

**СЛОБОДАН РЕЉИЋ\***

Учитељски факултет

Београд

УДК 316.624:316.653

Монографска студија

Примљен: 29.08.2014

Одобен: 18.09.2014

## **КРАТКА ИСТОРИЈА СПИНА**

*Новинарство је кад објавите оно што неко  
не жели да буде објављено: Све остало је Пи-аР.*

Џорџ Орвел

**Сажетак:** Спин је најсофистициранији производ индустрије свести, који увелико надилази друштвено инцидентно продуковање лажи и полуистина што, противно својим моралним кодексима, обављају професионални новинари и јавни интелектуалци. Спиновање је више и од дезинофрмације која је, од великих друштвених организација „намерно срачунато пуштање у оптицај лажне информације која треба да заведе и обмане”. ПР агенције, по наруџби клијената – великих политичких или бизнис организација – „инжењерингом вести” производе потребну Истину и као професионални манипулатори немају моралних дилема иако пред собом имају формално слободног појединца који нити може да се штити од подсвесних манипулација, нити да компетентно процењује обиље информација с којим је свакодневно суочен. Као метод за „отупљивање способности критичког мишљења” спин јесте на друштвеном плану „опаснији за нашу демократију од многих отворених напада на њу” (Фром), али његова улога, по дефиницији, и није заштита општих интереса већ одбрана позиција владајућих елита у друштву.

**Кључне речи:** ера гомиле, прагматизам, манипулација, технике, Крилова комисија, мржња, фашизам

### I

Углавном се верује да појам „спин” у јавност стигао од Џорџа Орвела. Таквих активности је било у његовој Океанији („1984”) и на Фар-

---

\* relicars@gmail.com

ми („Животињска фарма”). А у предговору за књигу Орвелових политичких текстова, пола века касније, Тимоти Гартон Еш (Timoty Garton Ash) писао је да су „екстремне, тоталитарне верзије које су сатирично означаване као Новоговор (*Newspeak*) готово ишчезле ових дана, изузев у земљама као Бурма или Северна Кореја”, али је „опсесија демократски изабраних влада, посебно у Британији и Америци, да управљају медијима и 'спином' данас главна препрека за разумевање шта се то ради у наше име. Читајте Орвела и знаћете да мора да има нешто прљаво иза еуфемистичке и латинизоване фразе коју је користио портпарол НАТО за време косовског рата: *collateral damage*. (А то значи да су убијани невини цивили)”(Orwell, 2001: xviii).

Што ти је судбина великих мисли. И кад се позива на Орвелово откриће „спина” (*to spin – врмети, окретати*) добри Еш „спинује” – „интерпретира информације или догађаје у за њега позитивном светлу” (Рељић, 2011: 144). Јер, тзв. косовски рат је, кад не би био спинован, незаконита агресија НАТО пакта, бомбрадовањем, на суверену државу СРЈ, а што првдољубивог поштоваоца „чистог језика” – Орвелов текст „Политика и енглески језик” он препоручује за лековито читање – није уопште омело да остане на истим политичким, правним и хуманистичким позицијама као и онај портпарол НАТО који је предмет његове ироније. Али, кад погледате „својим очима” (а не Ешовим!) тај Орвелов текст онда видите да је велики писац „спиновање” налазио управо у циљаном избегавању да се свет сагледа реално. Због тога се он и залаже да језик не буде средство индустрије лажи и да се спасе од прљања, а грађани од бруталног манипулисања. „У наше време политички говор и писање у великој мери стају у одбрану неодбрањивог”, писао је Орвел те 1946. „Ствари као наставак британске владавине у Индији, руске чистке и депортације, бацање атомске бомбе на Јапан, могу се бранити само аргументима који су за већину људи кад се с њима суоче толико брутални, а опет се никако не слажу са вајним прокламованим циљевима политичких странака. Политички језик се зато углавном састоји од еуфемизама, смушених питање и муљавих нејасноће” (Orwell, 1946). И „осмишљен је – а то је уз благе варијације важи за све, од конзервативаца до анархиста – да учини да лаж звучи као истина, да је убиство поштено... Скоро је опште место да неку земљу хвалимо тако што је зовемо демократском; онда и браниоци било ког режима тврде да је он демократски и плаше се да би морали да престану да користе ту реч кад би она били ограничена на неко одређено значење. Речи овог типа се често свесно употребљавају на непоштен начин. То јест, особа која их користи има своју личну дефиницију, а и дозвољава слушаоцу да мисли да он на

уму има нешто сасвим друго... Маса латинских речи пада по чињеницама као меки снега, замагљује обрис и покрива детаље. Велики непријатељ јасног језика је неискреност. Када постоји јаз између нечијих стварних и декларисаних циљева, онда се све инстинктивно гура у дугачке речи и празне идиоме, као што сипа избацује оно мастило. У нашем добу не постоји 'остајање изван политике'. Сва питања су политичка, а сама политика је гомила лажи, превара, глупости, мржње и шизофреније. Кад је општа атмосфера лоша, језик мора да трпи (Orwell, 1946).

Кад језик постане голи инструмент лажи, онда се тражење Истине, што је природна човеково потреба, потпуно обесмисли. Кад је индивидуум избачен из тог стања онда демократија, као начин владања успостављен на потенцијалу слободног избора, тоне у стање анти-система. Спин је, дакле, смртоносни вирус у крвотоку западних либералних вредности.

## II

Спин није инцидентна лаж која се појављује у сложенем систему информисања демократског друштва а као неморални чин. Спин не стаје ни у систематску производњу неистина која се у европском културном простору обележава појмом дезинформација (Волков, 2001), а дефинише „као намерно срачунато пуштање у оптицај лажне информације која треба да заведе и обмане” (Chambers Twentieth Century Dictionary из 1972.) или „коришћење технике информисања, нарочито информисања широких маса, у циљу обамне, прикривања или изобличавања чињеница” (француски речник Le Grand Robert).

Француски политички писац Владимир Волков (Vladimir Volkoff) чије се познато дело *Petite histoire de la disinformation* (1998), код нас преведено као „Дезинформација”, истрајно бави чињеницом „да је информација сама по себи кварљива роба” истиче да „морамо бити свесни да код сваког ко је у прилици да манипулише јавним мњењем, постоји искушење да приближну истину претвори у бестидну лаж” (Волков, 2001: 19). И то искушење се у друштву све разводњенијег морала претвара у пожељно дело које се и објашњава без етичких дилема. „Сећам се ручка, 1982. ако не грешим, током којег смо покојни професор Пјер Дебре Рицен (Pierre Debray-Ritzen), Жан Фере (Jean Ferre) и ја разрађивали реч по реч, следећу дефиницију: 'Техника која омогућава да се неко снабде општим погрешним информацијама и томе наведе на извођење колективних акција или на ширење мишљења и закључака које желе дезинформатори' ” (Волков, 2001: 21). И Волков, који је утврдио да је сам термин дезинформација дошао из Совјетског Савеза после Другог

светског рата а што је њима „означавало праксу којом су се искључиво капиталисти служили да би тлачили и држали у потчињености широке народне масе” (Волков, 2001: 20), констатује да су технике дезинформисања „у међувремену постале права филозофија”.

