**МОЋ ГЛАСИНА И ДЕЗИНФОРМАЦИЈА У КРЕИРАЊУ МОРАЛНЕ ПАНИКЕ НА ДРУШТВЕНИМ МРЕЖАМА[[1]](#footnote-1)\***

**Зоран Б. Јевтовић**

Универзитет у Нишу, Филозофски факултет

zoran.jevtovic@filfak.ni.ac.rs

**Зоран Арацки**

Универзитет у Нишу, Филозофски факултет

zoran.aracki@filfak.ni.ac.rs

**Сажетак:** *У добу интернета и дигиталних платформи расте број медијских манипулација, које у кризним и конфликтним ситуацијама спинованим значењима, пропагандном убедљивошћу и симулираном аргументацијом освајају пажњу јавности. Спирала значења осцилира у зависности од тога да ли информације дистрибуирају медији под надзором власти или то чине њени опоненти, што као резултат производи увеличавање не само догађаја које описују, већ и претњи по читаво друштво. Снага гласина и дезинформација расте са недостатком или прећуткивањем правих информација, морална паника подстиче страх, незадовољство и неповерење унутар заједнице, док се одређена ситуација, догађај, појединац или група именују као претња друштвеним вредностима и интересима. Између неодређеног, краткотрајног збивања и симболичког означавања развија се сугестиван и уверљив наратив, које развејан лајковима, шеровима, блоговима, твитовима и сличним конекцијама добија ореол истинитости. Привид и стварност се мешају, факти и пројекције, чињенице и њихове интерпретације такође, док се друштво које подцењује њихову моћ центрифугалним силама постепено дезинтегрише и разара.*

*Дезинформације, румори, фаме, спинови и полуистине брзином појављивања на друштвеним мрежама брзо избијају у први план, док наиван и дигитално необразован аудиторијум засићен апологетским извештајима традиционалних медија скоро и да не уочава како је ухваћен у мрежу лажних значења. Снага оваквих порука није у њиховој објективности, већ у веровању да је њихов садржај истинит: неке чињенице су тачне, али је кључни податак лажан, обрађен тако да кључањем емоција изазове неповерење јавног мнења. Забраном емитовања гласина и дезинформација њихова популарност се повећава што води опасности даљег ширења. Једини одговор је транспарентан и слободан приступ свим информацијама, посебно оним које су теме симболичких диверзија!*

**Кључне речи***: интернет, конфликти и кризе, гласине, дезинформације, морална паника, цивилно друштво.*

**Увод**

Свет пре интернета и након њега није исти, али се свест о дубини и значају промена у свим сферама човековог окружења споро мења. Социодемографске, економске, културне, религијске, безбедносне, комуниколошке и политичке промене већ су довеле до драматичних друштвених преображаја у државама широм света. Битно је трансформисан оквир јавне комуникације у којој су друштвене мреже и дигиталне платформе прошириле симболичко поље, тако да се број учесника у комуникационом ланцу увећао збуњујућом брзином. Обичан човек добио је могућност да сâм ствара поруке, да их дистрибуира другима, али и да конкурише професионалним ствараоцима јавног мњења, индиректно учествујући у обликовању слика о стварности. Поплава информација које су прекриле просторе националних држава умрежиле су „глобално село”, попримајући карактер фаталног значаја по судбину човека и друштва, мењајући „не само животне навике него и обрасце мишљења и вредновања” (Маклуан 1971, 104). Богатсво информационе понуде учинило је да огромна већина корисника интернета остане у плићаку, неспособна да когнитивно разликује чињенице и интерпретације, истину и манипулацију, гласину и дезинформацију. Наш ум тако је постао најважнији медиј (Lovink 2010, 2), јер прелиставањем и отварањем бројних линкова, веб-страница и сајтова човек обликује структуру и смер сопственог мишљења. Мења се перцепција читања, концентрације и контемплације информација, расте глад за тренутном доступношћу и брзином протока и достављања података, чиме и културолошко-комуникацијска парадигма добија нови оквир.

Употреба мрежних технологија револуционарно је преобликовала свет чињеницом да су се скоро све области нашег живота преселиле у сајбер зону: економија, маркетинг, политика, пропаганда, образовање, слободно време, породица, професија, религија, финансијске трансакције, криминал, тероризам, порнографија, екстремизам и још пуно тога. Интернет отуда није само информациона платформа или обичан канал комуникације – он је средиште друштвених комуникација, а интегрисан са класичним медијима и снажан инструмент дистрибуције (не)контролисаних идеја, мишљења, информација, дезинформација, порука, гласина и сличних садржаја који у реалном времену могу да створе кризу односа у сваком друштву. Некадашњи друштвени аутсајдери, мало познати опозициони покрети или грађанске организације које немају приступ субјектима доношења битних одлука дигиталним медијима су добили могућност да себе учине видљивим или да заштићени ауром анонимности подривају владајући поредак.

Медији у ударним садржајима представљају само неке делове стварности, при чему их битно наглашавају, док друге прећуткују или овлаж помињу. Бавећи се анализом садржаја медијских порука уочили смо како су неке кризе и конфликти доминантни у јавном простору, док се животне драме о којима нема медијског извештавања одвијају у тишини.[[2]](#footnote-2) Конзумирање медијских понуда више није помоћна активност којом попуњавамо слободно време, већ друштвено искуство које подразумева емоционално и комуникационо ангажовање. Монопол класичних медија заувек је уништен: могућност партиципације сваког појединца, једноставан приступ и глобална доступност интернету и социјалним мрежама дали су свима у друштву шансу да истовремено примају и дају информације. Моноцентризам државних медија тако је замењен проточним системом персоналних медија који агрегирају и укључују велики број малих учесника у комуникацијским разменама садржаја.

