet takvih sredstava je neizmjeran: od pucanja nasumice po civilima (sjetimo se samo snajperista koji su unosili paniku među naše građane za vrijeme rata), atentata, korištenja ostavljenih eksploziva, do masakriranja ljudi i životinja, te uništavanja materijalne imovine, kulturalnih i religijskih obilježja. Takvim se aktivnostima izaziva strah i bespomoćnost, a na ustrašene i bespomoćne ljude se lakše djeluje (individualno i grupno) i lakše se potiču željena ponašanja.

Bespomoćnost se može inducirati na različite načine, a proveden je i niz eksperimenata na tom području. Eksperimenti su rađeni na majmunima i pokazali su da se može govoriti o urođenom ili biološkom strahu od dekapitiranih majmunskih tjelesa. Drugi tip pokusa vršen je na štakorima koji su do iznemoglosti plivali u turbuliranoj vodi; mogli su plivati i do šezdeset sati bez prekida. Kada su im, međutim, odrezani brkovi, koji za njih iz nepoznatih razloga predstavljaju dio identiteta, plivali su znatno kraće, u prosjeku samo nekoliko sati. Da brkovi štakorima nisu nužni za neposredno snalaženje u okolini, barem ne toliko koliko to oni "smatraju", pokazuje činjenica da laboratorijski štakori odrezanih brkova mogu plivati duže nego "prirodni" štakori iz

kanalizacije. Ali čak i ovi štakori mogli su plivati duže ukoliko su neko vrijeme živjeli bez brkova i navikli se na tu novu situaciju. Obdukcija je pokazala da nisu umrli od utapljanja, već im je jednostavno prestalo raditi srce od šoka zbog izgubljenih ili skraćanih brkova. Na taj način inducirana bespomoćnost kasnije je potvrđena u mnogim eksperimentima i danas predstavlja poznati fenomen (Krizmanić, 1993.). Kod ljudi se o namjernom izazivanju bespomoćnosti najviše zna, iako uglavnom neizravno, iz Staljinovih čistki i zatvora. Do djelotvornog korištenja ovih psiholoških mehanizama došlo se, vjerojatno, iskustveno. Kod čovjeka se osjećaj bespomoćnosti ne izaziva samo (ili se puno teže izaziva) tjelesnim inzultom, ali se lako postigne uništavanjem svega onog što prema osobnoj percepciji pojedinca predstavlja njegov identitet. Prvi pravi psihološki obrađeni podaci potječu iz Korejskog rata u kojem su Koreanci i Kinezi od zarobljenih Amerikanaca tražili da u malim grupama govore što više o sebi, kako bi o svakom pojedincu što više saznali, a onda su kod njih na različite načine, ovisno o pojedincu, izazivali osjećaj bespomoćnosti, te ih na kraju tako "obrađili" da su bili prokoreanski ili prokineski orijentirani, pa su čak i provodili prokoreansku propagandu u Americi. Učinak postupaka za izazivanje osjećaja bespomoćnosti značajno se ubrzava i pojačava iznurivanjem ljudi nesanicom, socijalnom izolacijom i sl. Učinak nije trajan, tijekom godina slabi ali ostavlja trag na ljudima koji su ga proživjeli.

## **OBRANA OD DJELOVANJA PSIHOLOŠKOG RATA**

Obrana od djelovanja psihološkog rata sustav je podizanja "psihološke otpornosti" svih građana, a posebno jače ugroženih socijalnih skupina. Tome pripomaže razvoj demokratskog, zdravog i slobodnog društva koje omogućava razvoj stabilnih, otpornih, kritičkih i psihološki zrelih ličnosti, čime se onemogućava indoktrinacija kao i specijalna djelovanja neke druge zemlje.

Jedan od preduvjeta psihološke obrane je kvalitetno informiranje – ispunjenost informacijskog prostora stalnim, opsežnim, istinitim, pravodobnim, nedvosmislenim i provjerljivim informacijama. Nedostatak informacija o nekom događaju ili objektu izaziva, pogotovo ako se događaj ili objekt percipira kao opasan ili koristan, osjećaj neizvjesnosti i spontano potiče pojedinca da neizvjesnu situaciju strukturira i u nju unese red. On će, uz vlastito iskustvo, koristiti sve informacije koje mu se učine relevantnim te će nastojati doći do objašnjenja i po cijenu krivog zaključka. U psihološkom ratu ovakve se situacije koriste za plasiranje smišljenih dezinformacija – glasina. Upravo je zato iznimno opasno ostavljati ljude u informacijski nejasnom, "praznom" prostoru. Ispunjavanje tog prostora stalnim, istinitim i provjerljivim informacijama koje bez zadržke i brzo stižu do svakog čovjeka, otklanja mnoge opasnosti i postaje štit od informacijske manipulacije.

