

МАНИПУЛАЦИЈА У МЕДИЈИМА КАО ФАКТОР ДЕГРАДАЦИЈЕ САВРЕМЕНОГ ДРУШТВА

Сажетак: У овом раду аутор анализира феномен медијске манипулације, који најпре рашчлањено дефинише, утврђује методе деловања, присуство, циљеве, домете и ефекте манипулације у медијима. Како постоји пуно облика и начина манипулације, аутор констатује да постоје два основна нивоа манипулације, са под-нивоима за сваку. Користећи аналитички метод аутор даље утврђује постојање различитих облика манипулације, проналази практичне примере и помоћу њих утврђује и последице који ти појединачни облици медијске манипулације остављају на друштво. У закључку, на основу чињеница добијених у тексту, аутор констатује тренутно стање и даје предвиђање даљег развоја и утицаја овог феномена нарочито својственог савременом друштву.

Кључне речи: медији, етика, манипулација, пропаганда, примарна (видљива) манипулација, секундарна (резидентна) манипулација, савремено друштво, друштвена деградација

Увод

Првобитна намена овог рада је била да укаже на једну велику опасност која се надвила над глобалним друштвом и да у овом часопису отвори тему у којој би умнији и компетентнији покушали да одговоре, има ли наде. Та велика опасност се зове медијски манипулативни империјализам преображен у индустрију свести, индустрију која производи – масовно људско мишљење. Масовни медији се свакодневно спомињу као друштвене институције које би требало да непристрано, јавно и тренутно преносе информације разноврсној и хетерогеној публици, и да буду један од главних коректива у демократским друштвима. Они су средство којим се остварује комуникација, они су посредници између власти и јавности, информишу јавност о свим релативно важним темама за друштвену заједницу, како би правилно формирали (или изманипулисали!?) јавно мишљење грађана. Медији врше велике промене у људском

* sasha.filipovic@gmail.com

животу и постали су свакодневни чинилац „нормалног“ функционирања сваког живог бића. „Тешко да постоји иједан човек који није информисан од стране барем једне медијске платформе. За то је најзаслужнији развој технологије, односно нових медија који су омогућили конвергенцију медија па је тако већина штампаних медија проширена и на интернет портале. Медији су се комерцијализовали, оглашавање је главна делатност медија, рекламе и манипулација резидентно мењају наше мишљење. Често имају велику моћ и утицај на друштво, а тиме и на појединца. За њих се каже, не без разлога, како су четврта власт, уз законодавну, извршну и судску¹“. Двадесети век је постао доба када су медији дефинитивно почели да врше ту своју четврту власт подједнако информишући публику и манипулишући њеним мишљењем и свешћу. Компетентни интелектуалци сматрају да је управо такво понашање медија главни узрок дубоке деградације савременог друштва

Једно од све чешће примењиваних средстава за наметање свог мишљења је манипулација људима и њиховом свешћу са циљем да се над њима стекне моћ која ће се у једном моменту употребити по жељи манипулатора. Ко манипулише и због чега? Каква је то сила? Да ли је јавно информисање названо седмом силом зато што може да информише, или зато што може да дезинформише и манипулише? Када су људи почели да манипулишу? Да ли се то десило на почетку писане историје када је забележено да су ове методе коришћене да би се манипулисало психом, или можемо претпоставити да су постојале и раније?

Инструменти манипулисања могу бити сви видови комуникације међу људима, а њихови развојни облици (штампа, радио, филм, ТВ, видео игре, Интернет, друштвене мреже) само отварају нове путеве утицаја. Темељно средство манипулације је до скоро била брижљиво одабрана реч, пласирана у брижљиво одабраном тренутку, на брижљиво одабрани начин и на право место. Међутим, психолошка манипулација не познаје нити признаје границе, она се прилагођава у ходу мењајући симболе, знакове и медије преко којих манипулише. То трајно деловање на свесну делатност, осећања, вољу и понашање, с подлим планом да промени мисли, идеје, жеље, наде и делатност према жељи манипулатора је увек корак испред свих у коришћењу актуелне технологије. Коначни циљ је стварање света по жељи манипулатора.

Масовна системска манипулација је настала у 20 веку², почетак двадесет првог је доба експлозије компјутера, интернета, компјутерских игара и компјутерске анимације уопште. Свако ко има компјутер можда може да буде предмет манипулације. Манипулацији су нарочито подложна деца и младе особе³. Стручњаци драматично упозоравају да свако ко конзумира производе масовних медија прима поруке које могу да буду различите од традиционалног домаћег васпитања и општеприхваћеног система вредности.