Ово је посебно важно у ванредним и кризним ситуацијама када се животно окружење усложњава, а ситуација постаје неизвесна. Штрајкови незадовољних радника, сукоби острашћених навијача, политички немири, студентски протести, грађански изгреди... обично почињу малим инцидентима, али ширењем и придобијањем комуникационе пажње подстичу настанак моралне панике која дозираним информацијама добија енергију коју ће друштвене мреже даље развејати на све стране.[[3]](#footnote-3) За разлику од времена класичних медија када су штампа, радио и телевизија били под надзором државе или политичких елита појавом интернета и сличних дигиталних платформи настаје могућност већег и либералнијег учешћа обичних људи у јавним комуникацијама. Отуда теоретичари истичу да су се “медији у међувремену у великој мери одвојили од друштвених и политичких институција, и неретко функционишу као политички актери” (Sarcineli 2011, 165). То значи да селекцију дешавања у свакодневном животу и даље врше медији, али и да разликовање криза и обичних догађаја и даље врше носиоци друштвене моћи. Да би добили статусни легитимитет они се морају наметнути као контролори или креатори информацијских токова, суочавајући се са истином да у јавном простору шуме и другачији гласови.

**1. Морална паника и друштвене мреже**

**1.1. Нормативни оквир функционисања у ванредним ситуацијама**

Са интернетом и дигиталним платформама безбедносна комуникација добила је на важности, јер решавање ризичних и кризних ситуација постаје интегрални део безбедносне политике. У ауторитарним и тоталитарним државама овакве ситуације се разрешавају одлукама једног човека, владе или службе, док у либералном и демократском друштву тако нешто није ни замисливо. Још 2009. године у нашој земљи је дошло до круцијалних промена у систему заштите, спасавања и управљања у случају криза и катастрофа. Уочавајући важност успостављања интегрисаног система у ванредним ситуацијама Влада Републике Србије 5. марта усвојила је нормативни оквир, укључујући и одговарајућу систематизацију радних места, тако да је Сектор за заштиту и спасавање Министарства унутрашњих послова реорганизован у Сектор за ванредне ситуације. Због различитих интерпретација значења појма ванредна ситуација, она је дефинисана чланом 8. тачка 1. као „стање када су ризици и претње или последице катастрофа, ванредних догађаја и других опасности по становништво, животну средину и материјална добра таквог обима и интензитета да њихов настанак или последице није могуће спречити или отклонити редовним деловањем надлежних органа и служби, због чега је за њихово ублажавање и отклањање неопходно употребити посебне мере, снаге и средства, уз појачани режим рада”. Ванредна ситуација, дакле, има изглед (1) високог ризика и претње од могућег угрожавања становништва, животне средине и материјалних добара и/или (2) последица које су већ наступиле. У оба случаја, за њен појам је битна одредница квантитативне природе: обим и интензитет опасности којима она прети или их изазива таквог су карактера да их није могуће спречити или отклонити редовним деловањем надлежних органа и служби, већ је неопходно да се употребе посебне мере, снаге и средства. Те посебне мере, снаге и средства су ванредног карактера и управо њихова употреба, уз изненадност догађаја, ту ситуацију и квалификују као „ванредну” (Милашиновић, Кешетовић 2011, 72). [[4]](#footnote-4)

Годину дана раније формирана су четири специјалистичка тима за брзи одговор у случају поплава и спасавање из воде у чијем су саставу припадници Сектора и Жандармерије (ронилаца). Ови тимови су обучавани са експертима Министарства за ванредне ситуације Руске Федерације (ЕМЕРЦОМ) и експертима француског Министарства унутрашњих послова (њихове Управе за цивилну заштиту), па се претпостављало да располажемо квалитетним специјалистичким тимовима за брзи одговор и спасавање у случају поплава, земљотреса, клизишта, терористичких напада и осталих кризних ситуација. Коначно, доношењем Закона о ванредним ситуацијама (29. децембра 2009. године) и објављивањем у Службеном гласнику Републике Србије бр. 111/09 комплетиран је регулативни оквир за нови систем управљања ванредним ситуацијама. Правници су са задовољством констатовали како су „конкурентна надлежност Министарства унутрашњих послова и Министарства одбране (са посебним управама за ванредне ситуације), нејасни и нефункционални односи између државних органа и органа територијалних јединица који су били створени на основу застарелих и праксом превазиђених републичких и бивших савезних прописа, коначно постали део неславне правне историје” (Милосављевић 2010, 11).

Закон је дефинисао најзначајније елементе система: субјекте, снаге, објекте и средства за заштиту и спасавање, средства помоћи, материјално – финансијска и друга средства. Под субјектима се подразумевају органи државне управе, органи аутономних покрајина и јединица локалне самоуправе, привредна друштва, друга правна лица и предузетници, грађани, групе грађана, удружења, професионалне и друге организације. Снаге система чине штабови за ванредне ситуације, јединице цивилне заштите, ватрогасно – спасилачке јединице, полиција, Војска Србије, субјекти чија је редовна делатност заштита и спасавање, привредна друштва и друга правна лица, Црвени крст Србије, Горска служба спасавања и удружења која су оспособљена и опремљена за заштиту и спасавање. Поред тога детаљно су утврђене надлежности Народне скупштине, Владе, Министарства унутрашњих послова (као матичног органа државне управе у области заштите и спасавања), Министарства одбране и Војске Србије, министарстава, других органа и посебних организација, као и аутономне покрајине, односно јединица локалне самоуправе. Овим законом грађани Србије, различита удружења грађана, приватна и јавна предузећа и предузетници постали су интегрални део система за управљање ванредним ситуацијама и истовремено њихови најважнији корисници.

**1.2. Кризно комуницирање у ванредним ситуацијама**

**(студија случаја – *поплавe у Обреновцу 2014)***

Кризне ситуације уобичајено стварају пометњу у јавности, јер је свако друштво рањиво, посебно у емоционалној сфери која се током великих природних катастрофа сваког тренутка увећава. Одређени догађај опажа се као друштвена претња и привлачи друштвену пажњу, што код грађана рађа захтев да буду информисани о свему што се дешава да би имали времена да заштите своје интересе. У изненадним несрећама за очекивати је да прође неко време како би се груби подаци са терена анализирали и проверили, јер јавности треба дати што прецизнију и кохерентнију слику. Људи на терену су напети, под стресом, анксиозни и често уплашени, тако да њихове изјаве могу предимензионирати стање или исхитреним реаговањем власти изазвати нове таласе незадовољстава. Отуда је важно да представници државе изласком на лице места и појашњењем ситуације умање неизвесност и ауторитативно саопште шта се догађа, са којим последицама, колико ће још трајати и шта се конкретно предузима да се ситуација доведе под контролу?