Drugi bitan element psihološke obrane je kohezivnost i optimizam stanovništva napadnute zemlje. Cilj agresivnog psihološkog rata upravo je razjedinjavanje stanov-



ništva i izazivanje osjećaja bespomoćnosti, besmisla i malodušnosti. Kohezivnost neke grupe snažna je brana vanjskim utjecajima, a iskustva govore da je jedinstvo na najširem planu snažan element onemogućavanja psiholoških pritisaka neprijatelja. Za koheziju i optimizam značajan je efekt djelovanja masovnih medija: mogu u velikoj mjeri utjecati na stvaranje dobrog ugođaja, ali mogu imati i negativan podsticaj ako šire naivni, lažni optimizam, ako se pasivno postavljaju prema obrani, ako nepotrebno opetovano, osobito u početku rata, prikazuju drastična ljudska stradanja, ako nekritično pridaju važnost neprijateljskim uspjesima. Naravno da se ovome, kao odgovarajuća protuteža, ne postavlja nekritično komentiranje činjenica i stvaranje lažnog optimizma, što može dovesti upravo do kontraefekta, već je poželjna samo odmjerjenost u prezentaciji činjenica i realni optimizam.

Moramo napomenuti da je atmosfera u pozadini vrlo bitna za atmosferu na frontu. Aktivno moralno podržavanje ratnih napora pozadine ohrabrujuće djeluje na raspoloženje boraca i njihov borbeni moral. I stav obitelji značajno utječe na psihičko stanje boraca; tako reakcije i ponašanja djece, na primjer, ponos na očeve i divljenje, često imaju pozitivan utjecaj. Atmosfera pozadine mora biti podržavajuća i optimistična. Osim izravnog sudjelovanja, uključuje i aktivne gospodarstvene, kulturne, zabavne i društvene djelatnosti.

Psihološko savjetovanje namijenjeno širokoj populaciji, vid je obrane od psihološke manipulacije neprijatelja. To je, u osnovi, edukacija najširih slojeva društva putem sredstava javnog komuniciranja (TV, radio, tisak, izdavačka djelatnost, predavanja i tribine) kako bi ih se upoznalo s problemima sa kojima bi se mogli suočiti, ali i s načinima na koje bi ih mogli svladati. Upravo zato što je jedan od osnovnih uvjeta uspjeha psihološko-propagandne agresije taj da žrtve nisu svjesne njenog djelovanja, nužno je upoznati javnost s karakteristikama neprijateljskog psihološkog rata i ključevima koje želi postići. To uključuje informiranje i analizu svih konkretnih akcija neprijatelja, te podučavanje kako se svim tim psihološkim napadima oduprijeti, kako onemogućiti manipulacije našim mišljenjem, emocijama i ponašanjem, odnosno kako si pomoći u uspostavljanju ili održavanju psihološke stabilnosti, kako kontrolirati vlastite emocije da ne dovedu do blokade ponašanja; kako se suočavati sa stresom i smanjiti njegove negativne efekte; kako prepoznati dezinformacije i ne postati njihovim prenositeljem; kako se suočiti s gubicima i s boli; kako se suočavati s opasnošću; kako pozitivno djelovati u vlastitoj okolini, te kako, usprkos stradanjima, zadržati dobro raspoloženje i optimističnost.

Vojne postrojbe i njihovi zapovjednici, kao i jedinice MUP-a, zahtijevaju posebnu psihološku pripremu koja se ostvaruje redovitim programom edukacije i pripremom za operativne postupke. U Hrvatskoj vojsci, uz izuzetno začajnu potrebu informiranja ljudstva, nužno je raditi i na izgradnji borbenog morala kao sastavnog dijela obrane od specijalnog rata. Treba stvarati osjećaj uzajamne solidarnosti i povjerenja, upućivati na moguća i postojeća neprijateljska propagandna djelovanja i izravno im se suprotstavljati, razvijati "refleks prepoznavanja" djelovanja neprijateljske propagande, što uključuje osnovnu poduku o prirodi psihološkog rata, te razvijati rad samozaštitnih grupa unutar postrojbi, a u krajnjoj liniji ljude valja uputiti i u načela psihološke samopomoći.