¹ Nenad Vertovšek i Anja Tomović, Medijsko zavođenje u suvremenom društvu spektakla i manipulacije, Sveučilište u Zadru, Zadar, 2012

² Овде мислимо на државну манипулацију совјетске државе двадесетих и немачке државе тридесетих година двадесетог века

³ Аристотел: „Дајте ми дете до пет година и вратићу вам човека”

Реч манипулација у језичкој култури Србије има, у начелу, негативну конотацију. Манипулација није нешто што је добро, она не представља пожељан вид понашања, манипулатори нису особе са којима треба градити односе и пријатељство. По једном екстремном, пуританском тумачењу, манипулација људима је чак осми смртни грех⁴.

Предмет рада

Предмет овог рада је могућа манипулација свешћу конзумената производа масовних медија, односно злоупотреба популарности и привлачности тих садржаја да се, мање или више резидентно промене осећања, систем вредности, понашање грађана и њихов однос према стварности и животу. Предмет рада је и утицај манипулације свешћу појединаца и група на укупну деструкцију савременог друштва. Ко су манипулатори, који си им циљеви, које су им методе манипулације, зашто они то раде? Да ли постоји доктрина масовне манипулације свешћу људи?

Манипулација људима није нова ствар. Манипулатора и опсенара је било одувек. Увек су постојали људи који су масу људи којој се обраћају⁵ могли да наведу на колективно контролисану акцију⁶. Очигледно да постоји неко својство човека, неки пропуст у персоналном безбедносном систему који другим људима дозвољава да уђу у психу циљног човека или групе и измене вољни став. На ком својству или на којој слабости човека и људске заједнице се заснива манипулација? Едвард Бернес⁷ је међу првима уочио пукотине у психи човека и поставио теорију манипулације психом и свешћу која је данас непревазиђена. У „Пропаганди”⁸, једној од својих најважнијих књига, Бернес пише: „Уколико разумемо механизме и мотиве групног размишљања, могуће је контролисати и покренути масе по нашој вољи, без њихове спознаје о томе.” У својим каснијим књигама створио је термин „инжењеринг сагласности” како би описао технике контроле маса. „Свест и интелигентна манипулација организованих навика и мишљења маса је важан елемент демократског друштва.” Бернес наставља: „Они који манипулишу овим несвесним друштвеним меха-

⁴ Петар Бокун, „Психолошки раг”. Драганић, Београд, 2002, стр.42

⁵ Током Октобарске револуције у Русији, створен је термин „масовици” (масовики) за људе који су имали способност да у директном контакту са масом људи наведу ту масу на жељено понашање.

⁶ Врхунац навођења на контролисану акцију великог броја људи могла би да буде колективна самоубиства. Забележено је да је Вођа америчке секте „Peoples Temple”, Џим Џонс је 30. марта 1978. године позвао на колективно самоубиство све чланове секте. Попивши цијанид у пићу Flavor Aid, истовремено је умрло 909 припадника секте, од тога 303 деце

⁷ Edward Louis Bernays (1891 - 1995) аустријско-амерички теоретичар, пионир у области односа с јавношћу и пропаганде, кога често називају оцем односа с јавношћу (the father of public relations). У пракси је комбиновао идеје Gustava Le Bona и Wilfreda Trottera о психологији гомиле са психоаналитичким идејама свог ујака, Сигмунда Фројда.

⁸ „Пропаганда”, издавач Hogace Liveright, ИСБН 978-0-8046-1511-2, једна од најзначајнијих књига Едварда Бернеса, објављена 1928 у САД. Темелјна теза књиге је тврдња да је научна манипулација јавним мњењем неопходна за превладавање хаоса и сукоба у друштву

низима конституишу невидљиву власт која једина има истинску моћ над нашом земљом... У готово свакој акцији нашег свакодневног живота, било у сфери политике или бизниса, или наше социјалне ангажованости или етике, доминирани смо утицајем малог броја људи... који разумеју менталне процесе и друштвене узорке понашања маса. Они су ти који вуку konce који контролишу мишљење маса.”