Спин, пак, као продукт либералне англосаксонске културе комуницирања, законито је дете једног другог филозофског правца. Крајем XIX и почетком XX века филозофска струјања су изродила - прагматизам. Име правцу је дао Чарл Сандерс Перс (Charles Sanders Peirce), али је тек дело Вилијема Џемса (William James) *Прагматизам - ново име за старе путеве мишљења* (1907) означило утемељење школе која се калемила на енглески утилитаризм. Џемс је своју књигу посветио: „Успомени Џона Стјуарта Мила - од кога сам се прво научио прагматичкој отворености духа а кога моја машта воли да слика као нашег вођу да је данас у животу”. Као у крајњој инстанци продукт америчког ума „прагматизам се јавља пре свега као метода решавања самих дневних тешкоћа у које се заплео америкашки културни и друштвени живот” (Недељковић, 1991:259). За прагматисте је *истина* „само помоћно средство нашег мишљења” и - „истина је једна врста добра, а не, као што се обично мисли, категорија потпуно одвојена од доброг... И можемо ли онда, да стално држимо одвојено оно што је боље за нас од онога што је истинито за нас? Прагматизам вели не, и ја се потпуно слажем с њим” (Џемс, 1991: 49-50). Бертранд Расел (Bertrand Russell), „који је прошли светски рат, због свог социјализма и пацифизма, преседео у британским затворима, рекао је делимице тачно о ратоборном прагматизму да је он само 'америкашки комерцијализам’” (Недељковић, 1991:262).

Сам Џемс је изричито тврдио да „истина живи највећим делом по кредитном систему. Наше мисли и веровања 'пролазе', све док им се нешто не успротиви, као што новчанице пролазе све док нико не одбија да их прими.” Он је тврдио да су истине подложне „проверавању негде и на неком месту, без чега се зграда истине руши као финансиски систем који нема никакве стварне подлоге у готовом. Ви примате моје поверење о некој ствари, ја примам ваше о другој. Ми узајамно тргујемо истинама” (Џемс, 1991:120).

Теоријско настојање прагматизма да се „јавља као велики измири-тељ метафизичара и антиметафизичара, ирационалиста и рационалиста, богмољаца и атеиста, материјалиста и идеалиста” није донело никаву синтезу, чак ни еклектичко сабирање, „већ помицање проблематике у једну посве нову димензију, у сферу практичног, успјешног” (Грлић, 1983:195). А шта је то у реалном животу, лепо се може видети, из констатације Џемсовог наследника на престижној филозофској катедри

Харвардског универзитета Ралф-Бартон Перија (Ralph Barton Perry), који је после Првог светског рата, бурних двадесетих прошлог века, констатовао да су „велики светски хоризонтални расцеп између привилегованих и непривилегованих, и растућа моћ и насртљивост радника окренули, у Америци као и другде, пажњу унутрашњим проблемима и изазвали, моћни пораст националне конзервативности. И нимало случајно овај... широко утицајни представник америчке демократије започиње свој чланак о америчкој свести истичући и величајући као пример најчистијег американизма Хансонов случај. 'Г. Оли Хансон (Ole Hanson), градоначелник Ситлиа (и Вашингтона, прим. С.Р.) постао је, пише Пери, у последње време нека врста националног хероја зато што је то учинио на енергичан и сасвим амерички начин” (Недељковић, 1991:261-262).

А како се другачије и односити према онима који одбијају да „припадају и срцем и душом Новом добу”. „Неки идеали су универзални: бити поштен, милостив, не напијати се много. Али постоје два принципа које је развила данашња Америка, који су њени лични, а то су: *Трговачка умишност* и *Практични смисао*”, писаће тридесетих година прошлог века амерички нобеловац Синклер Луис (Hartley Sinclair Lewis) у познатом сатиричном делу „Човек који је познавао Кулица”. Нова трговина се одваја од реалности. Не продаје се добра роба него заносни привиди. „Купац врло често више воли јабуку друге врсте у једној елегантној кеси, него првокласну у грубој хартији. Аутомобилиста ће продужити да узима очајан бензин, само ако су чиновници код пумпе обучени у лепу и сјајну уноформу, ако га дочекују с поштовањем и бесплатно обришу браник његовог аута” (Синклер, 147). А „практични смисао”, кад из филозофије сиђе у живот, мера је свих ствари. Па је за Божићне поклоне „некада свет куповао масу непотребних поклона - као књиге, слике и.т.д – шта се сад купује? На првом месту”, пише Синклер, „купују се... разноврсне аутомобилске потребе... дакле, ланци, осигурачи точкова, поклопци за хладњак, справе за мерење брзине, разне течности противу залеђивања мотора. И све то лепо намештено у једну божићну вазу, украшену зимзеленом” (Синклер, 151). Или, нешто романтичније. Пише жена свом љубљеном: „Божић се приближује. Можда намерава да ми учините какав поклон... Али никакав накит не вреди толико колико наше савршено пријатељство; ја не тражим другог поклона, до потпуног поштења вашег срца. Нека ваш поклон буде нешто интимно... И, ја бих желела... да буде практичан... Нека то буде место лепоте и мириса... Нека то буде оно што сам увек желела, што увек свака жена жели. Нешто што с радошћу прима од свог љубавника... или од

мужа... *КОМОДА ОД КЕДРОВИНЕ*. И затим се на реклами виде разни модели тих комода” (Синклер, 152-153).

### III

Још је Први светски рат омогућио прагматичној Америци да „сврви” унутрашњу побуну о којој говори Ралф-Бартон Пери, да се наметне као светска сила кад је 1917. ушла у рат и донела „ред” исцрпљеној и разореној Европи – и, да једном за свагда раскрсти са заблудама о демократији. За увођење америчких грађана у рат употребљена је техника, која је више од дезинформације, а тада се још није звала спин. Истина већ су постојале, не баш бројне, агенције за „јавне односе”. ПР је инфраструктура спина. И као што је цинично што су људи из АТ&Т корпорације, који су 1903. за наговарање грађана на потрошњу њихове робе и услуга а за повећање профита, за свој бостонски Биро за јавност (први установљени биро веће организација за оно што ће се звати ПР) наменили да „образују јавност”, тако ће Џорџ Крил (George Creel) дефинитивно утемељити цинизам и лицемерје као део тог посла, дрско називајући свој комитет, чији је циљ био да Американце одведе у Први светски рат, „*Кућа истине*”. И не постоји најмања сумња да је све употребљено да би из „Куће истине” [од њеног званичног оснивања 14. априла 1917. Извршном наредбом бр. 2594] излазиле непрегледне реке полуистина, свесних прећуткивања, јасних претњи, патриотским емоцијама обликованих подметања, пројектоване мржње. Ангажовани су сви распложиви капацитети „независне” штампе, сви потенцијали адвертајзинг индустрије у успону, употребљена универзитетска знања, тајне службе, холивудска индустрија „покретних слика”, крупни бизнис, мали бизнисмени; глумачке вештине и позоришна знања искориштени су за фантастичну мрежу стотина хиљада говора *Four-Minute Men* који су били скројени тако да обичан, у својој средини угледан, човек пред својим суграђанима постави најтежа питања и на њих да „уверљиве”, смишљене одговоре у само 4 минута, јер су позоришни људи знали да око 4 минута траје пуна концентрација слушалаца; ангажовани су цртачи, фотографи, писци, доушници, старо и младо, а да би се произвео инстант „новог начина мишљења”. „Никад пре тога у историји”, писали су истраживачи Чарлс и Мери Берд (Charles and Mary Beard), „није организована таква кампања едукације; никад пре тога амерички грађани нису осетили како свеобухватно, како неодољиво модерна влада може наметати своје идеје читавој нацији” (Ewen, 1996:119).

