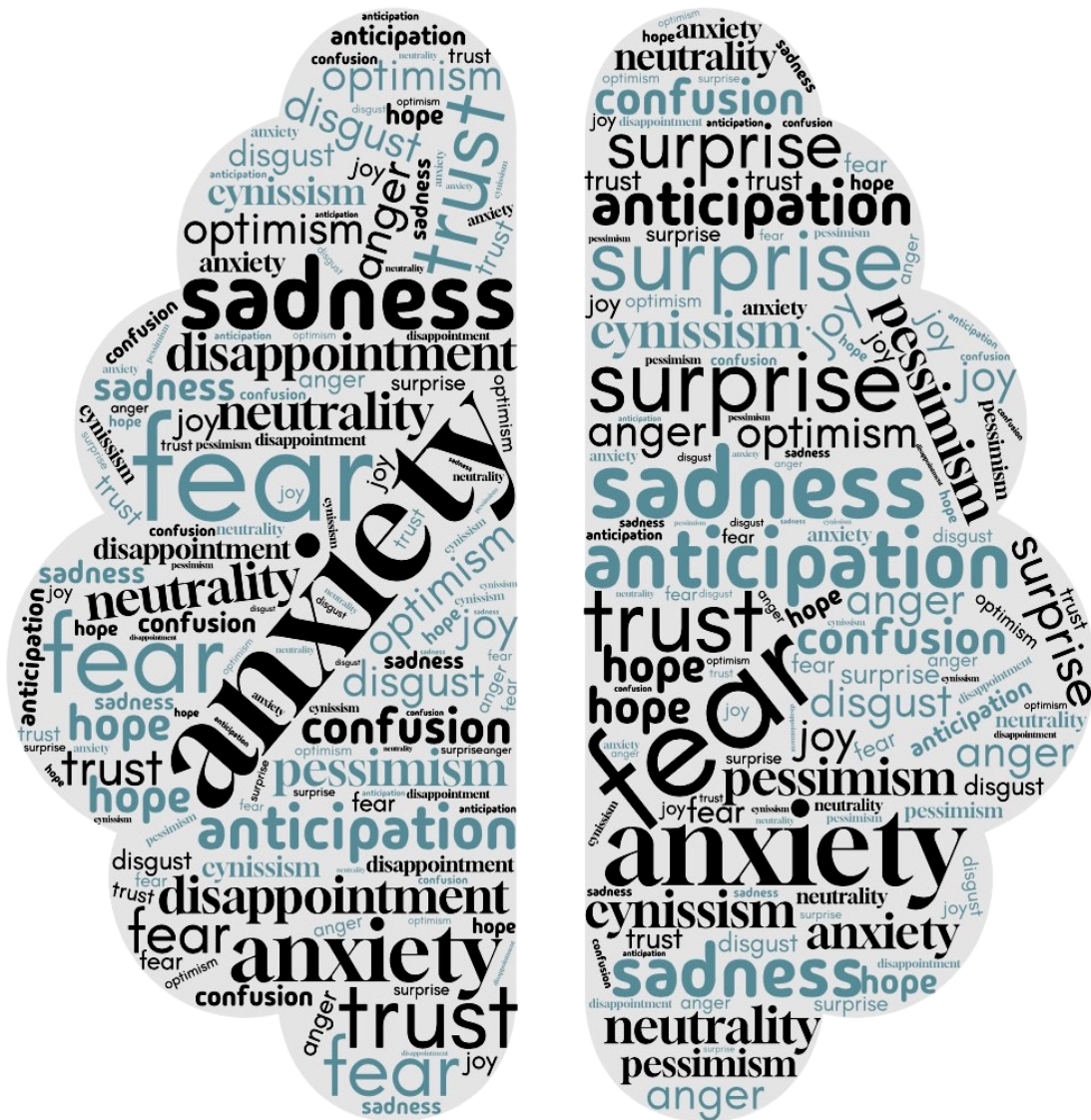




PRISTUP EMOCIONALNO ZASNOVANE STRATEŠKE KOMUNIKACIJE ZA JAVNU PODRŠKU NATO-U U BOSNI I HERCEGOVINI

Autor:
Virginie Andre

PRISTUP EMOCIONALNO ZASNOVANE STRATEŠKE KOMUNIKACIJE ZA JAVNU PODRŠKU NATO-U U BOSNI I HERCEGOVINI

Autor

Virginie Andre

Editor

Nejra Veljan

Izdavač

Atlantska Inicijativa
2025.



Norwegian Embassy
Sarajevo

Norveška ambasada u Bosni i Hercegovini (BIH) podržala je izradu ovog policy papira. Stavovi i mišljenja izneseni u ovom tekstu su autorski i ne predstavljaju izričite stavove i mišljenja donatora.

*“Osjećajan mozak reagira na događaj
brže od racionalnog mozga.”*

Daniel Goleman

*“Naš potencijal za pozitivne i negativne osjećaje je isti,
ali inteligencija je naša posebna kvaliteta.”*

Dalai Lama

SADRŽAJ

UVOD	7
1. ZAŠTO STRATEŠKA KOMUNIKACIJA ZASNOVANA NA EMOCIJAMA?	8
2. ANTI-NATO DEZINFORMACIJE NA ZAPADNOM BALKANU I U BIH	12
3. NATO EMOCIONALNO MAPIRANJE U BOSNI I HERCEGOVINI	15
4. PRIMJER DOBRE PRAKSE EMOCIONALNE UPRAVE	21
5. RODNO OSJETLJIVE EMOCIONALNE STRATEGIJE KOMUNIKACIJE	23
ZAKLJUČNE PREPORUKE	25

UVOD

Ovaj sažetak politike nudi na osjećajima zasnovani strateški komunikacijski okvir za učinkovito informiranje i angažiranje javnog mnijenja te jačanje podrške NATO-u na Zapadnom Balkanu, a posebno u Bosni i Hercegovini (BiH). Zasniva se na nalazima dviju nedavnih studija koje je provela Atlantska inicijativa, a koje su ispitivale koje vrste emocija su prisutne i relevantne za oblikovanje i formuliranje učinkovitih komunikacijskih intervencija NATO-a u BiH.¹ Iako strah i nada nisu nove senzacije povezane s NATO-om, "ostatci iskustva"² prošlih intervencija NATO-a na Zapadnom Balkanu i dalje utječu na percepcije, stavove i formiranje uvjerenja građana Bosne i Hercegovine prema NATO-u. Dok se pozitivna iskustva s NATO-om u BiH i dalje snažno povezuju sa stabilnošću i demokracijom, regionalna i lokalna desničarska udruženja kreiraju opasan koktel sveprisutnih ruskih dezinformacijskih kampanja, koje pojačavaju antinatio raspoloženje u regiji. Taj je (anti)diskurs začinjjen nedostatkom medijske pismenosti, nacionalističkom zapaljivom političkom retorikom i prijetnjom mogućeg prelijevanja rata iz Ukrajine.³ On hrani iskustva straha, posebno među ženama u Bosni koje NATO povezuju s nestabilnošću i sukobima. To potom biva strateški iskorišteno od strane političkih elita i neprijateljskih aktera kako bi se potkopala integracija BiH u NATO, a time i mir i demokracija. Ovaj sažetak politike će izložiti kako strateška komunikacija zasnovana na emocijama može transformirati postojeće negativne percepcije NATO-a među građanima BiH u one pozitivne.