Појам и карактеристике манипулације – дефиниција

Реч манипулација води порекло од латинских речи *manus* – рука и *pulare* - додиривати, пипати, удешавати, гладити. У контексту људских односа, она се своди на покушај да управљамо туђим понашањем. Манипулација у смислу коришћеном у овом раду је термин који означава коришћење различитих поступака, података или информација у циљу „завођења” појединца, ширих група или јавности уопште, односно усмеравање пажње ка оној поруци или значењу које аутор манипулације, без обзира на валидност података, жели да изазове. Манипулација се најчешће своди на намеру да догађаје приказујемо на такав начин да другу особу наведемо на поступке који служе нашој личној користи а које она не би учинила да није манипулације. Она има за циљ успостављање контроле над другом особом у циљу постизања сопствене користи, али на индиректан начин кроз изазивање одређених емоција код ње, које ће је навести да се сама потчини нашој вољи.

По једној другој дефиницији⁹, манипулација се дефинише као смишљен систематски и контролисан поступак или скуп поступака помоћу којих манипулатор, користећи симболичка средства, у, за њега, погодним психосоцијалним условима одашиље у масу, преко средстава комуникације, одређене поруке, са намером да утиче на уверења, ставове и понашање великог броја људи, тако да би се они у стварима о којима не постоји општа сагласност, а за које су животно заинтересовани, усмерили према убеђењу, ставовима и вредностима манипулатора а да тога нису свесни.

Манипулацијом се жели на силу продрети у нечији дух да би се тамо усадило неко мишљење или понашање, а да човек није свестан присиле. Све је у том чину који сам од себе крије своју манипулаторску природу. У томе је његова суштинска агресивност. За разлику од физичког насиља које изазива експлицитно очигледну реакцију, психолошка или когнитивна принуда успешна је због своје прикривености. Тако и механизми конструисања манипулаторске поруке зависе од двоструке тежње: да се установи евентуални отпор и да се сам поступак маскира. У томе је основна разлика између манипулације и доказивања, где се истовремено са убеђивањем објашњава и сам поступак. Без обзира што се понекад у свакодневном говору манипулација употребљава и у позитивном смислу, већина истраживача истиче да је она нечасна и срамотна по онога ко се њоме служи, ма какви били циљеви које жели да постигне.

⁹ Ђуро Шушњић, Рибари људских душа, Чигоја штампа, Београд 1995, страна 46

Манипулацији као начину стицања онога што нам је важно, склони смо сви, чак и они који ће олако за себе рећи да су добри људи, искрени и увек директни. Манипулације и манипулатора је било увек. Они постоје од самог освета цивилизације па до данас. Ипак, тек са појавом и етаблирањем масмедиа и масовне комуникације међу људима, манипулација је постала системска и систематска добила је, као људска делатност нови значај и могућности, постала свеprisутна у односима између људи и друштвених група и постала нешто о чему расправљају етичари и кривични правници. Због погубних последица екстремне манипулације путем масмедиа кривцима се судило пред Међународним кривичним судом ОУН¹⁰.

Чак и кад је држава главни манипулатор, манипулација је до скоро била ограничена на сопствене грађане. То је на неки начин била интерна манипулација, манипулација сопственим поданицима са циљем да се сопствени грађани придобију за неке непопуларне политичке одлуке власти. У време комунизма то се називало „борбом за душу поданика”. Тек појавом компјутера, интернета и друштвених мрежа, државе и друге групе заинтересоване за манипулацију могле су да пређу сопствене границе и да почну да манипулишу људима у другим деловима света, иако су, како ћемо касније видети, осим манипулације у комерцијалне сврхе, остали донети такве манипулације релативно мали¹¹.

Наравно, било је и пре појаве интернета покушаја планетарне манипулације, нарочито преко глобалних информативних агенција¹² али је управо глобални карактер великих агенција и њихова свеprisутност у најзабаченијом деловима света релативно брзо искључила могућност нетачног приказивања догађаја. Чак и многооптуживана америчка ТВ мрежа CNN¹³ није сама на терену и тешко може да манипулише иако је у свим деловима света у којима америчка држава има интересе, CNN мање или више активна у правдању америчке политике, пре свега сопственим грађанима. Чак и ако покуша, лаж и манипулација се релативно брзо открију, настају скандали, отпуштања и оставке, али, циљ је испуњен¹⁴. Сведоци смо да велики манипулатори, не тако ретко прибегавају и том плану.¹⁵