И рат је „продат” Американцима. Многи чланови комисије која је прозвана по шефи Џорџу Крилу су напредовали у америчком јавном животу. Крилово дело је „нова сила” друштва. „Зао дух”, како би рекли

верници демократије, изашао је из боце и „преокупација потребом да се јавни односи подешавају и потрага за техникама како се то подешавање може досећи пренесени су у послератни период”, закључиће Стјуарт Јуан (Stuart Ewen) у својој „социјалној историји спина”. „Едукација за рат” је донела „микс сензибилитета – велику наклоност према крупном бизнису и повећану пажњу на значај обликовања јавног мњења – који је анимирао животе и класу америчких интелектуалца који су се после ратне службе враћали свакодневном животу” (Ewen, 1996:126).

#### IV

Истини за вољу на овом месту се мора констатовати да, без обзира – односно, можда баш због тога! - што „америчка практична филозофија” зна да „истинитост није ништа друго до успешност тј. да је истина све оно што коме индивидуално, посебно и опште успева” и да је мера „америчке свести” и „американизма” принцип да „успех једини доказује све, способност, истинитост, објективност, стварност” (Недељковић, 1991:250) – америчка хуманистичка наука није била способна да створи научне основе за велики преокрет. Али јесте непрагматична Европа - која се „гушила” у обавезама према вековима мишљења и гнушала се баналности техника –стварала нова знања. Међу америчким мислећим светом веома популарни почетком XX века била су два Француза: Гистав Ле Бон (Gustave Le Bon) и Габријел Тард (Gabriel Tarde). Ле Бонова студија „Психологија гомиле” (1895) у Америци је читана као приручник за рад с масама. Амерички председник Теодор Рузвелт (1901-1909) стално је ту невелику књигу држао на дохват руке и силно желео да сретне аутора. [Жеља му се остварила јуна 1914.]

Ле Бон је пророковао да „док се љуљају и ишчежавају сва наша стара веровања, док се стари стубови друштва једни за другим руше *сила гомиле* јесте једина снага, којој ништа не прети и чији престиж само расте. Век у који улазимо, биће доиста *ера гомиле*” (Ле Бон, 1896:9). Сила гомиле је слепа и њу неко мора да води и усмерава, неко ко ће спознати њено биће. А то се може, ако се зна. Гомила је интелектуално инфериорна и тражи – појединце, вође, групе. Гомилом се управља. „Зачудимо се који пут, читајући, слабостима извесних 'говора', који су међутим имали огроман утисак на гомиле, које су их саслушавале; али се заборавља при том, да су ти говори и удешени да повуку гомилу за собом... Беседник, који је у интимном општењу са гомилом, зна да им изазове у свест слике уображења, које ће их преластити. Успе ли, циљ је постигнут; и двадесет свезака свечаних беседа – увек справљених после свршеног чина – не вреде колико оно неколико фраза, које су допрле до мозгова, које је ваљало 'убедити' ” (Ле Бон, 1896:69). Ле Бон је показао

ограниченост моћи рација и неслућене моћи скривених сила, уобразиља које треба умети откривати. Он је скренуо пажњу на – слику. Слика је моћнија од речи, кад се обраћате масама. Буди јаче асоцијације. „Слике, која је у духу њиховом изазвао какав догађај, личност, случај скоро имају *живост стварности*” (Ле Бон, 1896:69). (курзив С.Р.) За оне који ће се дати на послове ПР круцијално је: „Ко се разуме у вештину да дејствује на уобразиљу гомиле, зна у исто време и вештину да њима влада” (Ле Бон, 1896:74).

Габријел Тард, нека врста провинцијског самоуког социолога, протоком времена је добијао на значају. За наше потребе узећемо увид Марка Марковића, докторанда француске политологије. Одговарајући на питање о западном „медијском јуришу” против „демократских” народа др Марковић је упитао питача: „Шта мислите ко је од великих социолога однео победу у XX веку?... Неки ће рећи да је то Маркс. Ви можда мислите на некога од његових критичара.” Те прве асоцијације тешко је оповрћи, али др Марковић је устврдио: „Не. Победник је француски социолог Габријел Тард (1843-1904)... Он се бавио проучавањем имитације и социјалног миметизма. У почетку, имитација је за њега била углавном позитиван појам. Дете се развија подражавањем. И што је шири круг људи око њега, што је већи број примера за подражавање, то је подражавање здравије и успешније. Наравно, имитација мора бити подвргнута контроли и руководству све до зрелих година.” Али Тард ће увидети да се колективне имитације могу злоупотребљавати. Главни инструмент тога, по Тарду, је „улога штампе у друштвеном животу и њен утицај на масе”. Он је схватио „њену 'велику моћ која мора стално расти' њену способност да створи 'једну огромну гомилу, апстрактну и суверену', коју ће назвати 'јавно мњење' ” (Марковић, 1994:9).

Тард је у „Мишљењу гомиле” разликовао „публику” од „гомиле” и одлучно твдио: „На несрећу, сви колективи су слични у једном: то је њихова жалосна склоност да се раздраже завишћу и мржњом. За гомиле, потреба за мржњом одговара потреби за акцијом. Буђење одушевљења их не води далеко; али дати им предмет мржње, то значи отворити пут њиховој акцији која је, као што знамо, у суштини деструктивна.” Др Марковић објашњава да је „Тард знао да моћ штампе може да запали и 'публику' једног листа, претварајући је у гомилу: 'Открити или измислити неки нов предмет мржње намењен публици, то је једно од најсигурнијих средстава да се човек уврсти у краљеве журнализма. Ни у једној земљи, ни у једном временском периоду, апологија није имала толико успеха као клеветања” (Марковић, 1994:9).

Кад се једном утврдило да су Ле Бонови и Тардови „закони гомиле”, и увиди у суштину јавности, тачни и употребљиви и кад су откривена средства како се може кротити и усмеравати енергија маса, *елите* се никад неће добровољно оставити тог оружја. А демократија се стално испражњава од основног смисла. Њени принципи, слободе, њене привлачности постаће – средства манипулације.

V

Ајви Ли (Ivy Lee) је име упамћено као симболички прво у ПР професији. После краће новинарске каријере у *Њујорк џорналу*, *Њујорк тајмсу* и *Њујорку ворлду* отворио је 1904. агенцију за односе с јавношћу. Ово није „тајни прес биро”, обајвио је. „Сав наш посао је јаван. Наш циљ је да *допремамо вести*.” Вести допремају и новинске агнечије, али Ли није мислио на то. Ради се о одређеним вестима око одређених случајева. А како се бирају вести које ће се *допремати*? Па, тако што ће се допремати тачно оне вести за које неко плати *допремање*. Ли је објаснио и да „гарантују” ниво: *Озбиљност, Веродостојност, Утицај!* А даваће „само текстове од реалног интереса, направљене тако да привлаче пажњу и уредника и читалаца - никад сензационалистички, никад клеветнички, увек озбиљно, увек истинито, увек читљиво” (Ewen, 1996:76). И тако он једног пролетњег поподнева 1914. седи у офису, прочитао је новине и баш му се чинило да ће ово бити још један уобичајено миран дан, кад упада Џон Д. Рокфелер. А што би се господин Рокфелер бавио *допремањем* вести?

Џон Д. Рокфелер и његов *Стандард Ојл* изазвали су 20. априла 1914. године „један од историјских најдраматичнијих сукоба капитала и рада”. Полиција која је на Ускрс 1914. кренула да „уразуми” штрајкаче који су се у бедном шаторском насељу у Лудлову, Колорадо, од септембра 1913. борили за долар више - убила је три жене и једанаесторо рударске деце. „У рупама које су ископане да би се несрећници заштитили од пушчане ватре жене и деца су скапали као пацови у клопци преко које се распалила ватра”, описао је „масакр у Лудлову” *Њујорк тајмс* 21. априла 1914.