- 1 Halilović, M. and Veljan, N. (2024) *Attitudes Towards Nato: A Survey Report*. Sarajevo: Atlantic Initiative. Pristup na: <https://atlanticinitiative.org/wp-content/uploads/2024/02/Policy-Paper-Attitudes-towards-NATO-A-Survey-Report.pdf>; Halilović, M. and Roberts, R. (2024) *The Geopolitics of Emotion: Emotional Perceptions of NATO in Bosnia and Herzegovina*. Sarajevo: Atlantic Initiative.
- 2 Za koncept emocija kao ostataka iskustava, vidi Petersen, R.D. (2011) *Western Intervention in the Balkans: The Strategic Use of Emotion in Conflict*. Cambridge: Cambridge University Press (Cambridge Studies in Comparative Politics).
- 3 O strahu da će se rat u Ukrajini preliti na Zapadni Balkan, vidi EWB (2023) *Citizens of the Region Fear the Spillover of the Conflict in Ukraine to the Balkans*. Access at: <https://europeanwesternbalkans.com/2023/03/01/citizens-of-the-region-fear-the-spillover-of-the-conflict-in-ukraine-to-the-balkans/>

1. ZAŠTO STRATEŠKA KOMUNIKACIJA ZASNOVANA NA EMOCIJAMA?

“Emocija se ne treba smatrati samo problemom koji treba prevazići, već i rješenjem koje može pomoći pojedincima i grupama da prevaziđu probleme.”⁴

Konijn i Holt (2024) objašnjavaju kako se u ranim fazama istraživanja komunikacije vrlo malo pažnje posvećivalo osjećajima prilikom oblikovanja medijskih poruka i njihovog prijema, jer su oni često smatrani tek “šumom”.⁵ Postepeno su emocije integrirane u korporativne i političke (izborne) komunikacijske strategije zbog svoje uvjerljive moći. Naime, njegovanje straha i bijesa (politika straha) omogućilo je donosiocima politika da steknu utjecaj i moć mobiliziranja među ciljanim publikama, te da na kraju ostvare svoje političke ciljeve.⁶ U intervjuu iz 2016. godine, Donald Trump je izjavio: “Prava moć je, čak ne želim koristiti tu riječ: ‘strah’”⁷. Agencija Europske unije za temeljna prava također ističe kako apeliranje na emocije može imati dugotrajan utjecaj i okupiti ljude u podršci ljudskim pravima i zajedničkim demokratskim vrijednostima.⁸ Dennison dalje tvrdi da “izazivanje osjeta ključ je za uvjeravanje, jer stavovi imaju kognitivnu i emotivnu komponentu, s predvidljivim fiziološkim ishodima koji čine poruke snažnijima i utjecajnijima na ponašanje, podržavajući političke ciljeve”.⁹

4 Mercer, J. (2005) ‘Rationality and Psychology in International Politics’, *International Organization*, 59(1), pp. 77–106.

5 Konijn, E. A., & Holt, J. M. (2015). From Noise to Nucleus: Emotion as Key Construct in Processing Media Messages. In K. Döveling, C. von Scheve, & E. A. Konijn (Eds.), *The Routledge Handbook Of Emotions And Mass Media* (pp. 37–59).

6 Altheide, D. (2021). ‘Emotions and the Politics of Fear: 9/11, Trump, and the Pandemic’. In Döveling, K., & Konijn, E.A. (Eds.). (2021). *Routledge International Handbook of Emotions and Media* (2nd ed.). London: Routledge (pp. 212–226); Wahl-Jorgensen, K. (2019). Creating an Emotional Community: The Negotiation of Anger and Resistance to Donald Trump. In: Graefer, A. (eds) *Media and the Politics of Offence*. Palgrave Macmillan.

7 Tackett, M. & Haberman, M. (2019). *Trump Once Said Power Was About Instilling Fear. In That Case, He Should Be Worried*, New York Times, International edition, New York.

8 European Union Agency for Fundamental Rights (2022). ‘10 Keys to Effectively Communicating Human Rights’. Access at: https://fra.europa.eu/sites/default/files/fra_uploads/fra-2022-10-keys-communicating-human-rights_en.pdf

9 Dennison, J. (2024) ‘Emotions: Functions and Significance for Attitudes, Behaviour, and Communication’, *Migration Studies* (12: 1), pp. 1–20.

Nedavno je emocionalna dimenzija komunikacije postala još izraženija u nestabilnom informacijskom ekosistemu pogođenom dezinformacijama, gdje logika i racionalnost imaju mali utjecaj.¹⁰ Spoznaja zapravo često slijedi naše na osjećajima zasnovano donošenje odluka, što vodi u rizik od zablude. Komunikacijske strategije ekstremista i zlonamjernih aktera oslanjaju se na *veponizaciju* i eksploataciju emocija kroz korištenje narativa koji ne samo da utiču na pojedince, već i izazivaju snažne reakcije¹¹, čime se dodatno pokreće *emocionalna zaraza*.¹² Od početka masovnih medija, nasilni ekstremisti i zlonamjerni akteri prepoznali su i iskoristili moć strateške komunikacije¹³; iskoristili su masovne medije kako bi stvorili strah i podjelu, koristili uvide u svoju publiku kako bi razumjeli kako iskoristiti postojeće nezadovoljstvo, te iskoristili tehnološki napredak poput interneta i društvenih medija kako bi stvorili direktne veze s onima na koje žele utjecati i instrumentalizirati ih.

Emocije utječu na način na koji pojedinci i zajednice primaju, interpretiraju i reagiraju na poruke. Zapravo, one “nam omogućavaju da bolje razumijemo sebe unutar svijeta oko nas i (...) našeg društvenog svijeta te jedni druge”.¹⁴ Feldman i Hart dodaju da su one “ključne za uvjerljivu stratešku komunikaciju, jer je dokazano da njihovo aktiviranje nadmašuje brige temeljene na identitetu, vode ka dubljem razmatranju informacija i potiču ljude da se bave osobnim, a ne političkim ili ideološkim razmišljanjem”.¹⁵ Stoga je važno da vlade i institucije uzmu u obzir ove emocije u javnoj sferi i razumiju njihov kvalitet – odnosno prirodu, raspodjelu i snagu uključenih emocija¹⁶ - za formuliranje učinkovitih strateških komunikacija. Dodatno, Papacharissi-jeva ideja o “afektivnoj javnosti”¹⁷ smatra “javne emocije mobilizirajućom i povezujućom moći koja povezuje ili razdvaja ljude kroz osjećaje ili afekciju”.¹⁸ Halilović i Roberts tvrde da “njihovi svakodnevni izrazi u politici omogućuju nam da razumijemo koje emocije prevladavaju, kako

- 10 Ecker, U.K.H., Lewandowsky, S., Cook, J. *et al.* (2022) ‘The Psychological Drivers of Misinformation Belief and its Resistance to Correction’, *Nature Review Psychology* (1), pp. 13–29; Szakács, J. & Bognár, É. (2021) *The Impact of Disinformation Campaigns about Migrants and Minority Groups in the EU*. Brussels: Directorate General for External Policies of the Union; Bastick, Z. (2021) ‘Would You Notice If Fake News Changed Your Behaviour? An Experiment on the Unconscious Effects of Disinformation’, *Computers in Human Behaviour*, 116.
- 11 O emocijama i nasilnom ekstremizmu, vidi: Waldek, L., Droogan, J. and Lumby, C. (2021) *Feeling Terrified?: The Emotions of Online Violent Extremism*. Cambridge: Cambridge University Press (Elements in Histories of Emotions and the Senses); Lavenne-Collot, N., Dissaux, N., Campelo, N., Villalon, C., Bronsard, G., Botbol, M., & Cohen, D. (2022). Sympathy-Empathy and the Radicalization of Young People. *Children*, 9(12); Tausch, N., Bode, S., & Halperin, E. (2024). Emotions in Violent Extremism. In: M. Obaidi & J. Kunst (Eds.), *Handbook of the Psychology of Violent Extremism*, Cambridge University Press.
- 12 O konceptu emocionalne zaraze, vidi: Kramer, A. D., Guillory, J. E., & Hancock, J. T. (2014). Experimental evidence of massive- scale emotional contagion through social networks. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 111(24), pp. 8788–8790; Ferrara, E., & Yang, Z. (2015). Measuring Emotional Contagion in Social Media. *PloS one*, (10:11); Ferrara, E. (2017). Contagion Dynamics of Extremist Propaganda in Social Networks. *Information Sciences*, (418: C), pp. 1–12; Herrando, C., & Constantinides, E. (2021). Emotional Contagion: A Brief Overview and Future Directions. *Frontiers in Psychology*, 12; Lu, D., & Hong, D. (2022). Emotional Contagion: Research on the Influencing Factors of Social Media Users’ Negative Emotional Communication During the COVID-19 Pandemic. *Frontiers in Psychology*, 13.
- 13 Bockstette, C., & George C. (2008). *Jihadist Terrorist Use of Strategic Communication Management Techniques*. George C. Marshall European Center for Security Studies.
- 14 Barrett, L. F. and Russell, J. A. (2015) *The Psychological Construction of Emotion*. New York: Guilford Press; Barrett, L. F., Lewis, M. and Haviland-Jones, J. M. (2016) *Handbook of Emotions*. New York: Guilford Press.
- 15 Feldman, L. & Hart, P. (2017). Is There Any Hope? How Climate Change News Imagery and Text Influence Audience Emotions and Support for Climate Mitigation Policies. *Risk Analysis*. 38.
- 16 Richards, B. (2007). *Emotional Governance: Politics, Media and Terror*. Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan.
- 17 Papacharissi, Z. (2015). ‘Affective Publics and Structures of Storytelling: Sentiment, Events and Mediality’. *Information, Communication & Society*, (19:3), pp. 1–18.
- 18 Navedeno u Aboualhuda, I. (2021). ‘Emotional Public Sphere: Sentiment Analysis of Audience Tweets after Shootings at Al-Noor Mosque and the Linwood Islamic Centre in New Zealand’. *Journal of Mass Communication Research*.