¹⁰ Међународни суд за ратне злочине почињене у Руанди, са седиштем у Аруши (Танзанија), осудио је белгијског новинара по имену Georges Ruggiu на 12 година затвора јер је од јануара до јула 1994, уређујући програм на РТЛМ у Кигалију, своје слушаоце манипулисао и упућивао на истребљење мањинског племена Тутси. Пред истим судом се за исто дело води поступак против његове колегинице Valerie Bermeriki

¹¹ Постоје тезе о коришћењу манипулације видео играма за потребе „специјалног рата”. Те тезе су а рогос видео игара подједнако проблематичне као и тезе о светској завери, масонима, илуминатима, разним „групама” и „комитетима” за контролу ума

¹² AP (Associated press), UPI (United press international), Reuter(s), AFP (Agence France Presse), DPA (Deutsche Presse-Agentur)

¹³ Cable News Network

¹⁴ Амерички дневник „Вашингтон пост” објавио је јануара 2004 године детаље везане за случај новинара „USA Today” Џека Келија (Jack Kelly) који је због оптужби за лажно извештавање о масакру у селу Ђушка на Косову 1999. године, поднео оставку.

¹⁵ IWPR је „charity ” организација са седиштем у Лондону чија је мисија обрада јавног мњења грађана Велике Британије са циљем да то мњење прихвати, подржи и оправда активности које Влада планира у будућности, а које иначе не би лако прихватило када не би било те обраде.

Неспонтаност и неслучајност манипулације

Манипулација никада није сама себи циљ, она је увек средство за остваривање циља. Једна од особина манипулације је да она не може да буде спонтана, непланирана и ненамерна. На против, манипулација је увек планска и намерна, чак брижљиво смишљена и пласирана. Манипулација увек има циљ. У ствари, два циља. Први је да наведе (увери) оне којима манипулише у оно што се манипулацијом жели, и тако стекне над њима власт а други, секундарни циљ је да се тако стечена власт употреби и искористи за постизање циљева манипулатора. Искуства говоре да постоје, мање више две велике групе циљева. Или су то комерцијални циљеви који наводе грађане да купе оно што иначе не би купили, или су то политички циљеви у унутрашњој или спољној политици.

Постоје два основна нивоа манипулације од којих се сваки касније рашчлањава на више сегмената. Примарни, видљиви ниво је онај који се појавио хронолошки први и развио се од безазленог васпитно едукативног наслеђа цртаних филмова, да би данас у појединим медијима доносио безочно извртање чињеница и очигледне ноторне неистине. За манипулацију на том нивоу су довољни Новинари, сниматељи, инжењери и други електроничари који пишу, снимају, или помоћу јединица и нула праве причу. У овој врсти манипулације још може да има и неких позитивних елемената. Неке од медија са примарним нивоом манипулације користе се и у настави као резидентно учило које помаже деци да схвате и разликују добро од зла, пожељно од непожељног понашања.

Други основни ниво је секундарна манипулација која захтева учешће психолога и осталих стручњака за усађивање идеја.

Примарна (видљива) манипулација

Манипулисање информацијом (садржајем, сценаријом) је први и најчешћи облик манипулације. Сваки медијски производ носи информацију. Та информација је истинита или није истинита. Ако није истинита, онда произвођач информације намерно и плански саопштава огромној популацији конзумената лажну причу. Пошто смо већ констатовали да нема ненамерне манипулације нити манипулације без циља, циљ лажне приче је заблуда у коју произвођачи информација гурају милионе људи. Подниво манипулације информацијом је саопштавање непотпуне информације, када се у информацији прећуте важни делови. Информација је тада најчешће неупотребљива. Постоје и информације у којима су делови истинити, али поједини делови нису истинити. На крају, манипулисање информацијом је и ситуација, када медији потпуно

Главни уредник свих интернет издања IWPR је на платном списку британског Foreign office. IWPR је до сада жртвовала неколико својих новинара од којих су неки у својим земљама осуђени на вишегодишње затворске казне због текстова које је IWPR објавио а који су били у служби прокламованог циља Владе ВБ.

игноришу догађај и не донесу никакву информацију о њему, као да се није ни десио.