Како то већ бива око сукоба безимене сиротиње и најмоћнијих људи - којима је капиталистичка држава Це-Ка за координирање и остваривање њихове историјске мисије - одмах је започело заседање федералне Комисије за индустријске односе. Џон Д. Рокфелер, млађи, све је „бацио у реку”: „Није било масакра у Лудлову. Сукоб је започео као панична борба за живот две мале јединице милиције против целокупне шаторске колоније...” Читав век после ће свет бити суочен с таквим сценама - голорука полиција која штити светиње „право и имовину” и

до зуба наоружани бедни људи који, у стварности, немају ни да се прехране: ето, шта се десило по Рокфелеру, а ту су се, по логици тих сценарија, умешали „добро плаћени агитатори које је послао синдикат”. Логика демократије богатих је: да је свака организација, сем њихове, сумњива и да је свако плаћање које не долази од њих плод завереника и непријатеља система. Да би се та анти-здраворазумска парадигма одржавала у друштву и да прича о конкретном масакру не би узбуњивала народа, најбогатији човек се обратио власника агенције за „инжењеринг вести”, јер тада се ти мајстори производње „другачије стварности” још нису звали ПР-саветници.

У случају „масакра у Лудлову” Ли је одмах кренуо у затрпавање новина серијом циркулара под насловом „Чињенице везане за штрајк у Колораду за индустријску слободу”. Од јуна до септембра, свака четири до седам дана, на адресу министара, уредника, учитеља, бизнисмена ишле су „истине о случају”. Један од доказа је био прес-клипинг који је недвосмислено доказивао да „уреднички сентимент” новина у Колораду углавном није на страни штрајкача. „У извештају је једино занемарена чињеница да уредници који су били предмет истраживања сви одреда раде за новине које су биле вођене од стране компанија за угаљ” (Ewen, 1996:79). Пуштена је и „чињеница”, да је синдикални активиста Мајка Цонс, 82-годишњакиња, била „проститутка и да је држала бордел”. („Никад сензационалистички, никад клеветнички, увек озбиљно, увек истинито, увек читљиво”).

Ајви Ли је тада „пронашао” и образац који ће у том послу постати класично средство рада. Алат за сва времена. „Један билтен је нудио аутентични извештај Хелен Гренфел, која је једноставно идентификована као 'председник Лиге Колорада за право и поредак'.” А њен прилог је убедљиво доказивао да су пуцњаву у Лудлову иницирали штрајкачи и да су куршуми који су засули њихове шаторе обичан инцидент. Међутим, „у извештају није споменуто да Гренфел, у ствари, није очевидац догађаја у Лудлову и да је она жена званичника са железнице чија компанија остварује профит превозећи угаљ у Колораду”(Ewen, 1996:76).

Ипак, био је то ђаволски тежак случај, па је у јануара 1915. државне Комисије за индустријске односе спровела истрагу, па је Ајви Ли добио прилику и да својим речима објасни председнику Комисије Франку П. Велшу своју теорију истине.

*Вели:* Господин Рокфелер Вам је рекао да будете одлучни у утврђивању истине?

*Ли:* Да.

*Вели:* Како сте то чинили?

*Ли:* То око истине, господине председниче, ја мислим на истину управе. Ја сам њих саветовао да би обликовали свој исказ.

*Вели:* Ваше информације су долазиле искључиво од њих?

*Ли:* Да.

*Вели:* Кад су вам давали новински клипинг као једине важне чињенице, питали сте их да ли знају да ли је то истина?

*Ли:* Не.

*Вели:* Да ли сте их питали од кога су добијали те новине?

*Ли:* Стварно не могу да се сетим. Верујем да јесам, господине председниче.

*Вели:* Да ли сте знали да је њихов бранилац био власник тих новина...?

*Ли:* Не...

*Вели:* Намеравали сте да дате чињенице, истину о штрајку?

*Ли:* Да, истину како је види они из управе. Ја сам био тамо да помогнем њима да објасне случај. Ја сам им помагао да изнесу чињенице пре него што их буду читали многи.

*Вели:* Који сте лични напор чинили да би били сигурни да су чињенице које су вам је давали из управе биле истините?

*Ли:* Не. Ја немам одговорност за чињенице, нити обавезу ширу од њиховог усмеравања и стављања у најбољу форму за јавну употребу. Узимао сам чињенице које ми је усмено давао мистер Велборн. Ја немам разлога да не верујем да та реч није дата с савршено добрим уверењем (Ewen, 1996:79-80).

## VI

Ово јесте суштина ПР-погледа на свет, али „отац ПР” је, ипак, био човек од већег знања и ауторитета. И Едвард Берниз (Edward Louis Bernays) је волео да своје дело веже за дело Волтера Липмана (Walter Lippman), иако су то била два различита пута. Липман је једно од највећих новинарских имена у историји, не само Америке, и интелектуалац, а Берниз је водећи „мајстор манипулације”, зналац вештина. Липман ће 1922. објавити класично дело *Public Opinion* и најочигледније показивати да је у модерном друштву демократија без манипулације и „скривене руке” контроле - немогућа. Он ће на вечне дилеме, да ли је демократско управљање после атинских тргова уопште могуће, додавати доказе да људско биће у све сложенијем свету и све разуђенијој подели рада у позном капиталистичком друштву не може да толико обиље информација користи рационално и делотворно.. „Грађанин не може формирати истинито 'јавно' мњење. На нивоу нације, јавно мњење је или креирано или је фантом – у сваком случају није дело знањем опскрбљеног грађанина укљученог у широки процес мишљења... Његова оштра критика шокирала је многе који су се и супроставили његовим аргументима

– најпознатији је случај Џона Дјуџија (John Dewey), који је убрзо објавио књигу *The Public and Its Problems*” (McAllister, 2012). Полемика Липман-Дјуџи незаобораван је облик размене мишљења у америчком јавном мњењу, тако се и данас воде расправе ко је од два велика демократска мислиоца био у праву, а и коме је време више дало за право. Углавном се верује - Липману. Јер, јесу „пре рата (Првог, прим С.Р) прогресивни интелектуалци пристајали уз просветитељски диктум да су људи – бар они из средње класе – у суштини рационални и способни да процењују информације и онда доносе интелигентне одлуке. После Комитета за јавно информисање (Крилова комисија, прим С.Р.) 'јавно мњење' је постало нешто што се покреће и ствара; 'јавно мишљење' је сад ентитет који се фабрикује, а не тек разумева” (Ewen, 1996:127). А управо ово је промовисала књига која се појавила 1923. под насловом *Crystallizing Public Opinion*. Аутор Едвард Берниз, који је као и Липман имао искуство са Комитетом за јавно информисање, управо је кренуо путем неповерења у домете грађанина у демократији, али интелектуални ниво тог дела није могао да конкурише Дјуџевој бриљантној и заводљивој мисли. Међутим, управо ће недостаци те књиге постати њена највећа моћ.

„Липман третира јавно мњење на чисто теоријској бази. Он никад није сишао доле да учини нешто на његовом мењању. Он говори као што социолог расправља о друштвеном систему касти... апстрактно. Био сам изненађен тим. Јер он је новинар” (Ewen, 1996:159), причаће много година касније Берниз, у време кад је већ био проглашен „оцем ПР”. Док је Липман „умирао у лепоти писања” и испоручивао јавности бриљантне расправе, Берниз се дао у израду (полу)приручника као што су „Кристализација јавног мњења” или „Пропаганда”, како је просто насловљен други његов спис. Фројдов сестрић, који је кад би му затребала помоћ са кутијом првокласних кубанских цигара одјурио би код ујке Зигија у Беч, објаснио је каква је разлика између адвертајзинга и ПР. Узео је пример – повећање продаје сланине (Ewen, 1996:165). Рекламне агенције ће на сва звона тј. за све паре, јављати да је сланина јефтинија, да је укусна, да даје резерве енергије за тешке послове. Али, по Бернизу, учинак је краткорочан и слаб. Чим се повуче реклама купац то заборави јер је окупиран новим рекламама. Онај ко зна да употребљава „принципе масовне психологије” кренуће на човеково несвесно. Како? Платиће лекаре којима се верује, да они објасне својим пацијентима да је „здрavo јести сланину” и ту је квалитет сланине од малог значаја, јер „математички можете утврдити колико ће велики број људи послушати савете свог доктора”, а да би то неко радио мора да употребљава „психолошку зависност људи од свог лекара” (Ewen, 1996:165). Дакле, не продаје се

ту роба, него кредибилитет ауторитета на којима се држи вера друштва у важне вредности.