cirkuliraju i koliki legitimitet im se pridaje od strane javnosti i medija“.¹⁹ Angažiranjem pravih emocija, strateške komunikacije vlade mogu utjecati na građane i zajednice s ciljem izgradnje i održavanja povjerljivijih, otpornijih i kohezivnijih društava.²⁰ Emocionalno upravljanje omogućava sofisticirano razumijevanje kolektivnih osjećaja i njihovih dinamika, što omogućava vladama da ublaže njihove štetne mobilizacije od strane neprijateljskih aktera i da promiču njihove životno afirmirajuće oblike.²¹ Emocije i iskustva utječu na način na koji društva i građani stupaju u interakciju s vladama i institucijama. Razumijevanje tog konteksta izuzetno je važno za kritički utjecaj emocija²² koje kontroliraju ponašanje i stavove građana u trenutnim prijetnjama. To zahtijeva od vlada i agencija da razviju institucionalnu emocionalnu inteligenciju²³, odnosno komunikacijsku kompetenciju, tj. sposobnost institucija da prepoznaju ono što utiče na njihove osjećaje, dok istovremeno uzimaju u obzir dinamiku javnosti, mapiraju i procjenjuju izvore i značenja kolektivnih reakcija, uče i integriraju prethodna komunikacijska iskustva te na kraju promiču kulturu pozitivnog stava i regulacije osjećaja. Takav pristup strateškoj komunikaciji ima sklonost “transformirati negativne, dominantne emocionalne karte ciljanih socijalnih grupa u pozitivnije“.²⁴

Rečena strateška komunikacija ima kapacitet da smanji ili transformira sukobe, izazove nasilnih ekstremističkih narativa, suprotstavi se dezinformacijama koje utječu na zajednice, kao i da utiče na oblikovanje procesa socijalnih i političkih promjena.²⁵ To čini informiranjem, uvjeravanjem i motiviranjem ponašanja.²⁶ Kako Dennison sugerira, “emocionalni ishodi mogu se izmijeniti putem narativa, okvira, poruka temeljenih na osobnim iskustvima, facijalnih izraza i govora tijela, estetike, reda (‘emocionalni tok’), intenziteta i kombinacija“.²⁷

Opisana dimenzija komunikacije ne smije se potcijeniti u pogledu toga kako utječe na prijemčivost i učinkovitost komunikacija NATO-a i povezanih tema među bosanskom publikom. Kako Richards tvrdi, “javne emocije” su “često glavni faktor u određivanju smjerova i ishoda političkih procesa, bez obzira na sadržaj i institucionalna mjesta tih procesa“.²⁸ Stoga, strateške

19 *Ibid*, Halilović, M. and Roberts, R.; o konceptu svakodnevne politike emocija, vidi: Beattie, A.R., Eroukhmanoff, C. and Head, N. (2019). Uvod: Interrogating the ‘Everyday’ Politics of Emotions in International Relations. *Journal of International Political Theory*, (15 :2), pp. 136-147.

20 Andre, V. (2024) *Democratic Public Communication and Public Trust Building in A Hybrid Threat Era*. Brussels: EU RAN PS.

21 *Ibid*, Richards (2007).

22 Fredrickson, B.L., Tugade, M.M., Waugh, C.E., Larkin GR. (2003) What Good Are Positive Emotions In Crises? A Prospective Study of Resilience and Emotions Following the Terrorist Attacks on The United States on September 11th, 2001. *Journal of Personality and Social Psychology*, (84:2), pp. 365-76.

23 Emocionalna inteligencija definira se kao “sposobnost praćenja vlastitih i tuđih osjećaja i emocija, prepoznavanje među njima i korištenje tih informacija za vođenje vlastitog razmišljanja i postupaka” (Salovey and Mayer, 1990, p. 189); o emocionalnoj inteligenciji, vidi važan rad Daniela Golemana: Goleman, D. (2007) *Emotional Intelligence*. 10th ed. New York, NY: Bantam Books.

24 O pristupu na emocijama zasnovane strateške komunikacije, vidi Cosić K, Srblić A, Popović S, Wiederhold BK, Wiederhold MD. (2012) Emotionally Based Strategic Communications and Societal Stress-related Disorders. *Cyberpsychology Behavior Social Network*, (15:11), pp. 597-603.

25 *Ibid*, Andre; Cornish, P. & Yorke, C. (2011). *Strategic Communications and National Strategy*. London: Chatham House.

26 Dennison, J. (2024) ‘Emotions: Functions and Significance for Attitudes, Behaviour, and Communication’, *Migration Studies* (12: 1), pp. 1–20.

27 *Ibid*, Dennison.

28 Richards, B. (2018). The Emotional Public Sphere and Its Importance: Freedom of Speech as a Case Study — Commentary. *International Journal of Communication*, 12, pp.2040 – 2051.

komunikacije NATO-a moraju uzeti u obzir i taj kontekst regije, jer će to imati utjecaja na učinkovitost njegovih komunikacijskih ciljeva i sadržaja, kao i na njegovu konsolidaciju u BiH i na Zapadnom Balkanu. NATO također mora podržati i poticati otpornost javnosti kako bi emocionalno upravljanje bilo uspješno. Kao takvo, izgradnja strateških komunikacija neće samo spriječiti i smanjiti utjecaj kolektivnih štetnih emocija i podržati emocionalnu otpornost u BiH i na Zapadnom Balkanu, već će na kraju također ojačati povjerenje javnosti u NATO i ojačati društvenu koheziju.

2. ANTI-NATO DEZINFORMACIJE NA ZAPADNOM BALKANU I U BIH

U informacijskom okruženju u kojem su vlade i institucije poražene u komunikacijom naporu, povjerenje javnosti opada, pristup medijima i konzumacija medija se mijenjaju, a medijska pismenost je niska. Manipulacija informacijama od strane neprijateljskih aktera na Zapadnom Balkanu je u porastu. Građani Bosne i Hercegovine sve više su izloženi problematičnom informacijskom sadržaju (poluistinitim, izobličenim, obmanjujućim, lažnim informacijama), često morajući obraditi značajnu količinu informacija iz različitih izvora koji su često karakterizirani tabloidizacijom medija²⁹ što ih čini ranjivima na negativne ubjeđujuće utjecaje. Informacijama povezanim s NATO-om najčešće se pristupaju putem televizije, ali također i kroz online medije i društvene mreže, gdje se često šire dezinformacije i manipulativni narativi kako bi oblikovali stavove i ponašanja,³⁰ s velikim brojem medijskih kuća koje često “udovoljavaju specifičnim pristranostima određenih grupa”.³¹ Kostadinović upozorava na fenomen “medijskog geta”³² koji, djelujući poput zvučne komore, može pojačati emocije i percepcije, a na kraju i stavove.