Манипулација карактеризацијом ликова

Ова врста манипулације се често примењује у филмовима, документарним емисијама на телевизији и новом веома инфлуентном масовном медију, видео играма. У тим медијима се промењује занимљива манипулација која се односи на типизацију карактерних особина главних ликова. Главни ликови су увек „наши” и увек праведни и добри. Лоши момци су они против којих смо се борили у блиској прошлости. То је матрица преузета из првих акционих филмова који су за заплет имали заверу „лудог” генерала или научника са циљем да уништи планету Земљу. Ту су лоши момци увек били „Russian” или су имали неке везе са СССР, КГБ¹⁶ и земљама иза „гвоздене завесе”¹⁷. Американци, као и остали западњаци за сада се чврсто држе проверених негативаца. У већини медијских производа у којима се амерички војници боре са оружјем у руци, противници су им зли Арапи, Талибани, босански Срби. Поред тога што су неизмерно зли, они су и ружни, често физички и морално дегенерисани. Када су у питању терористи и међународни криминалци, то су Руси, евентуално Срби, а када је противник нека војска против које се „наши момци” боре, то је углавном ПЛА¹⁸.

Манипулација погрешном карактеризацијом ликова даје конзументској популацији погрешне стереотипе који могу нанети штету у другим областима живота са којима се играч сусреће. Нити су „наши” увек добри нити се увек боре за праведну ствар.

Секундарна (резидентна) манипулација

Манипулација реалношћу – стварање виртуелне реалности

Резидентна манипулација је много суптилнија. Конзументи производа масовних медија који су изложени тој врсти манипулације бивају не ретко изложени виртуелној стварности чији се елементи толико пута понављају да човек лако изгуби појам стварног. Такви производи по правилу имају интегрисане мотивационе поруке које у уму конзумента изазивају повећану жељу за оним што аутор манипулације жели. Или за куповином неког производа, или, пак, насилничким понашањем, агресивним емоцијама и агесији уопште. Потенцијална мотивација због које конзументи, а нарочито деца и тинејџери бивају најчешће жртве ове врсте манипулације је бекство од стварности, уз нере-

¹⁶ Комитет државне безбедности (Комитет государственной безопасности) Савета министара СССР, име главне совјетске службе безбедности и обавештајне службе, као и главне тајне полиције од 1954. до 1991. године

¹⁷ У серији филмова о британском тајном агенту Џемсу Бонду, главни негативац је често Рус или има неке везе са Русијом, односно СССР

¹⁸ The Palestine Liberation Army

тко пружање осећаја успешности и победе, и стицању осећаја припадности „заједници победника”.

Жртве овакве манипулације често изгубе појам о стварности и ризикују да добију синдром Алисиног огледала¹⁹, то јест да помешају машту и реалност, па чак и да изгубе или свесно занемаре границу између виртуелног и стварног. Конзумент, а нарочито ако је дете почиње да се поистовећује са медијским јунацима и тако преноси њихове моћи у стварни свет. До извесне мере, боравак у том виртуелном свету може да буде позитиван за психу играча, може да развије машту и радозналост²⁰, али, генерално, далеко је од пожељног социјализовати се на принципима виртуелне, дакле, неистините реалности, а онда се, приликом сваког изласка из куће суочити са правом, често суровом реалношћу у којој ништа није као стварности и у којој нема добрих вила и прича се срећним крајем.

Манипулација системом вредности

Овај део би могло да се назове манипулацијом слободом и темељним људским правима, манипулацијом правом на живот, манипулацијом слободним избором...

Човек се рађа слободан, али се одмах по рођењу учи ограничавању слободе стечене рођењем и извесном системском гушењу природних нагона. Другим речима, још на мајчиним грудима, човек сазнаје да нешто сме да ради а нешто не сме. Тако се лагано, током васпитавања и социјализације уводи у правила живота у цивилизованом друштву, правила која се заснивају на пожељном или похваљеном понашању и непожељном или забрањеном понашању.

Манипулација инстинктом преживљавања

Агресивност је један од најјачих нагона опстанка. Хоће ли имати позитивне или негативне конотације и последице зависи једино од постављања граница толеранције агресивног понашања. Без агресивности нема живота, она помаже човеку да ради, да превазилази животне препреке, да преживи и да се одбрани од свега што га угрожава. Али, танка је граница између конструктивне агресивности и насиља. Њу постављају васпитање, породица, али и окружење у којем се живи и општеприхваћени стандарди толерисања агресивног понашања – вербалног и физичког. Савремена цивилизација, темпо живота и све тежа, свакодневна борба за егзистенцију померају ту границу у корист насиља. Гола сила све више постаје образац са којим се одраста. Филмови, стрипови, видео игре пуни су узбуђења, понајпре због агресивности коју промови-

¹⁹ Алиса у земљи чуда, Луис Керол. Главна јунакиња, девојчица Алиса у једном моменту бива увучена у огледало и самим тим у паралелну реалност Wonderland, земљу чуда

²⁰ Као некада, читајући бајке

шу. Најпопуларније филмови су они ратнички, у којима се награђује сваки „успех” у савладавању имагинарног противника. А те „победне” слажу мозаик прихватљивог става према животу и агресивној улози у њему.