Одмерено коришћење медија услов је контроле кризне ситуације, при чему ваља имати у виду да је спирала значења кроз друштвене мреже доступна сваком појединцу, укључујући и онима који желе да поентирају на грешкама или несналажењу власти. Дигитализација је значајно проширила референтни оквир масовног комуницирања: порастао је број актера који артикулишу различите интересе (удружења грађана, невладине организације, друштвени покрети), при чему није искључено и неслагање са актерима интересне агрегације (владајућим политичким партијама и елитама). Демасификовани медији су нова моћ – нецензурисана, али и неуређена; анархична, али и хаотична. Интернет не поштује стандарде новинарске заједнице, тако да га је немогуће спутавати традиционалним инструментима и конзервативним мерама. Велики број дезинформација, румора, фама, спинова, лажи и полуистина захваљујући социјалним мрежама сеју страх и панику, инфицирајући друштво вирусом неверице у све што стиже од званичних медија или кругова „високе” политике.

Према статистичким подацима најчешће природне непогоде у Србији су поплаве (са 40%), а за њима тропски циклони (20%), земљотреси (15%) и суше (15%). (Гавриловић, 2007, 69-76). Поплава је, за разлику од неких других елементарних непогода које се нагло јављају и кратко трају, непогода која може да траје прилично дуго (и више месеци) уз обухватање великих површина, узрокујући огромне материјалне и људске штете будући да су поред река и у њиховим долинама највеће концентрације становништва, најгушћа инфраструктурна мрежа, као и најплодније земљиште. Поплавни талас је средином маја 2014. погодио велики број градова, места и села у Србији (Сремска Митровица, Шабац, Блаце, Параћин, Деспотовац, Ћуприја, Косјерић, Лучани, Краљево, Љиг, Крупањ, Бајина Башта, Свилајнац, места Парменац, Коњевићи, Прељина и Балуга код Чачка, Мали Зворник, Сремска Рача, Осечина, Коцељева, Владимирци, Босут, села Моровић, Јамене и Вишњево код Шида, Обреж крај Варварина, термоелектрана Костолац итд.), а парадигма страдања постао је град Обреновац који је доживео највећи удар. Талас је настао услед вишедневних обилних киша изазваних циклоном „Тамара”, који је захватио подручје средње и југоисточне Европе 13. маја, простирући се на великој површини, вертикалне дебљине до 100 километара кроз целу тропосферу. [[5]](#footnote-5) Засићеност ваздушне масе била је скоро 100%, а влажност је повећавана захваљујући топлом ваздуху са југа и истока. Прва упозорења стручњака о могућој опасности појавила су се правовремено (13 маја), али очигледно их систем није добро проценио. Знаци који помажу да се открије наступање кризне ситуације обично се крију унутар организација које су одговорне за одређене области, али проблем је што функционери на врху прирамиде понекад не уочавају повезаност делова кризне слагалице. Да је уочена активност од метеоролошких служби препозната као потенцијална опасност и да је у медијима одмах добила адекватан третман вероватно би широка забринутост и паника били спречени или би последице биле мање. Центар циклоналног поља био је над Србијом и Босном и Херцеговином, где је између 13. и 15. маја излучена екстремно велика количина падавина, никада забележена од када се воде метеоролошка осматрања. Због поплава је евакуисано преко 25.000 људи, директна штета изнела је око 810 милиона евра, док су индиректни губици премашили 662 милиона!

Темпо догађаја који су уследили био је невероватан: вести које су стизале из минута у минут из разних крајева Србије говориле су о катастрофи несагледивих размера. Блогери, твитераши, форумаши и слични мрежни опсенари имали су важну улогу у креирању јавности. Кризе производе огроман притисак на лидере који под бременом невероватног притиска делују брзо и конкретно. У оваквим ситуацијама искуство има важно место: динамика стреса и терет емоција кумулативно притискају њихово ангажовање, тако да присебност и контрола морају да се сачувају. Забринутост јавности због димензија катастрофе и пратећих девијантности које се појављују (лешева утопљеника који плутају градом, пљачкање напуштених кућа, препродаја намирница, продаја меса угинулих животиња или поврћа са угроженог подручја) лако се користи за искривљену комуникацију и ширење моралне панике. Вођство које управља кризном ситуацијом овде показује своју стратешку способност: мора се појавити што пре у медијима и кризу објаснити на такав начин да јавност дели мишљење да је ситуација под контролом. У супротном, процес означавања преузеће други актери, ограничавајући уплив власти. Са комерцијализацијом некада државних медија нестао је некадашњи монопол у једностраном тумачењу стварности, ослабљена је хијерархијска дистрибуција значења од стране државе или апарата који су управљали у њено име. Хоризонт је постао шири и непредвидивији, јер носиоци власти у класичним медијима фаворизују теме које одговарају њиховим интересима, док друга страна користећи алтернативни медијски спектар (пре свих, друштвене мреже) тражи начине да отвори нове фазе сукобљавања.

У основи кризног менаџмента и даље су фазе: 1) артикулисања и идентификација проблема; 2) дефинисања безбедносног концепта за његово решавање; 3) развоја и контроле кризне ситуације; 4) решавања кризе или конфликта, и 5) евалуације. Међутим, променио се начин друштвене контроле јер се инциденти и догађаји у медијској опсервацији тумаче као претећи облик девијантности система. Сензитивно извештавање, посебно посредством друштвених мрежа ствара нервозу јавности која од власти захтева адекватно и одлучно деловање. Култура страха ствара одбрамбени рефлекс који одражава идентитет и несигурност заједнице у датом тренутку.[[6]](#footnote-6) У обреновачком случају овде је био тренутак спречавања информативне кризе: медијским екипама је уз подршку снага за ванредно деловање требало дозволити улазак у поплављено подручје и слободно снимање стања на терену, ма колико оно било трагично! Тиме би се отклонила могућност било каквих сумњи да власт скрива информације, али и спречила епидемија на друштвеним мрежама.