## VII

Кад се педесетих година прошлог века појавио роман Слоана Вилсона *Човјек у сивом фланелском одијелу* (Sloan Wilson, *The Man in the Gray Flanel Suit*, 1955) бестселер продат у два милиона примерака, а 1956. је снимљен и филм с Грегори Пеком, у Америци се још увек осећао страх од тзв. *струке популаризације* (како се се тада немушто називали ПР и адвертајзинг). ПР-чаробњак Ралф Хопкинс „чије се дјеловање осјећа у дому готово сваког Америчанина, у свакој кући која посједује радио или телевизијски апарат... који је – избјегавајући славу – кроз протеклих двадесет година руководио готово сваком акцијом у *служби јавности* (Вилсон, 1959: 293), спреман је да створи свог наследника од талентованог тридесетогодишњака, али је овај то одбио зарад свог хабу-туса. То данас изгледа као бајка: *Once Upon a Time...*

Том Рет јесте у грозничавој потрази за новцем – да промени кућу, да обезбеди школовање деце – али ратни хероји и у хаотичном миру не могу да одбаце моралну ветикалу и душу. Да новац није ни најважнији ни свемоћан, они су учили у најсуровијим школама где ни живот нема цену. Човек који је морао да прекоље осамнаестогодишњака у немачкој униформи да би се дочепао његове бунде и тако спасао свој голи живот није могао да ускочи у морални код фаланге „сивих фланелских одела”. „Доиста не знам, што сам мислио, кад сам се вратио из рата. Слика, која ми се увијек изнова враћала пред очи, била је, мноштво веселих младих људи у сивим фланелским одијелима, у обијесној трци јури Њујорком некуд – непознато. Нису тражили ни срећу, ни идеале, тек стару, савгдању стазу. Дуго сам мислио да сам један од посматрача те јурњаве, док нисам са ужасом примијетио да и ја носим сиво, фланелско одијело” (Вилсон, 1959:367).

Кад је, због боље плате, одлучио да почне да ради у Савезном радио-удружењу (ТВ је још била у повоју) налетео је на пројекат „Менталне хигјене”. „Да ли вам је познато, да је више болесничких кревета заузето душевно болесним, него што је потребно за све болеснике од рака, срчаних болести и poliomyelitis-а заједно?”(Вилсон, 1959:60), рекао му је Хопкинс који је знао да је то – права прилика. И ПР-операција је могла да почне. „Господе боже... зар кане менталну хигјену продавати као цигарете?”(Вилсон, 1959:246), питао се наивни Том Рет пред конгрес лекара у Атлантик Ситију. Иронија судбине је хтела да ПР-чаробњак задобије пристанак за тај пројекат говором пуним искрене и наивне наде, а који је управо написао Том.

ПР је радња великих размера. Спин мора да тече природно као морски таласи на песковитој плажи. За то су прво потребни прави људи, гаранција да се ради о послу несумњивог кредибилитета. Што је посао друштвено штетнији то гаранција мора бити већа. „Конзултирајте отприлике дванаестак људи, који би сачињавали Истраживачки одбор”, издаје налог Хопкинс. „Изаберите такове који ће евентуално функционисати као повјереници. Од радника нека буде Бил Криски, од католика Фред Белоус, од Јевреја Абрахам Голдберг, од либерала Мери Харкинс. Од тврдокорне пословне чељади довољан сам ја, од демократа Пит Кровин, од републиканаца Нет Хигинс.

- Колико их има?

- Седам, рече Том. Биљежио је стреловитом брзином.

- У реду, од црнаца – Херберт Шо, за радио и телевизију бит ћу ја, Сам Петерсон од новина, од накладе илустрираних часописа Тед Бејли. Трабао би нам и који интелектуалац! Ставите Херолда Нортона из Харварда.

- Сад их је једанаест, рече Том.

- Тко нам још треба? Аха, нетко од филма: Рос Петерн.”

Састанак одбора ће се одржати у хотелу Валдорф-Асторија. Шта недостаје? Струка! А „сад листа Савјетодавног одбора лијечника. Нека буде седам чланова: шефови најјачих лијечничких удружења и најчувенији психијатри; пазите да не буду смушењаци” (Вилсон, 1959: 298). Смужењаци не могу од прве да схвате о чему је реч, а и непредвидиви су. Кад се обезбедите од њих „продаја” менталне хигјене може да почене.

Док јој се спрема терапија обична Америка изгледа нормално: још увек је 2:1 (то је однос из романа) били за отварање нове јавне школе упркос антикампањи земљопоседника; у тој Америци судија још увек с нескривеном наклоношћу брине за опстанак угроженог брака; та Америка се без лажног згражавања и с уважавањем суочавала са ратним делима својих војника који би - кад би се примењивала правила у ПР-свету смишљених „удружених злочиначких подухвата” у њиховом обрачуна с Немцима и Јапанцима – све славне генерале и стратеге одвели на оптуженичке клупе у Нирнберг, на пример, где би допали робије дуже него генерал Крстић или генерал Лазаревић у Хагу, а и добри Рузвелт је, иако болестан, могао завршити као Слободан Милошевић.

У Америци у којој је Влада ПР-пројекат, народ заражен ПР-истином а судије се држе ПР-закона све ово звучи као неслана шала. Јер, први међу онима у „сивом фланелском оделу” имао је дијагнозу (од истих оних лекара с којима развија „менталну хигјену” Америке) : у питању је „тешки осјећај кривње и да је његова константна тежња за

радом напросто жеља да казни и евентуално убије самог себе. Осјећај кривње по свој прилици базира на страху од хомосексуалности, био је рекао (психоаналитичар)” (Вилсон, 1959: 213). И кад је амерички ратник кога је тако збуњивао мир Америке, падобранац који је убио 17 људи – међу којима и свог најбољег ратног друга грешком, те посејао ванбрачног сина у суморним предграђима Рима 1944. – упркос свему, одбио понуду која се не одбија, да се припрема да стане на чело „новог похода”, ПР-чаробњак се „наједном нагло окренуо и погледао га: 'Нетко мора да се бави и великим стварима!' узвикне жестоко. 'Тај су свијет стварали људи мени слични. До краја извршити један посао, значи, предати се томе душом и тијелом; а ви остали, који дајете само половину својих могућности, јашете на нашим леђима!'

'Знам да је тако', рекао је Том” (Вилсон, 1959: 342).

Тако се победа ратника претворила у Пирову победу. Четири деценије касније, Џејмс Твичел (James Twitchell), који је читао и *The Man in the Gray Flannel Suit* написаће: „Управо супротно – овај поглед на односе с јавношћу и адвертајзинг ставрао је код мене још већу жељу да будем део тога. Ако Медисон авенија заиста ради како су ови аутори тврдили, онда је то управо место за мене” (Twitchell, 1995:xi). Цивилизација „сивих фланелских одела” се није могла зауставити моралним принципима и бригом за друштво. Ратници који су знали за страхоте у којима ПР-лекови могу само да отупљују болове али не и да их уклоне, избрисани су из сећања генерација које је ПР-индустрија препарирала да „мисле само о будућности”. ПР-цивилизација је премрежала и континент и свет. Пут у нови рат је отворен?