Zlonamjerne dezinformacije na Zapadnom Balkanu apeliraju na proruske sentimente, dok istovremeno šire anti-zapadna osjećanja, posebno protiv Europske unije i NATO-a³³, iskorištavajući ostatke “starih” nezadovoljstava prema Zapadu³⁴, računajući na istorijske žrtve, etničke napetosti i strah. U svom nedavnom istraživanju, Halilović i Veljan pokazuju da su većina negativnih stavova prema NATO-u povezani s bombardiranjima Srbije iz 1990-ih ili njegovim

29 *Ibid*, Halilović, M. & Roberts, R.

30 *Ibid*, Halilović & Veljan.

31 *Ibid*, Halilović, & Roberts.

32 Kostadinovic, M. (2016). ‘Language Of Globalized Media As A Hate Generator On The Balkans’. *Zbornik radova Filozofskog fakulteta u Prištini*. (46:3), pp.121-134.

33 Sunter, D. (2020) Disinformation in the Western Balkans. *NATO Review*, 21 December 2020. Pristup na: <https://www.nato.int/docu/review/articles/2020/12/21/disinformation-in-the-western-balkans/index.html>

34 Xheneti, I. (2021) Disinformation in the Western Balkans and the Crucial Role of NATO/UE. *International Scientific Review*, 16.

uplitanjem u rat u Bosni i Hercegovini (1992–1995).³⁵ Na čelu s prvenstveno etnonacionalističkim i desničarskim regionalnim i domaćim akterima³⁶, ovi emocionalno štetni narativi podrivaju legitimitet NATO-a u regiji i polako erodiraju javnu podršku prema kontinuiranoj suradnji i budućem članstvu BiH u NATO-u. Zapravo, često se usklađuju i hrane (ekstremističkom) desničarskom nacionalističkom retorikom u regiji. Ruska toksična dezinformacijska propaganda koristi desničarske etno-nacionalističke sentimente kako bi dodatno proširila svoj utjecaj u regiji. Kako Sunter objašnjava:

“[Dezinformacije sponzorirane od strane ruskih medija na srpskom jeziku] demoniziraju NATO i Sjedinjene Američke Države, podstiču etničke napetosti i predstavljaju Europsku uniju kao disfunkcionalnu, rasističku i anti-srpsku organizaciju. Pojačavaju percepciju prijetnji među pravoslavnim stanovništvom, kao i kulturu sjećanja koja Rusiju i Sovjetski Savez prikazuje kao moćne zaštitnike kroz povijest.”³⁷

Narativ koji je stekao uporište u bosanskoj javnoj sferi:

“Volio bih da se mi iz Republike Srpske okrenemo više prema Istoku, prema Rusiji. Da se duhovno i moralno ujedinito sa našim bratskim narodima, Srbijom, Rusijom, Crnom Gorom. Bar neka duhovna povezanost. (...)”³⁸

Halilović i Robert objašnjavaju kako su ove vrste narativa kolektivnog sjećanja bile ključne za savremeno srpsko liderstvo u povezivanju zajednica kroz uporno eksploataisanje kolektivne žrtvenosti i patnje koju je NATO nanio,³⁹ često ukazujući na NATO-ovu zračnu kampanju na Kosovu iz 1999. godine⁴⁰; oblikujući percepcije i ponašanja na način koji podriva legitimitet NATO-a na Zapadnom Balkanu i u BiH. Ostaci prošlih iskustava i međugeneracijski narativi kolektivne žrtvenosti i dalje traju, te nastavljaju oblikovati stavove bosanskih građana, i mladih i starijih:

“Nisam baš dobro informisan, ali sigurno sam protiv ulaska u NATO jer vjerujem da je on uzrokovao mnogo patnje i bola mom narodu u prošlosti. Ne samo mom, nego i našim susjedima. Ta alijansa nikada nam nije željela dobro, niti će ikada. (...) Također su naškodili našim susjedima jer su ih nekako kontaminirali tim bombama. Sigurno sam protiv toga da Bosna i Hercegovina uđe u NATO. (...) Ljudi bi trebali odlučiti, ne političari, a vjerujem da je više ljudi protiv ulaska u NATO. Ja sam mlad. Srećom, nisam to doživio, ali učen sam na takav način, i sigurno osjećam da je ulazak u NATO pogrešan.”⁴¹

35 Ibid, Halilović & Veljan, p. 15.

36 Ibid, Sunter; Greene, S., Asmolov, G., Fagan, A., Fridman, O., & Gjuzelov, B. (2021) *Mapping Fake News and Disinformation in the Western Balkans and Identifying Ways to Effectively Counter Them*. Brussels: European Union.

37 Ibid, Sunter.

38 Navedeno u Halilović & Roberts.

39 Ibid, Halilović & Roberts.

40 Za kratku uvodnu informaciju o NATO-voj martovskoj vazdušnoj kampanji na Kosovu iz 1999, vidi: https://www.nato.int/cps/en/natohq/topics_49602.htm

41 Cited in Halilović, & Roberts.

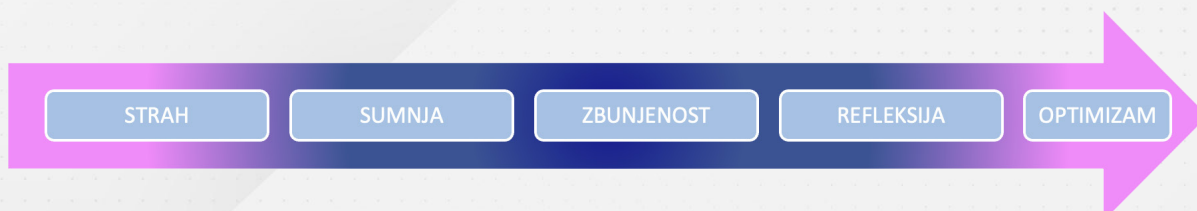
Prema Dennisonu, emocije ovise o “složenoj kombinaciji trenutnih okolnosti i osjećaja, prirode podražaja, te duboko ukorijenjenih vrijednosti, narativa, svjetonazora i ‘ja’ osobe”⁴².

U već pretrpanom i dezinformacijama ozbiljno kontaminiranom (online) medijskom okruženju Bosne i Hercegovine, koje je obilježeno značajnim nivoom upotrebe društvenih mreža i visokim nivoom institucionalnog skepticizma, mapiranje javnog sentimenta prema NATO-u u sljedećem dijelu će pokazati kako strah i nesigurnost učinkovito oblikuju i utiču na javnu percepciju i stavove prema NATO-u.

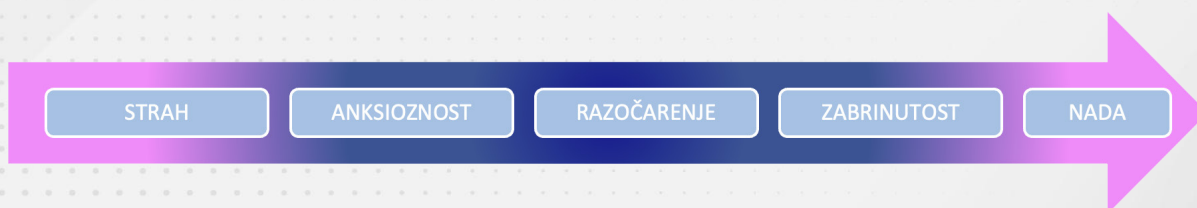
42 *Ibid*, Dennison.