У теорији је већ уочено да планирање, управљање информацијама и креирање слика за придобијање подршке јавности има све значајнију улогу. Један од најпознатијих стручњака из области социологије проф. Стенли Коен (Stanley Cohen) истражујући реакције медија, јавности и представника друштвене контроле током нереда међу младима у Британији давно је приметио: “Чини се да су друштва с времена на време подложна периодима моралне панике. Одређено стање, догађај, појединац или група јављају се, а убрзо потом бивају означени као претња друштвеним вредностима и интересима; њихову природу масовни медији представљају на стилизован и стереотипан начин; моралне забране успостављају уредници, свештеници, политичари и остали десничарски опредељени људи; друштвено признати стручњаци изричу своје дијагнозе и решења; предлажу се (а још чешће им се прибегава) начини решавања проблема; то стање потом нестаје, потискује се или погоршава се и постаје очигледније” (Cohen 1980, 9).

Таблоидни и комерцијални медији у препознатљивој комуникационој форми ванредну ситуацију користе како би јачањем забринутости код грађана и произвођењем моралне панике подстицали политичко незадовољство. То могу чинити због профита који се постиже већим тиражима, али и интереса прикривених политичких или група за притисак. На интернету то је још лакше: levelling, sharpening и assimilation технике омогућавају гласинама, дезинформацијама и полуинформацијама да сакрију изворе из којих долазе (Nojbauer 2010, 233). Levelling подразумева да приликом саопштавња не дајете превише детаља, не откривате личне податке или специфичности по којима би се извор могао препознати а порука демантовати. „Стотине мртвих лешева плута улицама Обреновца” је уопштена информација у којој је тачно само име града, али у времену кризе обележје места је чињеница која потврђује „тачност” вести. Пошто је садржина у категорији „црних догађаја” лако се може мењати сличнима које увећавају „катастрофу”! Sharpening је виша фаза у којој се поруке заоштравају, појачавајући тврдњу како је произведена дезинформација – истина. Јавни идиом оснажују познате личности својим статусима на Фејсбуку или Твитеру, претварајући сумњу у истину: „**Дакле, пљачкаши против полиције, код сточне пијаце у Обреновцу извлаче *лешеве људи* и стоке, брана у селу Скела је пробила и тек се очекује нови талас! На жалост, ништа није прошло и медији и власт ублажавају стање које само Обреновчани знају”.**[[7]](#footnote-7) Assimilation је последња фаза у пропагандним кампањама, посебно у ситуацијама када су емоције напете као струне пред пуцање. Читаво друштво тада постаје резонантан медиј који шири дух припадности колективу, солидарности и хомогенизације. Гласине пламте друштвеним мрежама као пожар који на све стране варничи тежњама које буде осећања, расипају патњу и тугу, али истовремено производе бес и неразумевање према онима који „истину” скривају. Пуно пута таблоиди, али и електронски медији преузимају изјаве са Фејсбука, Твитера или других мрежа као поуздану информацију, што у ванредним ситуацијама може допринети стварању нежељених социјалних значења. Отуда медији данас нису само комуникационо средство, већ су све чешће и актери у процесима формулисања, агрегације и спровођења практичних активности којима обезбеђујемо сигурност система. Погрешно је прогањати их, цензурисати или онемогућавати у раду, јер им се тако додељује статус жртве и субјекта који је „опасан по систем”.

У овој фази је транспарентност комуникације суштинска у процесу решавања кризе. Треба схватити да медији оријентисани ка сензационализму и искључиво тржишним захтевима запостављају нормативни оквир, окрећући се јефтином публицитету и непоузданим садржајима који ће им донети читаност, гледаност, слушаност (другим речима – новац). Са степеном тежине кризе она постаје затворенија за јавност, али то не значи да треба затворити канале комуникације, већ да иницијативу не треба препустити непрофесионалним медијима и социјалним мрежама. Анализирајући конструисање вести Томпсон је указао да новинари најпре зависе од „примарних давалаца дефиниција у институцијама које пружају прве информације о догађајима, а затим и од лаичких идеологија садржаних у чланцима који следе и који се аналитички баве актуелном темом трагајући за узроцима и ширим друштвеним значајем тих догађаја” (Tompson 2003, 77). Медији се такмиче за публику и у похлепи да привуку пажњу склони су сензационализацији и демонизацији тема и личности. Осећај изложености ризику погодује развијању моралне панике, увећању страхова и стреса, при чему се улоге оперативних екипа на терену, медија и политичара непрестано прожимају и допуњавају.

Природне несреће стижу изненадно, кратко трају и дуго се памте као велика и болна рана. „Кључна карактеристика краткотрајних криза јесте да окончање оперативних напора означава и политички крај кризе” (Боин и др., 2010, 87). Управљање спинованим информацијама тада тек добија на интензитету, транспарентност се дозираним чињеницама усмерава ка коначном решењу, док се између дискреције о важним подацима и жеље за ексклузивношћу повлачи еластична, али невидљива граница! Безбедносна ситуација може да одређује или условљава политичку комуникацију, па је *кризни менаџмент* неопходан за даљи усмерени утицај на мишљење, веровање и понашања појединаца, група, па и читавих заједница. Аутори, стога, под управљањем кризом подразумевају „скуп функција или процеса који имају за циљ да идентификују, изуче и предвиде могуће кризне ситуације и успоставе посебне начине које ће организацији омогућити да спречи кризу или да се са њом избори и да је превазиђе уз минимизирање њених последица и што бржи повратак у нормално стање”. (Милашиновић и Јевтовић 2013, 115).

*1.2.1. Гласине и креирање моралне панике*

Пропаганда се по дефиницији обраћа срцу, а не разуму, што је у кризним ситуацијама важно јер брзина има битну улогу. Први услов за њен успех је постојање велике забринутости у аудиторијуму, други – несталност и несразмерност појаве која је краткорочни чин у ширем друштвеном процесу, и трећи – необразованост публике.[[8]](#footnote-8) Друштвене мреже су посебно захвално средство ширења непроверених садржаја јер брзим и честим манипулисањем порука нуде нова значења и мишљења, надограђујући оно што класични медији заступају. Између неодређеног, краткотрајног збивања и симболичког означавања развија се сугестиван и уверљив наратив, које развејан лајковима, шеровима, блоговима, твитовима и сличним конекцијама добија ореол истинитости. Само интернет омогућава да се прате реакције учесника у комуникацији, што је у пропаганди значајно са аспекта илузије да је грађанин актер који партиципира (управља и комуницира подацима). У ванредним ситуацијама фокус је на емоционалној агитацији зато што свака емоција вештом манипулацијом може бити преточена у неку активност. Људски дух је подложан утицајима, тако да се коришћењем научних метода, свест и ставови могу мењати из рефлексије у крајност, и обрнуто.