## VIII

Едвард Берниз је налазио да су најбољи опис духа ПР Наполеоново речи: „Околности? Па, ја правим околности!” (Ewen, 1996:167) ПР саветници су правилно разумели „дух времена” кад је постајало јасно да је замишљени идеал „информисаног грађанина” већ похрањен у маузолеј снова демократије и да је грађанин могао тек да конзумира сажвакане информације претворене у *вест*, зачињене, искројене, нашивене, скрпљене, упаковане. Реалност, ако се сирова информација узме као тако шта, већ је бивала субјективизирана, интерпретирана. О томе је Липман написао незаборавне странице у класичном делу „Јавно мњење”. И било је време да се Берниз коначно сети да се *вести* искорене из стварности: оне су већ „симплификоване и драматизоване”, усмерене мишљу издавача да „утичу на инстинкте”, па вешт човек са одређеним интересима и знањима закључује да се *вест* може креирати везана само за *своје идеје*. Такве вести, без везе с реалношћу, неће бити ништа мање

уверљиве. „У намери да утиче на инстинкте и базичне емоције јавности... саветник за ПР мора стварати вести око његових идеја... Он мора осамосталити идеје и развити их у догађаје који ће бити одмах разумљиви и могу привлачити пажњу као и саме вести” (Bernays, 1923:171).

Како објаснити мотив и хоризонт човека који разуме да је стигло време за тотални социјални инжењеринг? Професор Марвин Оласки (Marvin N. Olasky) је после разговора са Бернизом тврдио да је то његов поглед на религију. „Бернизова фундаментална вера је недостатак вере у Бога”, објашњавао је Оласки. „Он је видео да, оно што је у нашем интервјуу назвао 'свет без Бога', убрзано пада у друштвени хаос. Због тога он тврди да су друштвене манипулације саветника за јавно мњење оправдане до год људске креације могу да афирмишу вешту друштвену контролу и осигурају друштво од пропасти... Управљање иза сцене је непоходно, не само због личних предности, већ и због спасења друштва” (Тхе, 2002: 98). Кад човек постане Бог, онда не мора да се држи Божјег реда ствари, него може да неконтролисано успоставља свој „божји” ред. Берниз је „промовисао цигарете, за које је сумњао да су смртоносне, а у исто време кад је промовисао и национално здравствено осигурање” (Тхе, 2002: 98). За потребе свог клијента *United Fruit Company* Американцима је омилио банане, објаснио им је колико су здраве, а кад су произвођачи здравог воћа у Гватемали себи изабрали левичарску владу, да би боље живели, био је на челу ратне кампање у којој је „Јакобо Арбез Гузман демонизован, као што ће то пола века касније бити (Садам) Хусеин, а да би америчко мњење поверовало да је то рат против тираније. Стварни добитник те сурово-вођене политике (бејаше) - *United Fruit Company*, чију је бана-републику угрожавала нова левичарска влада Гватемале” (Тхе, 2002: viii). Кад нема Бога, ваљда је нормално, да људи више нису браћа, да је морал „у топузу”, да је Истина сенка давно преминуле лепе девојке а Правда слепица коју смо упознали у легенди Старих Римљана и тајно сажалевали вековима. Демократија је део пословне политика великих корпорација. Додуше, један Бернизов савременик (Николај Берђајев) је то називао - „сатанократија”, али он је долазио са Истока.

Демократско друштво је „контролисани хаос” коме је најбољи контролор (а грађани морају бити срећни што су добили „најбољег”) „невидљива”, „мека” рука инжењера, које ће Ђуро Шушњић описати као, „рибаре људских душа” (Шушњић, 2011). За Берниза пропаганда је једна од најважнијих друштвених делатности. Он је писао да је „једина разлика између 'пропаганде' и 'образовања', у ствари, тачка гледишта. Објашњење да верујемо у образовање. Објашњење да не верујемо у

пропаганду” (Туе, 2002: 97). Тако је укореењен свет у коме *public relations* менаџери, адвертајзинг стратеги и архитекти прорачунатих спектакла убрзано производи појмове о јавном дискурсу а онда и читаве епизоде историје.

## IX

Иако ће (све)моћна ПР заједница утрошити много пара да своје највеће вештине и себе представи као поштену девојчицу која је само једном прошла поред бордела, резултат неће бити бог-зна-какав. Следи исповест важног писца једне Библије *успешних односа с јавношћу*: „Грађани све чешће у медијским прилозима налазе на називе 'ПР', 'односи с јавношћу' и 'флакови' када се извештава о нафтним мрљама, цурењу токсичног материјала, корупцији у градским скупштинама, прљавим политичким играма и слично. Медији веома ретко доводе у везу односе с јавношћу са позитивним причама о организацијама и њиховим успесима” (Катлип, Сентер, Брум, 2006: 32). Нејака грађанска бића морају пристати на многе Велике лажи, али ето не могу још и да славе „лажове”. Док они троше своје бонусе после успешних „операција” остатак грађанина се панично хвата сламке спаса. „Књиге као што су *ПР! Друштвена историја спина (PR! A Social History of Spin)* и *Токсични отпад је благотворан за вас (Toxic Sludge is Good for You)*, у име клијената и циљева проблематичне вредности, дају селективне *post hoc* анализе делатности агената за штампу. Мала је потражња за књигама у којима се пише о добро урађеном послу запослених у односима с јавношћу, а у име клијената и циљева који заслужују подршку јавности” (Катлип, Сентер, Брум, 2006: 32).

Ипак, ПР бизнис је успео да на нивоу глобалног хало-ефекта од себе, оштрим резом, одвојио једног од најуспешнијих ПР менаџера у прошлом веку. Кад је 1933. дописник Херстових новина Карл фон Вигенд (Karl von Wiegand) био код Јозефа Гебелса у његовој библиотеци је видео Бернизову *Кристализацију јавног мњења (Crystallizing Public Opinion)*. У тој књизи Берниз је „устопоставио принципе, праксу и етику нове професије” (Туе, 2002: 111). Гебелс, као вансеријски еклектичар, спајао је руску револуционрану и америчку економску пропаганду. „За човека који је читао Достојевског и Толстоја 'као опседнут' и који је себе сматрао револуционарем, жељним да уништи оно што је уништавало њега' појава филма *Октобар* (1927) Сергеја Ејзенштајна у берлинским биоскопима била је само још једна велика лекција: 'Дакле, то је револуција. Од бољшевика много тога може да се научи, пре свега у пропаганди.'... Али генијална уметничка решења могу бити и неефикасна. .. чак контрапродуктивна, ако се то не упрегне и не доведе под то-

талну контролу. Гебелсовом генију („злом”, како се то каже, прим. аут.) није могло да промакне да је за то решење већ пронађено: америчка реклама. Гебелс је за узор имао најбоље из тог света: кока-колу! 'Од произвођача безалкохолних напитака из Атланте [он је учио] да реклама мора да прожме све области живота, да мора да буде тотална.' (Рељић, 2011: 87). А ипак су једино њему победници после 1945. приписивали да је сто пута понављао лаж да би је претварао у истину.