3. NATO EMOCIONALNO MAPIRANJE U BOSNI I HERCEGOVINI

U Bosni i Hercegovini, značajan dio javnih percepcija i stavova prema NATO-u oblikovan je dezinformacijama, ozbiljnim nedostatkom činjeničnih saznanja i temeljen je (i potaknut) na emocijama.⁴³ U svom istraživanju, Halilović i Roberts su otkrili da emocije javnosti prema NATO-u u BiH osciliraju između straha i optimizma, s tendencijom prema izražavanju zbunjenosti, nepovjerenja, sumnje i distanciranosti, u kontekstu koji karakterizira **razočarenje, strah, nesigurnost i nada**.⁴⁴



Slika 1 Javne emocije prema NATO-u u Bosni i Hercegovini



Slika 2 Kolektivna emocionalna javna sfera u Bosni i Hercegovini

Dok neki tvrde da **zbunjenost** nije emocija, drugi smatraju da jeste jer “ima emocionalnu vrijednost, ima specifičan izraz lica i ima specifično unutrašnje stanje”⁴⁵. Međutim, usko je

43 *Ibid*, Halilović & Veljan, p. 33.

44 *Ibid*, Halilović, & Roberts.

45 Hess U. (2003). ‘Now You See it, Now You Don’t - The Confusing Case of Confusion as An Emotion: Commentary on Rozin and Cohen’. *Emotion*, (3:1), pp. 76–96

povezano sa strahom i anksioznošću. Zbunjenost koja prati stav prema NATO u BiH povezana je s osobnim iskustvima anksioznosti i nesigurnosti, posebno u vezi s posljedicama koje bi članstvo u NATO-u imalo za vojnu obvezu zemlje, gubitak suvereniteta, prijetnju rata (Ukrajina). Ovaj pojam zbunjenosti jasno je vidljiv u sljedećoj izjavi jedne bosanske građanke. Njen stav je jasno oblikovan iskustvom NATO-ovih bombardiranja iz 1999. godine u regiji i optimizmom prema sigurnoj Bosni:

“Dobra stvar kod NATO-a je što smo otvoreni prema Europi i što (...) smo ‘sigurni’. Što se tiče negativnog, vraćam se na bombardiranje Srbije; bila sam prisutna u Beogradu te godine i ne mogu to zaboraviti. To me vraća na to tko je to učinio, i to mi stvara negativno mišljenje o njima [NATO-u]. Čak i sama sebi proturječim u svom promišljanju o tome (...).”⁴⁶

Prema Plutchikovoj općoj teoriji emocija, poznatijoj kao Plutchikov kotač emocija (PWE), emocije dovode do fizioloških i ponašajnih reakcija⁴⁷. Plutchik identificira osam osnovnih emocija – **radost, povjerenje, strah, iznenađenje, tugu, iščekivanje, bijes i gađenje**, od kojih svaka ima određeni stepen intenziteta.

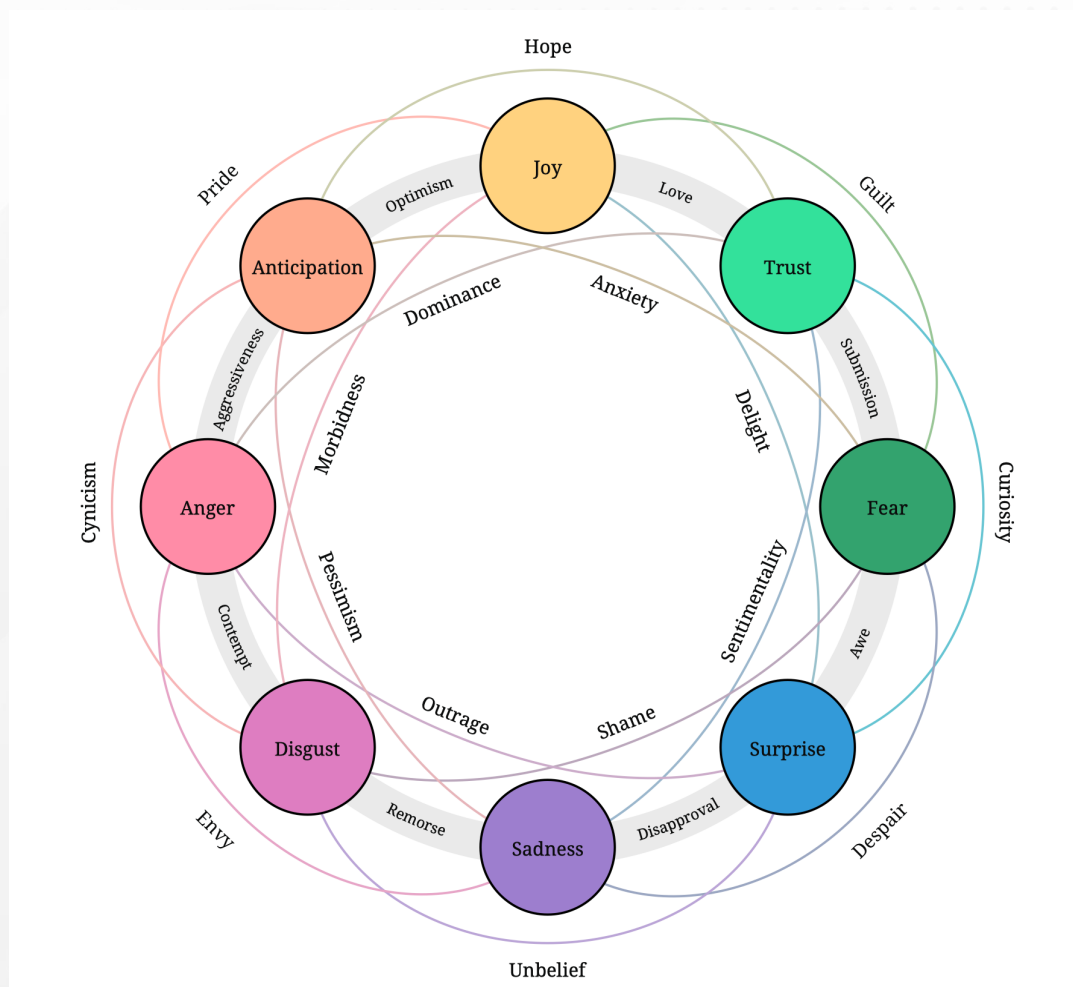
Osnovne emocije	PWE psihološki okidači	Bihevioralne reakcije na osnovne emocije
Užitak	Povezanost	Pridruživanje, kontakt, susret, razgovor
Tuga	Povlačenje	Povlačenje u sebe, izbjegavanje, pasivnost
Strah	Osjećaj malenosti	Povlačenje, potčinjavanje, moljenje
Ljutnja	Osjećaj veličine	Sukob, tvrdnja, nametanje, odbacivanje
Anticipacija	Istraživanje	Posmatranje, smatranje, usporedba
Iznenađenje	Otklon	Hitnja, odbrana, reakcija
Gađenje	Odbijanje	Uklanjanje, distanciranje, odvajanje
Povjerenje	Prihvatanje	Prihvatanje, podrška, veličanje

Slika 1 Plutchikove osnovne emocije, njihovi psihološki okidači i bihevioralne reakcije

Kombinirajući ove osnovne emocije u primarne, sekundarne i tercijarne dijade (spoj dvije osnovne emocije), Plutchik identificira 24 emocionalne dijade i ukupno 32 emocije.

⁴⁶ Navedeno u Halilović, & Roberts.

⁴⁷ Plutchik, R. (1980) 'A General Psychoevolutionary Theory of Emotion', in Plutchik, R. and Kellerman, H. (eds) *Emotion: Theory, Research, and Experience: Vol. 1. Theories of Emotion*, pp. 3–33. New York: Academic; Plutchik, R. (2001). 'The Nature of Emotions: Human Emotions Have Deep Evolutionary Roots, A Fact That May Explain Their Complexity and Provide Tools for Clinical Practice'. *American Scientist*, (89: 4), pp. 344-350.



Slika 3 Plutchikove emocionalne dijade

Tako je **anksioznost** (povezana s ranije spomenutim osjećajem zbunjenosti prema NATO-u) složena emocija koja proizlazi iz dijade koju čine iščekivanje i strah, što dovodi do reakcija povlačenja i zaštite.