Гласине су врста информација у којима се истинито и лажно наизменично преплићу, богате и укрштају, стварајући стање опште неверице, сумње, конспиративности. Нојбауер за њих каже да су „брзе попут страха, хладне као мржња и слатке попут гласова сирена; али су, пре свега, тако близу као да не долазе споља, већ из неке далеке неистражене унутрашњости, која разабира ко на уху држи шкољку” (Nojbauer 2010, 243). Шире истраживање њихове моћи указује на три брзине ширења: „оне мрачне што објављују несрећу, притајене”, које воле да се „прикрадају” и оне су релативно споре; друге се распростиру „силовито” и оне су „нарочито обојене водећи до потреса у друштву”, било страхом било радошћу, и скривајуће гласине које по настанку нестају „са површине јавног живота”, али се после кратке паузе опет враћају (Busow 1928, 416–426).

У друштву медијских симбола надметање истине и лажи прераста у игру умног завођења по сваку цену, тако да о етичности нема ни говора. Када током ванредне ситуације на друштвеним мрежама читате како се „*лешеви као сардине трпају у хладњаче и возе у Обреновац где се спаљују у високим пећима*”, да је град „*жртвован због Ваљева*”, да је држава пустила потоп Обреновца „*да би се сачувала Термоелектрана, јер би у супротном Србија у наредне три деценије живела са свега четири сата струје*” или да власт прикрива истину јер су „*утопљеници одреда чланови ромске заједнице*” размишљате има ли барем трун истине у ономе што сте прочитали. Колико је новинарство изгубило на професионалности илуструје низ примера лаковерности и брзоплетости из светске праксе: италијански учитељ Томасо де Бенети отворио је лажни профил министра спољних послова Немачке Валтера Штајнмајера и твитовао: „*Бивши совјетски председник Михаил Горбачов преминуо је пре неколико минута*”. За само неколико тренутака вест је прострујала планетом, баш као и у случају смрти папе твитована са налога најближег сарадника Светог оца, или смрти Фидела Кастра и Педра Алмодовара. Смрт и несрећа продају новине, дижу рејтинге електронских медија, што друштвене мреже неселективно користе јер их у трци за брзином преносе без неопходног проверавања и друштвене одговорности.

Криза ниједној власти не даје право на лаж, а грешке до којих је увек могуће да ће доћи треба признати са политичком и професионалном одговорношћу лица које их је произвело. Карактеристичан је случај Синише Малог, повереника градске власти у Београду који је посредством медија 16. маја апеловао на становнике Обреновца да не напуштају своје домове. Национална новинска агенција је садржај саопштења пренела у 6.51[[9]](#footnote-9) да би се нешто касније високо рангирани политичар укључио у програм телевизије Б92, поновивши позив. У том тренутку вода је улазила у домове једног дела житеља Обреновца, струја је већ била искључена, а пошто се сирене за узбуњивање нису оглашавале јасно је да апел није могао произвести никакво дејство. Међутим, непотребно се приступило маскирању стварности, па се са сајтова медија и Скупштине града апел журно уклањао, иако је на сајту Гугла вест јасно евидентирана као обрисани садржај. Упорно негирање да је таква изјава постојала била је пропагандна грешка, јер је само подгревало конфузију и спекулације да се нешто крије. Теорија кризног комуницирања је јасна: ако маскирање података не успе може доћи до дугорочне реакције и губљења кредибилитета, што у јавности ствара погодан амбијент за настанак моралне панике. Политичари значајно обликују медијски дискурс, али и тешко схватају да приступ информацијама више није монопол уредника и власника медија. У овом случају много је једноставније било рећи да је апел писан у једној ситуацији, а да се она у међувремену суштински променила тако да нема никакву сврху. Кажите хиљаду пута истину и само једном лаж – памтиће вас по њој!

**2. ИЗМЕЂУ ИСТИНЕ И МАНИПУЛАЦИЈЕ**

**2.1. Лоша логика или антипропаганда**

Логика представља процес доношења закључка на основу једне или више премиса. Сама изјава по себи није ни логична ни нелогична (иако може бити истинита или неистинита). Међутим, у ванредним ситуацијама двосмислене, контроверзне или непрецизне изјава могу имати снагу темпиране бомбе, поготово ако стижу од високих представника државе. Њима се отвара простор за сумње или слабости које политички противници или људи са лошим намерама користе да оспоре кредибилитет штабова за ванредне ситуације или институција власти. Просечан грађанин се не разуме у реторичке финесе и техничке могућности нових медија, па наивно верује у оно што му се нуди друштвеним мрежама. Пример како се логика може злоупотребити могао се препознати и у обреновачкој пракси:

Прва премиса: *Аристотел носи браду*. Друга премиса: *Аристотел је Грк*. Закључак: *Сви Грци носе браду*. Премисе дакле могу бити тачне, али закључак је погрешан. Ево, с друге стране, примера како се таква логика може злоупотребити: Прва премиса – изјава премијера Александра Вучића, на седници кризног штаба Владе, у петак 16 маја: *Имамо значајне жртве; о броју и свему другом нећемо говорити док се ситуација не заврши*. Друга премиса: *Имамо катастрофу какве у историји Србије није било*. Изјаве су тачне, али не и закључак који се ширио мрежама, па и неким таблоидним медијима: *У Обреновцу је катастрофа са невероватним бројем жртава.*Лицитирало се цифрама од неколико стотина до неколико хиљада, иако је истина да је животе изгубило 27 људи, од којих је 11 преминуло. Треба узети у обзир да порука може бити нелогична иако није пропагандна – пошто свако може да начини логичку грешку. Разлика је у томе што пропагандисти намерно манипулишу логиком како би користећи убрзање друштвених мрежа проширили панику.