„Док научници још расправљају у којој мери су нацисти користили Бернизове радове, нема сумње да је Гебелс употребио скоро истоветне технике као оне које користио Берниз” (Гуе, 2002: 111). Био је то удар на подсвест. Виљем Рајх (Wilhelm Reich), психоаналитичар са искуством рада у радничким срединама тридесетих година баш у рату за људске душе против Гебелса, писао је да нас „пракса учи да се масу тих неполитичних људи једва да навести да слушају, али да ће се лагано дати повести мистичним фразама неког националсоцијалисте који неће баш превише причати о привредним интересима”. Рајх у нацистичкој пропаганди уочава рад „са средствима вјерности и мистике, дакле са сексуалним либидозним средствима” којима се задобија поверење „не зато што би му националсоцијалистички програм више импонирао од комунистичког, него зато што у предавању вођи и његовој идеологији доживљава тренутно опуштање сталне унутрашње напетости, јер тиме *свој конфликт може* превести у другу форму и тиме га *ријешити*, то га чак оспособљава да у фашисти види комунисту, у Хитлеру њемачког Лењина” (Reich, 1981:210, крзив С.Р.).

И америчка реклама се користи „честим понављањем истог обраца”, подсетиће Ерих Фром. У свакој пропаганди ти приступи су ирационални. „У ствари, ти методи отупљивања способности за критичко мишљење опаснији су за нашу демократију од многих отворених напада на њу ” (Фром, 1969:126). Кад се политичари „продају” гласачу као што је то Рајх описао – онда Фром, који је себи ставио у задатак да опише „разлоге фашизације” неких друштава у Европи, може закључити: „Као што дејство рекламе код купца прави осећај који води 'предаји’”, тако и методи политичке обраде грађанина „теже да увећају осећање безначајности појединог гласача”. Све се чини да је „јасно и рационално обраћање његову мишљењу пре изузетак него правило у политичкој пропаганди – чак и у демократским земљама” (Фром, 1969:126).

Кад се технике манипулације производе, и у моралном оквиру и са „вером у Бога”, оне могу бити употребљене за најгоре ствари, а кад су огољене и носе као ограничења само моћ корисника, онда је тешко и замислити размере нехуманости. „Вешто користећи Јевреје као жртвене

јарце а Хитлера као отелотворење праведности, манипулишући медијима о успесима нациста на бојном пољу и прикривајући кампање истребљења; ширио је [Гебелс] нечувену моћ пропаганду у држави, баш као што је Берниз саветовао у *Кристализацији*” (Тхе, 2002: 111). Едвард Берниз који је знао сваком да одговори и све да објасни није се упуштао у расправу о том питању. Тек је у аутобиографији 1965. признао да га је вест „да је његов књига у Гебелсовој полици 'шокорала'. 'Али ја знам да свака људска активност може бити употребљена на друштвену корист или злоупотребљена против друштва. Очигледно удар на Јевреје у Немачкој није био емотивни испад нациста, него промишљена, планирана кампања.' У којој је и Еди Берниз ненамерно био увучен” (Тхе, 2002: 111).

И Бернизов старији колега, Ајви Ли, који је још 1906. објавио ону Декларацију о принципима „нове професије”, лични саветник Џона Рокфелера млађег, био је „увучен” у Гебелсов систем. Радио је за *I.G. Farben* који је опет, великим уговорима био повезан са *Стандард Ојлом*. Како је то обзирно написано у оној Библији „успешних односа с јавношћу” Ајви Ли је „био саветник картела после доласка Адолфа Хитлера на власт, кад су нацисти преузели контролу. Наслови у штампи тог времена, правили су сензацију од његовог рада – ЛИ САВЕТУЈЕ НАЦИСТЕ и ЛИ СЕ ПРЕДСТАВИО КАО ХИТЛЕРОВ АГЕНТ ЗА ШТАМПУ. Иако није примао новац директно од нацистичке владе, Ли је од почетка свог ангажмана 1933. од фирме И.Г. Фарбен, примао годишњу накнаду од 25.000 долара плус трошкови (у то време велика сума), па све док фирма није раскинула уговор, одмах после његове смрти 1934. године” (Катлип, Сентер, Брум, 2006: 115). Али, стари Ли је био човек прошлог времена. Држао се као биће које се, ипак, мало плаши „Божје казне”. Јер, „кад су новинари у Бадену (Немачка), после објављивања вести о његовом раду са И.Г. Фарбен допрли до њега, повукао се у себе и одбио да изда саопштење” (Катлип, Сентер, Брум, 2006: 115). Морал његових наследника, наравно, никад не би дозволио ПР менаџеру да призна и грешку, а камоли кривицу. Нема тог средства које не би смело бити употребљено. Никаква интелектулана одговорност не може се појавити као лимит. Једина граница је – буџет који агенција има на располагању.

## X

Спин је тотална манипулација у друштву у коме је „Бог мртав” (Ниче), које демократију подноси као нужно зло (Вернаус, 1928) и у ком је Биће стигло до суочавања са крајњом опцијом: „Постоји само један доиста озбиљан филозофски проблем - самоубиство. Судити о томе има

ли или нема смисла живјети значи одговорити на основно питање филозофије (Ками, 1989:15). Модерна тоталност манипулације досеже размере болести зависности од пропаганде. Жак Елил је уочио да је „отрежњење” немачког друштва 1945. управо „скинутог” са јаке гебелсовске пропаганде, било болно и драматично. С истим осећајем су се суочили и Американце, после доза пропаганде коју су добијали од Берниза и друштва у току рата, а по проглашењу победе (Ellul, 1965). „Лаж у политици” (Арент, 1994) се производи – у сталним дозама, стиже на свако место и у свако доба. „Инжењеринг консензуса” за очување друштвеног *status quo*-а усмерава и развој модерних технологија. Човек је на почетку XXI века примирио и своју жељу да завирује у космос. Пројекат овог доба је „бити дигиталан”; интелектуални чин је „твит”; главна журка и најактивнији друштвени живот је на „фејсу”. Култивисана реч се убрзано повлачи пред све сировијом сликом. Магична реч је „имиц”. У најмасовнијој писменој комуникацији, правдано брзином, нестају граматичке структуре, велика слова, логички прецизно изведене поруке. Комуникацијом савременог бића царује универзална скраћеница „ok”.

Замјатинова идеја о слепој сили у име које извршну власт спроводи технологија спустила се на Земљу. Орвелов крик пред гвозденим завесом *Newspeak*-а (Новоговора), западна спин-индустрија је педесетих година прошлог века изгурала на Исток (и то је вероватно највеће дело спина, веће од Берлинског зида, Ирака, СРЈ), да би се сада понека група маргинализованих зналаца који су у сећању сачували детаљ да су у овим друштвима некад живела и чудна нерационална бића која су звали „интелектуалци” – прошапутала да Ерик Арутр Блер (крштено Орвелово име) и није мислио само на Совјетски Савез. Данас се лепо види да ум који је измислио *collateral damage* увелико надилази Стаљинова достигнућа. Што, наравно, није ни чудо – ово друштво је *прогресивистичко*. „Сваког дана у сваком погледу напредујем” (Кустурица) на путу који ме је моја прагматична и безморална мисао извела. *Прогрес* не трпи заостајање у било чему.