U prethodno spomenutoj izjavi, zbunjenost proizlazi iz sukoba između anksioznosti i optimizma. Ovisno o intenzitetu, optimizam prema “sigurnijoj Bosni” mogla bi nadjačati reakciju povlačenja uslijed anksioznosti i na kraju dovesti do veće podrške članstvu u NATO-u. Emocionalno utemeljena strateška komunikacija koja ima za cilj povećanje podrške NATO-u u regiji trebala bi se fokusirati na optimizam kako bi se smanjio intenzitet ostataka negativnih iskustava i anksioznosti, istovremeno priznajući njihovo postojanje u javnom mnjenju.

Članstvo u NATO-u i intervencije u BiH često su praćeni **pesimizmom, nepovjerenjem i razočaranjem**.⁴⁸ Skepticizam se izražava u pogledu iskrene uloge i namjera NATO-a kao “garanta mira i sigurnosti”.⁴⁹ Postoji i dodatni strah da bi članstvo u NATO-u potencijalno moglo dovesti do uključivanja BiH u međunarodne sukobe.⁵⁰

48 *Ibid*, Halilović, & Roberts.

49 *Ibid*, Halilović, & Roberts.

50 *Ibid*, Halilović, M. & Veljan, N., p. 19.

Emocije BiH javnosti u PWE	PWE psihološki okidači
Anksioznost (iščekivanje + strah)	Propitivanje and osjećaj minornosti
Pesimizam (tuga + iščekivanje)	Povlačenje i propitivanje
Cinizam (gađenje + iščekivanje)	Odbijanje i propitivanje
Razočarenje (iznenađenje + tuga)	Uzmicanje i povlačenje
Optimizam (iščekivanje + zadovoljstvo)	Propitivanje i povezanost
Nada (iščekivanje + povjerenje)	Propitivanje i prihvatanje

Tabela 2 Interpretacije BiH javnih emocija prema NATO kroz PWE

U Plutchikovom kotaču emocija suprotnost povjerenju je **gađenje**, što se u BiH prevodi u **nepovjerenje** ili **cinizam** prema “namjerama i djelovanjima organizacije”, kroz preispitivanje i odbacivanje njenih motiva. NATO se doživljava kao “političko sredstvo za širenje” umjesto kao “instrument za sigurnost i stabilnost”.⁵¹

*“Šta bi NATO imao s nama, osim možda žive sile? Mi nemamo ništa što bismo mogli ponuditi NATO-u. NATO vjerovatno vidi priliku s nama da dobije pristup nekim zemljama kojima inače ne bi imao priliku prići. Mene NATO pakt ne zanima. (...)”*⁵²

U svojoj studiji, Halilović i Roberts su otkrili da su nepovjerenje i sumnja posebno izraženi u Republici Srpskoj.⁵³ Važno je razumjeti i pažljivo razmotriti kako emocije povezane s NATO-om u BiH prate određene etničke dinamike. Na primjer, bosanski Srbi izražavaju dugogodišnji skepticizam prema NATO-u zbog svojih historijskih zamjerki (rezidualnih iskustava) i svoje geopolitičke orijentacije.⁵⁴

Cinizam kombinira gađenje i iščekivanje, što pokreće ponašajnu reakciju odbacivanja i ispitivanja. Javni ponašajni odgovor nepovjerenja prema NATO-u usklađuje se s emocionalnim pokretačima dezinformacija i političkih nacionalističkih anti-NATO i anti-Zapadnih narativa.

Slično kao nepovjerenje ili cinizam, pesimizam (dijada tuge i iščekivanja) i razočaranja (dijada iznenađenja i tuge) prema NATO-u u BiH mogu dovesti do obrambenih ponašajnih odgovora povlačenja i pasivnosti (umjesto odbacivanja).

Iako se čini da javne emocije u BiH prema NATO-u više pripadaju negativnom okruženju, optimizam se nalazi u narativima o sigurnosti i budućem smjeru zemlje.⁵⁵

51 *Ibid*, Halilović, & Roberts.

52 Navedeno u Halilović, & Roberts.

53 *Ibid*, Halilović, & Roberts.

54 *Ibid*, Halilović, M. & Veljan, N., p. 17.

55 *Ibid*, Halilović, & Roberts.

NATO-ov stav protiv ruske invazije na Ukrajinu donio je određeni optimizam za neke građane Bosne, jer se percipira kao ujedinjujuća stabilizirajuća snaga:

“(...) NATO je bio vrlo pozitivan i iznenađujuće pozitivan jer je postojala jedinstvenost i stav da se akcija treba poduzeti kolektivno.”⁵⁶

Prema nedavnom istraživanju, ispitanici koji su izrazili pozitivne stavove prema NATO-u percipiraju organizaciju kao stabilizirajuću i odvraćajuću snagu u zemlji i regiji, koja pruža sigurnost i mir. Kao što je ranije spomenuto, optimizam može biti snažan faktor koji se može koristiti u temeljenoj strateškoj komunikaciji. Kad se kombinira s nadom, može privući podršku i prihvaćanje. Zapravo, ovisno o redoslijedu u kojem se emocije mobiliziraju, njihov učinak može biti ili pojačan ili umanjen.⁵⁷

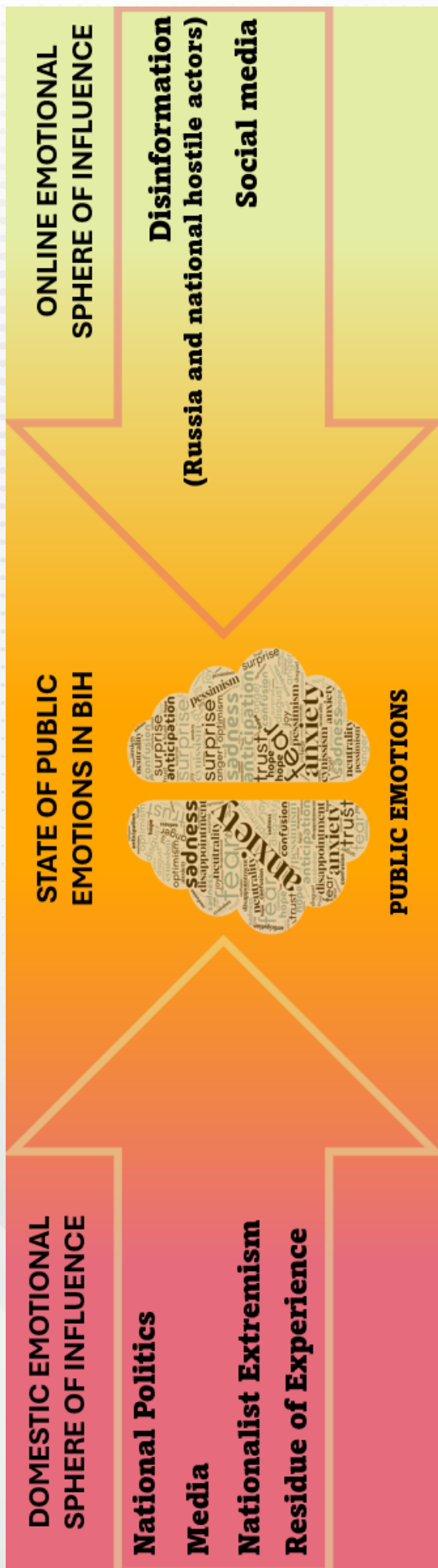
Međutim, za učinkovitu emocionalno temeljenu stratešku komunikaciju koja će ojačati podršku NATO-u u Bosni i Hercegovini, ključno je pažljivo proučiti javnu sferu i razviti suptilno i sofisticirano razumijevanje prirode, distribucije i snage emocija povezanih s NATO-om. Iako je ovo izvan opsega ovog političkog izvještaja, treba uzeti u obzir i način na koji unutarnje ukrštanje identiteta i rod oblikuju javne emocije povezane s NATO-om.