Политика кризног комуницирања овде је тражила транспарентност података, јер би се објављивањем свих информација о несталим или настрадалим лицима смањила могућност манипулисања. Јавна власт се у креирању својих реакција и комуникационих стратегија увек води циљем спречавања панике. Премијерова изјава како „*нико не може да вам покаже слике зато што новинаре нисмо пуштали због невероватних ситуација... које просто нису за људе*” само је подстицала машту, тим пре што је следио читав низ неприлагођених оцена: „*ово никад у историји Србије није било, никад оваква катастрофа се над њу није надвила*”, затим да „*оно што нам предстоји је још горе од овога што смо имали*”, те да „*оно што нам долази из Босне... је језиво*”. Уместо да смири тензије први човек кризне ситуације развејава реактивне емоције, не знајући да оне дају интензитет животу сваког друштва. Социјалне мреже и неки медији то спремно чекају како би на претпоставкама и наговештајима креирали стварност!

Колико је моћ интернета велика показује пример ширења гласина о неисправности воде у Београду. За неколико сати све залихе флаширане воде су “плануле” у свим трговачким објектима, иако су званични медији обавештавали да је вода исправна. Деструктивна моћ социјалних медија рачуна на лаковерност оних који читају такве дезинформације, па је паника само ширена „поузданим изворима који у страху за посао” не смеју да кажу истину. Купујући на десетине пакета воде такви грађани само су могли да угрозе снабдевање људи који су се нашли окружени поплавом и без пијаће воде.

Емоције усмеравају друштвену енергију, што се најбоље видело на примеру великог одзива грађана у одбрани поплављених подручја и снажењу осећаја заједништва. Претње од природе ујединиле су људе, који су и поред неизвесне егзистенције чинили све како би се међусобно помогли. Саосећање, емпатија, сажаљење чинили су јавни идиом, држећи друштво на окупу, али уз страх и бес због онога што се догодило или што се очекивало да се догоди. Паника са друштвених мрежа и дела таблоидних медија била је кратког века, јер је јавни гнев супституисан снагом солидарности, али се и овде могло другачије реаговати. На пример, увођењем посебне телефонске линије повезане са Штабом за ванредне ситуације умирила би се забринутост породица, док би отварање Фејсбук статуса или посебног сајта који би се хитно ажурирао и контролисао показало јавности да се предузима све што је могуће. Уз обавезну апликацију о поплавама и мерама које треба предузети ради личне заштите за кратко време могло се учинити више за обичног човека, чиме би се одвојио од сфере пропагандног утицаја. У оваквим ситуацијама расте интерес обичног човека за сагледавање активности на терену, при чему је то и индиректно мерење способности власти, јер ако се добро сналази у кризи логично је да још боље делује у редовном стању.

**2.2. Лажне фотографије и емоционалност**

Слика коју медији шаљу током ванредне ситуације изузетно је важна за уочавање, преношење, пораст и опадање кризне ситуације. У пракси се често дешава да новинари укажу на претњу пре него што представници званичних власти буду свесни реалног стања на терену. Скоро седмодневно падање кише, имало је епилог у поплављеној скоро читавој Србији, при чему су се у медијима свакодневно смењивале слике људи, кућа, аутомобила, животиња и помоћних објеката који су филмском брзином нестајали у мутним водама. Бебе у наручју, труднице у чамцима или старци који запомажу никога нису могли оставити равнодушним, при чему је интернет нудио галерију обичних људи којима нико није помогао. Јавне драме се никада не могу представити једном изјавом, исказом, текстом, фотографијом или снимком, али коришћењем пропагандних техника и поступака ствара се доминантни дискурс којим се боји одређена ситуација. У ванредним ситуацијама медијски одрази се често преузимају из једног медија у други, посебно ако шире утисак о друштвеном пропадању или катаклизми.

Са интернетом смо добили нове могућности визуелизације, што уз агресивност и сензационализам представља посебан дискурсивни облик утицања. Бројни новинари, сниматељи и фоторепортери посетили су поплављена подручја, константно извештавали и позивали на хуманитарне акције и тиме дали велики допринос акцији помоћи која је била у току. Ипак, на друштвеним мрежама појавиле су се бројне лажне фотографије са тематиком „поплава”, које не осликавају стање у нашој земљи него су често начињене током поплава на другим локацијама у свету.



Фотографија пса и мачке који пливају заједно објављена је још у фебруару 2014.

Медијско претеривање и политичке манипулације у извештавању у ванредним ситуацијама успоравају долажење до егзактних података са терена, па и разочарења људи. Исцрпљивање медијске пажње се спречава новим и новим низовима слика и података, при чему се знатижеља храни пикантним детаљима који буде саосећање аудиторијума. Намештене фотографије спасиоца који у наручју држе бебе или старе и изнемогле особе, пса и мачке који се спасавају пливајући заједно или животиња које на терасама или крововима чекају чамце који ће их повести у безбедност публика воли, не схватајући да пристаје да буде изманипулисана.

У глобалној култури дезинформације постају глобални проблем, како са текстом тако и са сликама. Друштвене мреже у Индији су прошле године шириле вест како муслимани у богатој држави Асам планирају да се обрачунају са досељеницима из североисточних делова земље. Монтиране фотографије су приказивале насиље које је имало циљ да испровоцира нападе, чиме се мигрантима дискретно поручивало да треба да се врате одакле су дошли. Заплашени радници сели су на возове и масовно кренули назад, док је власт оптужила *Фејсбук* и *Твитер* да нису благовремено блокирали налоге и пронашли изворе дезинформација.

Када је разорни ураган „Сенди” 2012. погодио североисточне државе САД *Твитер* је показао моћ информисања и дезинформисања. Једна болница јесте остала без струје и вода јесте продрла у њојоршки метро, али није било ронилаца у пуној опреми на станици испод *Тајмс сквера* упркос уверљивој фотографији која је кружила интернетом. Ниједна болница није изгорела док су ватрогасци беспомоћно гледали пламен, што се такође тврдило на мрежама. Већина гласина је побијена баш захваљујући *Твитеру*, па су га неки амерички новинари прозвали „машином истине”.