Postoje i specifične socijalne kategorije koje su obično posebno ranjive na psihološki rat i s kojima treba raditi na psihološkoj pomoći; to su, na primjer, školska djeca, nastavno osoblje, samozaštitne grupe, medicinske ekipe na terenu, starije osobe, invalidi i slično.

U slučaju operativno-radnih grupa izuzetno je važno poštivanje načela dobre organiziranosti i izbor odgovarajuće osobe za vođu. Već smo ranije spomenuli da je za otpornost pojedinca na psihološke pritiske važna kohezivnost grupe kojoj pripada, a u situacijama ugroženosti za ponašanje članova vrlo je važno i ponašanje te emocionalna stabilnost vođe.

Nužna komponenta obrane neke zemlje od psihološkog rat je i aktivna psihološka obrana, to jest "obrambeni psihološki rat i ratna kontrapropaganda" što je posao posebnih stručnih tijela i organa.

## **PSIHOLOŠKI RAT PROTIV HRVATSKE**

Kakav se psihološki rat vodio u Domovinskom obrambenom ratu? Počelo je iniciranjem straha kod srpskog naroda u Hrvatskoj koji je postepeno konvertirao u mržnju i agresivno ponašanje. Širena je propaganda o negativnim povijesnim karakteristikama hrvatskog naroda i o njegovoj fašistoidnoj usmjerenosti (u prošlosti i budućnosti), te se pokušavalo destabilizirati Hrvatsku na političkom, društvenom i ekonomskom planu. Ova faza je dakako ostavila traga i bila dobra priprema za sljedeću, završnu fazu koja je koristila, uglavnom, kombinaciju ratovanja niskog intenziteta (vjerojatno je procijenjeno da bi veći intenzitet izazvao neposrednije negativne međunarodne reakcije) s psihološkim ratom. Psihološki rat je, mogli bismo reći, bio primaran, a sva ostala sredstva, pa i stvarno borbeno djelovanje, bili su u njegovoj funkciji. To potkrepljuje činjenica da su četnički ciljevi bili uglavnom vrtići, škole, bolnice, crkve, kulturni spomenici te civili općenito. Prisjetimo se samo bombardiranja Dubrovnika i razaranja njegovih kulturnih spomenika, napada na vukovarsku bolnicu, uništavanja crkava i svetišta diljem Slavonije itd. Ne treba zaboraviti niti druge različite oblike psihološkog rata protiv Hrvatske: ekonomska borba - otimanje hrvatskih (i slovenskih) poduzeća, posebni porezi na robu iz Hrvatske (i Slovenije), namjerno uništavanje industrije; politička borba – umjetno stvaranje političkog nezadovoljstva masa (posebice kod Srba u Hrvatskoj), osnivanje nekih političkih stranaka koje su Hrvatskoj podmetnute kao "kukavičja jaja" jer je njihovo djelovanje dirigirano od strane agresora; ideološki, društveni i kulturni pritisak, osporavanje povijesnih i kulturnih činjenica o Hrvatskoj, isključivanje kulturnih, znanstvenih, sportskih, umjetničkih i drugih hrvatskih društava iz saveznih udruženja, Memorandum SANU-a, obavještajni i kontraobavještajni rad, ubačeni ljudi, izdajstva, špijunaže, sabotaže, štrajkovi, atentati (pokušaj atentata na predsjednika Tuđmana na predizbornoj kampanji u Benkovcu), terorizam (počelo je u Kninu), eksplozivne naprave, psihološko-propagandna djelovanja itd. Drugim riječi-

ma, protiv Hrvatske se vodio dugotrajan, višegodišnji psihološki rat, čiji je vrhunac bio oružani sukob.

Čini se da do sada nigdje nisu korišteni psihološki mehanizmi psihološkog rata na taj način i u toj mjeri kao u ratu protiv Hrvatske i Bosne i Hercegovine.