„Прогрес човечанства је све до XVII века био природан и спонтан и ни у ком случају није био резултат великог колективног напора да се развој људске врсте и културе оствари као свесно постављен циљ” (Барнес I, 1982:65). И после „преко 99% времена човековог живота на овој планети” наука и рационализам су између 1500. и 1800. године „променили ток свести” и циљ је спуштен са неба и извучен из „других светова” који живом човеку нису били доступни. „Стари Јевреји, који су се држали учења о човековом 'паду', логично су веровали да савршенство

треба тражити у прошлости а не у будућности. Класични писци су у извесном смислу имали слична схватања. Они су се држали догме о силажењу из златног доба. Међу Грцима и Римљанима била је још раширенија концепција о цикличној природи људског развоја. Култура би се уздизала до извесног степена, а онда би опадала до отприлике истог нивоа који је постојао на почетку. Тада би процес започео изнова, кружно кретање би се поновило. Хришћани су преузели јеврејски појам о човековом 'паду', комбинујући га са паганским гледиштем о силажењу из златног доба... Стање блаженства ће се достићи само у свету који ће тек доћи. Страшном суду и крају свих ствари на земљи претходиће, према хришћанском гледишту изложеном у Књизи откровења, ужасни и празни земаљски догађаји” (Барнес I, 1982:65).

Свет прогреса, цинично, подигнут је на ренесансном оживљавању великих достигнућа пре свега грчке, а и римске културе. А просветитељство је, у ствари, пупак Новог доба. И шта год да је било последица тог тока свести – па и два светска рата – нашло се довољно просвећене ароганције и инерције цивилизације да се пажња усмери на „светлу будућност” која произилази из тог пада. Спин је душа тог прогреса.

„Дијалектика просветитељства” (Адорно, Хоркхајмер, 1989) је порука упозорења која је стизала тек до интелектуланих нивоа. Иако грађани Новог доба слабо знају ко су Френсис Бекон или Декарт они су успоставили фронт „у нападу на ауторитете прошлости. Бекон је тврдио да су људи новог доба супериорнији од старих и мислио је да утопија може да се оствари применом науке на људске проблеме” (Барнес I, 1982:65). Али, проблем са идејом прогреса је, пошто нема вишег ауторитета и не држи до узора из прошлости, не може ни формално одвајати „добро” од „зла”, „правду” од „неправде”, „истину” од „лажи”. Критеријуми се успостављају одоносима моћи (што само по себи није историјски ново), али пошто ништа нема изнад Човека, ни вишег бића ни мера традиције, онда се сваки моћник чији су аргументи силе тог тренутка најјачи може осећати као Бог и доносити божанске одлуке. Тако и у свету друштвено легитимисане манипулације квалитет оног што се зове спин одеђује огољена моћ. У чему је онда разлика између Едварда Бернса и Јозефа Гебелса? У томе што је први био на страни победника 1945.

Али заводљивост пројекта „раја на земљи” убрзано слаби и већ се осећа агонија будућности. Изгледа, да то што се стављају црне наочале пред очигледношћу циклуса у капитализму не може да реши проблеме. Напротив, само их нагомилава. Као што се већ дешавало у XIX веку и за шта је решење би Велики рат. А шта је ту селективно сећање Тимоти

Гартон Еша, с почетка овог текста, о значају Орвеловог упозорења? Знак да се победник више не осећа сигурно као доскора. И да је дошло време да се на рецепту за спин – до јуче леку за најбрже залечење – стави објашњење за и контраиндикације. У досадашњим рецептима тога није било.

## Литература:

1. Arent, Hana (1994) *Istina i laž u politici*, Beograd: Filip Višnjić
2. Barnes, H. E (1982) *Uvod u istoriju sociologije I-II*, Beograd: BIGZ
3. Bernays, Edward L. (1923) *Crystallizing Public Opinion*, New York: Liveright Publishing Corporation
4. Bernays, Edward L. (1928) *Propaganda*, New York: Horace Liveright
5. Volkov, Vladimir (2001) *Dezinformacija – od Trojanskog konja do interneta*, Beograd-Lozana: Naš dom/ L' Age d' Home
6. Grlić, Danko (1983) *Leksikon filozofa*, treće izdanje, Zagreb : Naprijed
7. Džems, Vilijam (1991) *Pragmatizam* (fototipsko izdanje), Beograd: Dereta
8. Ellul, Jacques (1965) *Propaganda, The Formation of Men's Attitudes*, New York: Vintage books Edition
9. Ewen, Stuart (1996) *PR! A social history of Spin*, New York: Basci Books
10. From, Erih (1969) *Bekstvo od slobode*, drugo izdanje, Beograd: Nolit
11. Kami, Alber (1989) *Mit o Sizifzu*, Sarajevo : Veselin Masleša
12. Katlip S, Senter A, Brum G. (2006) *Uspešni odnosi s javnošću*, Beograd : Službeni glasnik
13. Le Bon, Gustav (1896) *Psihologija gomile*, Beograd: Štamparija kod „Prosvete” kod Realke
14. Creel, George (1920) *How We Advertised America*, New York, London: Harper&Brothers
15. Horkheimer, Adorno (1989) *Dijalektika prosvjetiteljstva*, Sarajevo : Veselin Masleša
16. McAllister, Ted (2012) Walter Lippmann and the Crisis in Journalism, The Public Discourse, The Witherspoon Institute, Princeton, [www.thepublicdiscourse.com/2012/11/6771/](http://www.thepublicdiscourse.com/2012/11/6771/)
17. Marković, Marko S. (1994) „Pravoslavlje i Novi svetski poredak – Atomizacija čovečanstva”, intervju Vladimira Dimitrijevića, Lovćenac: *Istok pravoslavni*
18. Nedeljković, dr Dušan (1991) „Smisao i vrednost pragmatizma” (pogovor za : V. Džems *Pragmatizam*), Beograd: Dereta
19. Orwell, George (1946) *Politics and the English Language*, <https://www.mtholyoke.edu/acad/intrel/orwell46.htm>
20. Orwell, George (2001) *Orwel and Politics – Intorduction by Timoty Garton Ash*, Penguin Group

21. Reich, Wilhem (1981) *Masovna psihologija fašizma*, Beograd: Mladost, Mala edicija „Ideja”
22. Reljić, Slobodan (2011) *Odumiranje slobodnih medija*, Beograd: Službeni glasnik
23. Reljić, Slobodan (2013) *Kriza medija i mediji krize*, Beograd: Službeni glasnik
24. Sinkler, Lujis (bez godine izdanja) *Čovek koji je poznao Kulidža*, Beograd: Narodna knjižarnica
25. Twitchell, James B. (1995) *ADCULTusa*, New York: Columbia University Press
26. Wilson, Sloan (1959) *Čovjek u sivom flannelskom odijelu*, Rijeka: Otokar Keršovani
27. Tye, Larry (2002) *The Father of Spin – Edward L. Bernays and the Birth of Public Relations*, New York: Henry Holt and Company
28. Šušnjić, Djuro (2011) *Ribari ljudskih duša – ideja manipulacije i manipulacije idejama*, Beograd: Čigoja Štampa

## A BRIEF HISTORY OF SPIN

*Journalism is printing what someone else does not want printed: everything else is public relations.*

George Orwell

**Summary:** The spin is the most sophisticated product of the consciousness industry, to which the production of lies and half-trues by incident is no match, and professional journalists and public inteligentsia publish it - contrary to their moral codes. To spin is more than do misinform, defined as „deliberate releasing of a false information, aimed to mislead and deceive”. PR managers, ordered by their clients - large political or business oriented organizations - use the „news engineering” to produce the desired Thruth, and as professional manipulators lack sense of guilt or moral dilemmas, because they are faced to an individual, who is, in a formal sense, free to choose the best for himself, although in reality he`s not able to get protection from subconscious manipulations, nor is competent to judge on plethora of information that he is exposed to every day. As a method used to pall the ability of critical thought, spin, at a societal level, presents „a bigger threat to our democracy than many open attack on it” (Fromm), and its purpose is not aimed at protecting common interest, but at defending the governing elites` positions instead.

**Key words:** age of masses, pragmaticism, manipulation, techniques, Creel Committee, hatred, fascism