**2.3. „Хероји” као светионици у мору панике**

Пракса показује да су теме тзв. црне хронике увек међу најгледанијим и најчитанијим рубрикама, као и да се истицањем светлих примера и издвајањем „хероја” грађанство мобилише и интегрише. Романтична прича о Слободану Недељковићу - Џамбу потекла је из врло тиражног таблоида који је исфорсирао драму о „храбром спасиоцу из пакла Обреновца” који је „помагао да се спасу бројни животи”, иако му је „бујица однела двогодишњег сина и жену, о којима још ништа не зна”. Сви елементи драмског заплета укључени су у конструкцију коју је јавност желела засићена потресним призорима и тугом: лик хероја, љубавна прича са трагичним крајем, неизмерна храброст, скромност, патриотизам и саможртвовање. Спин је отишао толико далеко да је један репортер јавио како је пронашао Џамбову породицу, што је измамило сузе јунака пред ТВ камерама, али и негирање да су то они. Таблоидна балада је данима пунила странице жуте штампе, мреже су покретале акције помоћи новом националном хероју, при чему се нико није сетио да провери чињенице са терена. Када је то учињено балон лажи је пукао: таблоидни херој био је варалица који јесте спасавао људе, али тако што им је завлачио руке у џепове и крао драгоцености! Жену и дете никада није ни имао, а медијска прича је била најлакши начин да буђењем самилости реши стамбено питање. У кризним ситуацијама слаби пажња која се посвећује квалитету и тачности података, што у медијима отвара могућност ширења мноштва шаржираних, злонамерних вести коју креирају општу пометњу, забуну и хаос. Старо правило у кризном извештавању по којемданашњи хероји сутра могу бити злочинци (у нашем случају варалице) овим је потврђено!

ЗАКЉУЧНА РАЗМАТРАЊА

Интернет и друштвене мреже чине актуелни полигон битке за информацијама, па тек ваља очекивати развој и улагања у ову област. Подметање афера, лажних профила, дезинформација и наводних коментара обичних људи тек следе, јер плитак екран брзим и уверљивим информацијама заводи пажњу обичног човека, који недовољно размишља о интересима који чуче скривени у позадини. Тако друштвене мреже омогућавају слободу информисања и дезинформисања јер представљају симболичко оружје које осваја свест неопрезне и лаковерне публике.

Управљање информацијама у ванредним и кризним ситуацијама значајно је управо због спречавања појаве гласина и дезинформација, али и очувања стабилности укупног система. Дигиталне технологије, посебно друштвене мреже промениле су претходне односе публике и медија, постајући алат за откривање, праћење и извештавање о кључним друштвеним догађајима. Мреже су специфичне јер податке истовремено користе сви: новинари, политичари и остали корисници. То значи да су класични медији изгубили део некадашње моћи и да више не могу сачувати монопол који су некада уживали. То морају схватити и политичке елите, које још увек мисле да публицитет треба да носе класични медији, запостављајући рад са грађанским медијима и представницима цивилног друштва. Слабо дељење информација, које се обично правда безбедносним разлозима, у екстремним ситуацијама може завршити моралном паником и неповерењем грађана у способност система.

Када се криза испољи у медијској интерпретацији политичари морају брзо реаговати како би ограничили евентуалну штету. Старе структуре ваља мењати, а пракса је најбољи показатељ које су тачке у систему биле слабе? Кризе су одлична прилика за реформе, поготову на темељима лекција проистеклих из лошег управљања ванредном ситуацијом. Искуство је показало да кризе одлично користе слабости система, политичке и комуникацијске пропусте, посебно трошећи људске ресурсе необучене за брзо реаговање. Слабљење институционалних структура води неповерењу у државу, тако да менаџмент кризног комуницирања постаје пресудан фактор у обликовању преовлађујуће безбедносне парадигме. На површину испливава руководећи потенцијал, при чему су интернет и нови медији укинули право на грешку.

Безбедност сваке заједнице све више је у директној спрези са њеном способношћу да креира, контролише и управља информационим токовима, што значи да се кризне ситуације одвијају по сценарију који може бити предвиђен до детаља. Међутим, јаз који дели актере биће све шири јер се корекцијом грешака на основу праксе нормативни оквир мења, листа приоритета такође, док степен емитованих информација расте. Са комерцијализацијом класичних медија и слабљењем утицаја државе у медијској сфери тек треба очекивати налете дезинформација, гласина и сличних непроверених садржаја. Власници веб портала и сличних дигиталних медија у потрази за бројем кликова који им обезбеђују рекламу и спонзоре још дубље ће ићи у потрагу за непровереним и бизарним садржајима, што ће у кризним и ванредним ситуацијама бити опасност за сваку власт. Друштвене мреже имају потенцијал у креирању јавног идиома, па их никако не треба забрањивати. Транспарентност свих догађаја једини је начин да се манипулације протерају из јавног дискурса, али за њу је неопходна већа медијска писменост читавог друштва!

ЛИТЕРАТУРА

Busow, L. A. „Gerüchte.” *Kӧlner Vierteljahreshefte für Soziologie* 7 (1928): 416–426.

Boin, Arien, Paul Hart, Eric Štern i Begnt Sandelijus. 2010. *Politika upravljanja krizama.* Beograd: Službeni glasnik.

Гавриловић, Љиљана. 2007. “Природне непогоде као фактор угрожавања животне средине.” У *Први конгрес српских географа*, књ. 1. Београд: Српско географско друштво.

Lovink, Geert. 2010. MyBrain.net. The Colonization of Real Time and Orher Trends in Web 2,0. Eurozine. Доступно на: http://www.eyrozone.com/pdf/2010-03-18-lovink-en.html, посећено 14. 8. 2014.

Маклуан, Маршал. 1971. *Познавање општила – човекових продужетака*, Београд: Просвета.

Милашиновић, Срђан и Зоран Јевтовић. *Методологија истраживања конфликата и кризно комуницирање у савременом друштву*. Београд: Криминалистичко-полицијска академија, 2013.