Primjer učinkovite emocionalne komunikacijske alatke: Kognitivna disonanca i emocionalno angažiranje

Dennison objašnjava kako kognitivna disonanca nastaje iz nelagode koju izaziva vjerovanje u dvije suprotne stvari, što dovodi do procesa suočavanja s činjenicama i pomirenja vlastitih stavova i uvjerenja. Tijekom svog istraživanja, Halilović i Veljan svjedočili su kako emocionalno angažiranje u kombinaciji s novim informacijama može stvoriti potrebnu kognitivnu disonancu za oblikovanje novih percepcija. Objasnili su kako je tijekom jedne radionice jedan dobro informirani sudionik o koristima NATO-a, kroz angažman s nekoliko drugih sudionika koji su u početku imali negativna stajališta, prešao na vrlo podržavajuće stavove prema NATO integraciji za BiH. Ovo je snažan primjer kako emocionalna komunikacija može podržati promjenu problematičnih uvjerenja.

⁵⁶ Cited in Halilović, & Roberts.

⁵⁷ *Ibid*, Dennison.



Register of Main Emotions

TRUST SADNESS DISAPPOINTMENT	FEAR HOPE SURPRISE	ANXIETY ANTICIPATION	CONFUSION PESSIMISM ANTICIPATION DISGUST TRUST	ANXIETY OPTIMISM FEAR SURPRISE	CYNISSISM NEUTRALITY SADNESS JOY	ANGER ANTICIPATION FEAR ANXIETY
Behavioural Response						
Retreat, submit, plead Examine and feel small Jump back and withdraw Examine and embrace Observe, consider, compare Accept, support, celebrate Hurry, defend, react Turn inwards, avoid, be passive	Examine and feel small Withdraw and examine Rejection and examine Jump back and withdraw Examine and connect Examine and embrace	Feel big Confront, assert, impose, dismiss Examine and feel small Feel small Retreat, submit, plead Observe, consider, compare				

Slika 3 NATO emocionalno mapiranje sfere emocionalnog uticaja

4. PRIMJER DOBRE PRAKSE EMOCIONALNE UPRAVE

"As-salaam Alaikum. Mir neka je na vama.

To su bile riječi zajednice koja je, suočena s mržnjom i nasiljem, imala svakako pravo izraziti bijes, ali su umjesto toga otvorila svoja vrata da svi zajedno tugujemo s njima. I tako kažemo onima koji su izgubili najviše, možda nismo uvijek imali riječi. Možda smo ostavljali cvijeće, izvodili haka ples, pjevali pjesme ili jednostavno grlili. Ali čak i kada nismo imali riječi, još uvijek smo čuli vaše, i one su nas ostavile ponizne i ujedinjene.

Tokom posljednja dva tjedna čuli smo priče onih koje je ovaj teroristički napad pogodio. To su bile priče o hrabrosti. Priče o onima koji su rođeni ovdje, odrasli ovdje, ili su napravili Novi Zeland svojim domom. Koji su tražili utočište ili bolji život za sebe i svoje obitelji.

Te priče sada čine dio naših kolektivnih sjećanja. Ostat će s nama zauvijek. One su mi.

Ali s tim sjećanjem dolazi odgovornost. Odgovornost da budemo mjesto kakvo želimo biti. Mjesto koje je različito, koje je gostoljubivo, koje je ljubazno i suosjećajno. Ti vrijednosti predstavljaju najbolje od nas.

Ali čak i najružniji virusi mogu postojati u mjestima gdje nisu dobrodošli. Rasizam postoji, ali nije dobrodošao ovdje. Napad na slobodu bilo kojeg od nas koji praktikuje svoju vjeru ili religiju, nije dobrodošao ovdje. Nasilje i ekstremizam u svim oblicima, nisu dobrodošli ovdje. I u posljednja dva tjedna pokazali smo to, vi ste to pokazali, svojim djelima.

Od tisuća na svetim okupljanjima do 95-godišnjeg čovjeka koji je uzeo četiri autobusa kako bi prisustvovao skupu jer nije mogao spavati zbog tuge što je vidio povrede i patnje drugih. Naš izazov sada je da najbolji dio nas postane svakodnevna stvarnost.

Jer nismo imuni na viruse mržnje, straha, drugih. Nikada nismo bili. Ali možemo biti narod koji otkriva lijek."

Izvodi iz govora bivše premijerke Novog Zelanda Jacinde Ardern na memorijalu u Christchurchu, 2019.



Uspješan primjer emocionalne uprave može se vidjeti u strateškoj komunikaciji vlade Novog Zelanda (NZ) i njenoj kasnijoj javnoj komunikaciji u vezi sa napadom u Christchurchu, koja je pokazala potencijal emocionalno zasnovanih strateških pristupa u smanjenju straha i ljutnje i promoviranju zajedništva, što je dovelo do ujedinjujućih društvenih pokreta koji su imali talasaste efekte širom svijeta. Naime, istraživanje javnih komentara na Twitteru nakon napada u Christchurchu pokazalo je da je javna sfera bila uzburkana, sa početnom ljutnjom i tugom koje su u velikoj mjeri bile nadmašene pozitivnim tvitovima koji su izražavali saosjećanje i solidarnost.⁵⁸ Hashtag #NewZealand korišten je kako bi se izrazila solidarnost sa Novim Zelandom i zahvalnost prema premijerki za njezinu suosjećajnost i solidarnost prema žrtvama.⁵⁹ Ovo je pokazatelj uspješne komunikacijske strategije tadašnje premijerke Novog Zelanda, Jacinde Ardern, koja je uspjela okupiti građane kod kuće i širom svijeta. Kao što je ranije spomenuto u ovom izvještaju, poruke zasnovane na osobnim iskustvima, facijalne ekspresije i govor tijela mogu mijenjati emocionalne ishode.⁶⁰

Iako predstavljaju izazove, krize poput napada u Christchurchu također predstavljaju priliku za izgradnju povjerenja i reputacije za vlade, institucije i donositelje politika. U vremenima krize ljudi se obraćaju institucijama kako bi komunicirale i prenijele poruku koja zadovoljava njihove informacijske, kao i emocionalne potrebe.

58 *Ibid*, Aboualhuda.

59 *Ibid*, Aboualhuda.

60 *Ibid*, Dennison.

5. RODNO OSJETLJIVE EMOCIONALNE STRATEGIJE KOMUNIKACIJE

Kada se pažljivije ispita javna emocija, uočavaju se razlike između muškaraca i žena, pri čemu bosanske žene izražavaju značajno veći strah od nesigurnosti i nestabilnosti koju bi članstvo u NATO-u moglo donijeti njihovim zajednicama i porodicama. Dodatno, žene ne vide NATO kao “mehanizam kolektivne sigurnosti, već kao vanjsku silu koja može poremetiti unutrašnju dinamiku”⁶¹. Ovo viđenje je pojačano etno-nacionalističkim i desničarskim štetnim narativima koji su posebno usmjereni na žene u Zapadnom Balkanu. Nedostatak podrške žena prema NATO-u proizlazi iz njihovih “strahova od naknadne povećane militarizacije u BiH”⁶² i “ideja da bi bosanske snage bile prisiljene da se bore za spoljne interese”⁶³.

Rodno specifična dezinformacija i propaganda utiču na žene i djevojke u regionu, što ih obeshrabruje da uđu u javne i građanske sfere, što na kraju utiče na ravnopravan participativni prostor demokratije. Kao što Halilović i Veljan razborito naglašavaju, suprotstavljanje ovom fenomenu zahtijeva “stalne napore za povećanje zastupljenosti žena na odlučujućim pozicijama unutar sektora sigurnosti i implementaciju politika i praksi koje uzimaju u obzir rodnu perspektivu”⁶⁴. Prije deset godina, Mlinarević, Isaković i Rees su napravili sličnu opservaciju naglašavajući kako je odsustvo žena u Dejtonskom mirovnom sporazumu iz 2015. godine umanjilo mogućnost da žene budu prepoznate kao agenti promjena u društvu.⁶⁵

Da bi bile učinkovite, emocionalno zasnovane strategijske komunikacije morat će prepoznati različita iskustva, jer muškarci i žene, dječaci i djevojčice, osjećaju, doživljavaju i odgovaraju na različite načine. Kao takve, morat će identificirati faktore specifične za spol, kao i prošla iskustva vezana za nasilje zasnovano na spolu tijekom sukoba (žene i muškarci su bili različito

61 *Ibid*, Halilović, M. & Veljan. N., p. 34.