U ratu protiv Hrvatske, na kolektivnoj se razini pokušavao kod ljudi izazvati osjećaj straha i bespomoćnosti koji se lako postižu uništavanjem svega onoga što predstavlja identitet čovjeka. Lako je utvrditi da svakom u Slavoniji, primjerice, njegov identitet čine njegova njiva, kuća, religija, društvena i kulturna tradicija i običaji uz koje je odrastao. Kada se to uništi ili oduzme, te se pojedinca još dovede i u stanje paničnog straha zbog ugrožavanja vlastita života i života njegovih najbližih, ne govoreći uopće o djelovanju prizora masakriranih ljudi i spaljenih naselja, onda gotovo da nema čovjeka koji se ne bi osjećao bespomoćnim. U takvom stanju ljudi su spremni učiniti mnogo toga što je prije bilo sasvim izvan njihovih referentnih okvira i u takvim situacijama se lako induciraju druge vrijednosti, i ponašanja poželjna za inicijatora. Ta specifična stanja, iako nisu trajna, jedno određeno vrijeme djeluju te se ovim stanjima ili njihovim posljedicama barem djelomično mogu tumačiti mnoga asocijalna ponašanja koja su ispoljavali prognanici u domovima svojih domaćina.

## ZAKLJUČAK

Koliko god psihološke akcije mogu određeno vrijeme biti učinkovite i zastrašujuće, valja napomenuti da propaganda i psihološki rat nisu svemoćni i da sadrže niz ograničenja. Prije svega ako nema stvarnih ratnih uspjeha, ni propaganda nema uspjeha. Istraživanja također pokazuju da su propagandne akcije djelotvorne ako su više-manje usklađene s već postojećim socijalnim tendencijama, u suprotnom uspjeh izostaje.

Poznavanje osnovnih ciljeva, sredstava i tehnika psihološkog rata, kao što smo već ranije napomenuli, može pomoći da ne podlegnemo takvim djelovanjima, da se lakše i brže oslobodimo nekih učinaka koji su takvim ratom izazvani te da i sami ne postanemo aktivni sudionici širenja glasina ili prepričavanja neprovjernih događaja.

Ni propaganda, niti psihološki rat ne mogu se proglasiti kao nešto što je *a priori* negativno, koriste ga obje sukobljene strane kao sredstvo slabljenja neprijatelja i pomaganja sebi u obrani odnosno okretanju ratne sreće na vlastitu stranu. I sama svrha psihološkog rata je da se protivnička propaganda i sredstva psihološkog rata deevaluiraju u očima vlastitog i neprijateljevog stanovništva i vojske.

Najjači argument ratne propagande nije njezina jačina i količina, već kvaliteta ideje i istine koje se propagandom prenose i podržavaju. Itekako je, dakle, važno koja strana vodi napadački i osvajački, a koja pravedni, obrambeni rat.

## **Literatura**

- \*\*\*\* (1965.): *Vojna enciklopedija*. Beograd: Izdanje redakcije Vojne enciklopedije.
- Kolesarić, Vladimir (1993.) "Psihološki rat". U: Krizmanić, M. (ur.): *Ublažavanje i uklanjanje psiholoških posljedica rata*. Zagreb: Odsjek za psihologiju, Filozofski fakultet. Str. 4-8
- Komar, Miroslav (1992.) "Psihološki učinci specijalnog rata". U: Kolesarić, V. (ur.): *Poglavlja iz vojne psihologije*. Zagreb: Ministarstvo obrane Republike Hrvatske. Str. 61-68.
- Komar, Miroslav i Sokolić, Krešimir (1992.) "Psihološki rat". U: Klein, E. (ur.): *Ratna psihologija i psihijatrija*. Zagreb: Glavni sanitetski stožer Republike Hrvatske. Str. 199-212.
- Radovančević, Ljubomir (1992.) "Psihološki rat" *Socijalna psihijatrija* 20: 39-48
- Villegas, Diaz (1970.) *Psihološki rat*. Madrid.
- Zvonarević, Miroslav (1981.) *Socijalna psihologija*. Zagreb: Školska knjiga.

# PSYCHOLOGICAL WAR

**Vera Ranogajec**

## *Summary*

*This paper deals with psychological war, which has its roots in the beginning of human society, and it especially gains importance in recent history and it represents one of the most powerful and most present aspects of almost any kind of war activities. The author shows different aspects of psychological war activities, emphasizing war propaganda as the most frequently used mean of Psychological war and presents the possibilities of defence from such activities, with special reference to psychological war against Croatia during Croatian War of Independence. The paper is based upon combined analysis of several articles and books by recognized authors who deal with the subject.*

*Key words:* psychological war, special war, war and political propaganda, psychological defence, psychological weapons