Милашиновић, Срђан и Желимир Кешетовић. *Кризни менаџмент у историјској перспективи*. Београд: Криминалистичко-полицијска академија, 2011.

Милосављевић, Богољуб. „Ново законско уређење ванредних ситуација и улога локалне самоуправе.” *Прописи и пракса* 1(2010).

Mojsi, Dominik. *Geopolitika emocija*. Beograd: Clio, 2012.

Sarcineli, Ulrich. “Partije i prenošenje političkih ideja: od partijske do medijske demokratije.” U *Menadžment političke komunikacije*, priredili A. Zerfaβ i M. Radojković. Beograd: Konrad Adenauer Stiftung, 2011.

Nojbauer, Hans-Joahim. *Fama – Istorija glasina*. Beograd: Clio, 2010.

Tompson, Kenet. 2003. *Moralna panika*. Beograd: Clio.

Cohen, Stanley. *Folk Devils and Moral Panics: The Creation of the Mods and Rockers*, Oxford: Martin Robertson, 1980.

**THE POWER OF RUMORS AND DISINFORMATION**

**IN CREATION OF MORAL PANIC ON NETWORKS**

**Summary:** *In the time of the Internet and digital platforms, the number of media manipulation increases, which in crisis and conflict situations by spontaneous meanings, propaganda persuasion and simulated argumentation win the attention of the public. The spiral of meaning oscillates depending on whether information is distributed by government monitored media or this is done by the opponents, which results in exaggeration not only of the described events but also threats to the whole of the society. The power of rumors and disinformation increases either with the absence or concealment of the right information, the moral panic encourages the fear, dissatisfaction and distrust within community, whereas a certain situation, event, individual or a group is named as a threat to the social values and interests. Between undefined, short term event and symbolic notation, there is the development of suggestive and conceivable narrative, which receives the aureole of truth developed by likes, shares, blogs, tweets and similar connections. Appearance and reality are interfered, facts and projections, and also data and their interpretations, while the society which depreciates their power is gradually disintegrated and destroyed by the centrifugal forces.*

*Disinformation, rumors, fames, spins and half truths with their speed of appearance on networks come to foreground very fast, while naïve and digitally uneducated auditorium saturated by apologetic reports of traditional media almost does not notice that is caught in the network of false meanings. The power of such messages is not in their objectivity but in the belief that their content is right: some facts are right, but the key data is false, processed in the way that ebullition of emotions causes distrust of public opinion. Prohibition of broadcasting rumors and disinformation increases their popularity that leads to the danger of further spreading. The only answer is the transparent and free access to all information, especially to those that are the topics of symbolic diversions!*

**Key words:** *Internet, conflicts and crises, rumors, disinformation, moral panic, civil society.*

.

1. \* Рад је настао у оквиру пројеката број 179008 (Универзитета у Београду, Факултета политичких наука и Универзитета у Нишу, Филозофског факултета) и пројекта бр. 179074, који реализује Центар за социолошка истраживања Филозофског факултета у Нишу, а финансира Министарство просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије. [↑](#footnote-ref-1)
2. У ноћи (између 25. и 26. јула 2014) када је Марко Милићев на Бранковом мосту *катрименом* прегазио Луку Јовановића (21), у другом делу града догодила се идентична несрећа: у општини Сурчин, Дамира Кучевића (24) који је стао да помогне човеку који је остао без горива “покупио” је аутомобил таквом брзином да нико од сведока није стигао да види о којим колима се ради. Младић је пуком срећом преживео (уз тешке повреде), али јавност о томе скоро месец дана ништа није знала, за разлику од првог случаја када су сви медији, уз политички и полицијски врх државе били укључени у трагање за починиоцем. [↑](#footnote-ref-2)
3. Под *моралном паником* подразумевамо колективно понашање које наступа брзо, непредвидиво и ваниституционално, и изражава се у ситуацијама када не постоје јасне представе о томе шта треба чинити. То је разликује од других дешавања која су иницирана друштвеним проблемима, као што су делатности група за притисак или протестних покрета широких маса које су нечим незадовољне. [↑](#footnote-ref-3)
4. Међу узроцима ванредних ситуација су: елементарне непогоде, техничко-технолошке несреће, као што су удеси и катастрофе, последице тероризма, ратних и других већих несрећа. Закон у истом члану (тачка 3) дефинише најпре. елементарну непогоду, а затим у тачки 4 техничко-технолошку несрећу типа удеса и у тачки 5 – катастрофу. [↑](#footnote-ref-4)
5. Циклон (грч. *kyklon – који се креће, обрће*) је подручје сниженог притиска у атмосфери. Ваздух у циклонском пољу струји од крајева према средишту, због концентрације почиње се издизати и хладити, па настају услови за настанак падавина. [↑](#footnote-ref-5)
6. Страх се најчешће дефинише као „емотивна реакција на сагледавање, реално или преувеличано, опасности која прети”, констатује Доминик Мојси, уочавајући као новину везу између страха које се све више осећа у западним друштвима и слабљења демократског идеала. Наведено према: Мојси 2012, 112. [↑](#footnote-ref-6)
7. Естрадни певач Милан Станковић овако се огласио на свом Фејсбук профилу и Твитеру. [↑](#footnote-ref-7)
8. Према резултатима пописа из 2011. без икаквог образовања је 2,6% становништва старијег од 15 година, непотпуно основно образовање има 11 одсто, са завршеном средњом школом живи 48,9 одсто становника, док тек око 11 одсто има високо образовање. [↑](#footnote-ref-8)
9. TANJUG 16U020 0650 1605

   UPR: OBRENOVAC-STANOVNISSTVO-APEL

   ***Mali: Građani Obrenovca da ne napuštaju svoje domove***

    BEOGRAD,16. maja(Tanjug) – Gradonačelnik Beograda Siniša Mali uputio je molbu građanima Obrenovca da ne napuštaju svoje domove, saopštila je jutros Gradska uprava.

   “***Mole se građani Obrenovca da ne napuštaju svoje domove i da se za sve potrebne informacije obrate Operativnom centru Uprave za vanredne situacije grada Beograda na broj 1985”,***precizirao je gradonačelnik. [↑](#footnote-ref-9)