62 *Ibid*, Halilović, M. & Veljan. N., p. 34.

63 *Ibid*, Halilović, M. & Veljan. N., p. 34.

64 *Ibid*, Halilović, M. & Veljan. N.; o recentnom uvidu u rodne perspektive na Balkanu i NATO.voj WPS agendi, vidi: https://www.nato.int/cps/en/natohq/news_222406.htm?selectedLocale=en.

65 Mlinarević, G., Isaković, N. P. and Rees, M. (2015). 'If Women are Left out of Peace Talks'. *Forced Migration Review*, 50.

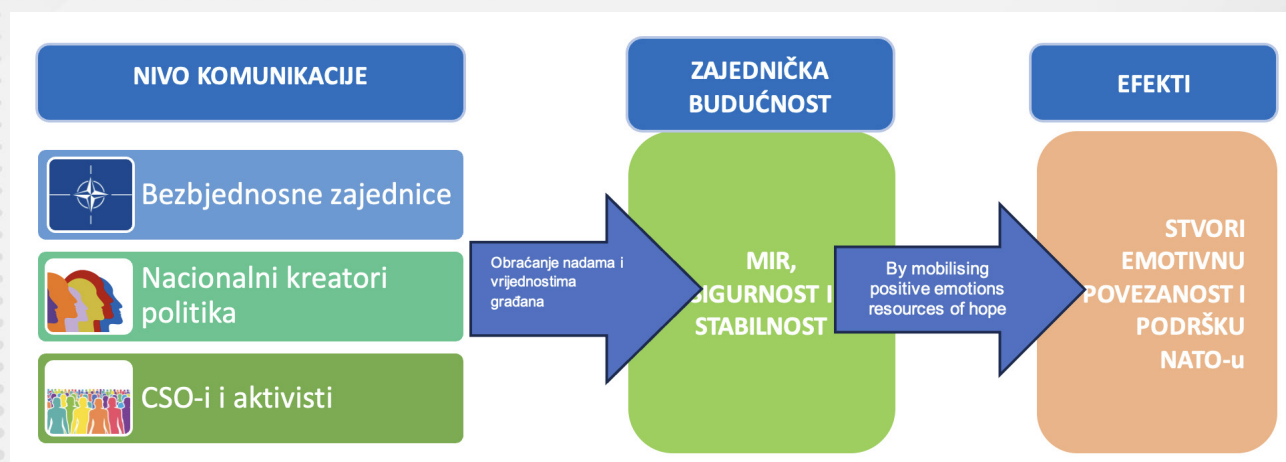
pogođeni različitim sukobima u regiji)⁶⁶. Socijalne norme i različita individualna iskustva oblikuju negativne emocije žena prema NATO-u u odnosu na muškarce, kao i najbolje kanale za doseganje žena, muškaraca, djevojčica i dječaka.

66 Haider, H. (2017). *Gender and Conflict in the Western Balkans*. K4D Helpdesk Report. Brighton, UK: Institute of Development Studies.

ZAKLJUČNE PREPORUKE

Ovaj politički izvještaj pokazuje kako javne emocije u Bosni i Hercegovini oblikuju percepcije i stavove Bosanaca prema NATO-u i članstvu u Savezu. U informativnom okruženju u kojem su institucionalni akteri u prednosti u komunikaciji, dok su javno povjerenje i medijska pismenost niski, manipulacija informacijama zasnovana na emocijama od strane neprijateljskih aktera kod kuće i na Balkanu raste. Iako percepcije NATO-a u zemlji ostaju pozitivne, postojeće negativne emocionalne mape prema NATO-u među građanima Bosne i Hercegovine podrivaju javnu podršku organizaciji. Štetni emotivni narativi podrivaju legitimitet NATO-a u regiji i polako erodiraju javnu podršku za trenutnu partnersku saradnju BiH i buduće članstvo u NATO-u.

Mapiranje percepcije i stavova prema NATO-u otkriva da su varijante i registri emocija uglavnom usmjereni prema negativnim, a ne pozitivnim, slijedeći etničke i rodne linije. Optimizam Bosanaca prema NATO-u ima protivtežu u zbunjenosti, nepovjerenju, tjeskobi, pesimizmu, cinizmu - koji nastaju kombinacijom osnovnih straha i bijesa - u kontekstu kolektivnog političkog i socijalnog okvira obilježenog razočarenjem, strahom, nesigurnošću i nadom. Da bi se ojačala podrška prema NATO-u u regiji, napori bi trebali biti usmjereni na optimizam i nadu kako bi se smanjio intenzitet tjeskobe, uz istovremeno priznanje tih javnih osjećaja.



Optimizam i nada unutar bosanske javne sfere povezani su s pojmovima mira, sigurnosti i stabilnosti, dok su problematičniji izrazi emocija povezani s nesigurnošću, nasiljem i nestabilnošću. Stoga, da bi se razvila kolektivna društvena socijalizacija pozitivnih stavova prema NATO-u, nalik pozitivnom društvenom pokretu, potrebno je poticati i održavati kolektivne osjećaje i emocionalnu kontagioznost ('NATO strast') kroz apel i zagovaranje zajedničke budućnosti ('što ujedinjuje ljude da se angažiraju s NATO-om') i temeljne vrijednosti koje nadmašuju etničke i političke podjele; one koje se karakteriziraju mirom, sigurnošću i stabilnošću, a koje na kraju grade zajedničku motivaciju za budućnost i okupljaju zajednice.

Kako bi se učinkovito informiralo i angažiralo javno mnijenje i ojačala podrška prema NATO-u na Zapadnom Balkanu, a posebno u BiH, trebala bi se razmotriti strategija emocionalne komunikacije temeljena na emocionalnom upravljanju i institucionalnoj emocionalnoj inteligenciji kao temeljnim načelima. Integracija rodno osjetljive strategije emocionalne komunikacije u opći okvir također je ključna jer će omogućiti prepoznavanje i integraciju diferenciranih iskustava muškaraca i žena prema NATO-u pri razvoju učinkovitih odgovora.

Principi na emocijama zasnovane strateške komunikacije

Identifikuj i mapiraj javne emocije prema NATO	Razumij kvalitet i dinamiku tih emocija - prirodu, distribuciju i jačinu uključenih emocija.	Identifikuj emocionalni kontekst(e) i različite sfere emotivnog uticaja koji informiše i oblikuje negativitet ili pozitivitet emocionalne javne sfere.	Prepoznaj i integriši diferencirana emotivna iskustva muškaraca i žena.	Razvij cjelovito razumijevanje bihevioralnih odgovora na involvirane emocije u cilju ostvarenja željenih ciljeva politika..	Angažuj adekvatne emocije da bi uticao na građane i zajednice sa ciljem izgradnje održivijeg većeg povjerenja prema NATO.	Osiguraj da su činjenice, vrijednosti i efikasnost adekvatno prezentovani kada je u pitanju doprinos NATO-a miru i stabilnosti.	Koristi emotivno pripovijedanje kako bi umanjio distancu između Alijanse i javnosti i uspostavio povjerenje.	Uzmi u obzir kognitivnu disonancu u razvoju kampanje podizanja svijesti.	Čuvaj se emotivne lažnosti.
--	--	--	---	---	---	---	--	--	-----------------------------

Izgradnjom takve strateške komunikacije ne samo da će se spriječiti i smanjiti utjecaj kolektivnih štetnih emocija i podržati emocionalna otpornost u BiH i na Zapadnom Balkanu, već će se na kraju također ojačati javno povjerenje u NATO, izgraditi njegov ugled i ojačati društvenu koheziju. Da bi emocionalno upravljanje bilo uspješno, NATO bi također trebao podržati i poticati javnu emocionalnu otpornost.



www.atlantskainicijativa.org