Критичари злоупотребе инстинкта преживљавања повезују појачано насиље у породици са афирмацијом и охрабривањем непотребне и прекомерне агресивности путем медијских производа. Једноставно, кажу они, нагон агресивности јачи код мушкараца него код жена – па онда није чудно што је у целом свету у порасту насиље у породици.

Феномен агресивности је универзални стереотип који ће – по суморним предвиђањима социолога, психолога и психијатара – нашу цивилизацију пре или касније одвести у пропаст. Ипак, битка за успостављање разумних граница толерисања агресивности није изгубљена. Агресивност се учи и охрабрује све масовнији покрет који промовише ненасилну комуникацију и примерена понашања.

Промоција милитаризма као пожељне животне идеологије и начина решавања проблема

Готово читава историја људског рода је историја игара са негативном сумом, игара у којима су сви губили. Вековима су широм Планете вођени страшни крвави ратови у којима су читави народи затирани, а да се победник није много разликовао од пораженог. Период после другог светског рата, а нарочито великих ратова после њега,²¹ карактерише афирмација игре са позитивном нулом игре у којој сви добијају, али се сви по нечега одричу. Наравно, и даље постоји неоимперијализам великих сила и њихова тежња да велике светске игре играју по принципу игре са нултом сумом, игре у којој нападач добија све, а поражени губи све²². Играчка идеологија тог неоимперијализма и манипулација играчком популацијом у том смислу огледа се у промоцији милитаризма као погледа на свет, насупрот званично прокламованом пацифизму као политици државе и пожељном понашању земаља западне демократије.

Насиље младих је све присутнија тема у социолошким расправама. Постоји озбиљан број аутора који повећано насиље повезују са утицајем филма, телевизије и видео игара. Идеја компетитивности је везана за либералну идеологију и друштво виђено као скуп појединаца који се боре за опстанак, а као резултат те борбе појављује се милитаризам.

”Индустрија забаве свесно креира идеолошки дискурс кроз милитаризам присутан у медијским производима, које стварају наратив, паралелну историју и формирају поглед на свет младих генерација. Култ рата који се гаји у мејнстрим медијима није виђен још од времена између два светска рата у земљама Сила осовине иако је холивудска продукција остварила значајну продукцију филмова ратне провенијенције. Оваква отворена милитаристичка идеологија

²¹ Корејски рат, Вијетнамски рат, Авганистански рат

²² Први други заливски рат, Бомбардовање Србије

данас делује нормално, зато што су оружани сукоби нормализовани у стању глобалног латентног „рата против тероризма“²³.

Манипулација животним стилем – хероји и нови антихероји

Људи су увек имали своје хероје које су стварали по ликовима из усменог предања, литературе, касније филма, телевизије, спортских боришта, естраде. То су биле личности које су неустрашиве, храбре, одлучне, и увек побеђују. Оне су били узор и идоли младих људи и пружали су им могућност да се идентификују са њима и индиректно учествују у збивањима која прате њиховог јунака. Родитељи и школа, стубови традиционалног васпитања су увек могли да знају ко су узор младих људи. Традиционално васпитање је увек било контролисано васпитање, било да се заснивало на породици, школи, цркви. Телевизија и филм су започели еру мање контролисаног васпитавања, а друштвене мреже су тај важан сегмент социјализације потпуно изместиле из било чије контроле. Конзументи производа масовних медија самостално купују производе, или им слободно приступају.

Данашњи хероји па и узор све више долазе из света друштвених мрежа, а са друге стране друштвене мреже постају један од важних чинилаца у промовисању одређеног културног обрасца, стварању идола и хероја данашњице. Појава транскултуралних хероја потврђује да су друштвене мреже створили универзални културни простор у којем нарочито младе генерације играча налазе узор и идоле. То више нису храбри хероји који се боре против зла него богати бизнисмени, турбо-фолк певачи и певачице и успешни спортисти²⁴. Врлине нових идола нису неустрашивост, храброст и одлучност, већ способност да се „заради лова“ и да се до лепог живота стиже без превише напора. Тинејџери све ређе као узор бирају истинске хероје, њихов избор су све више антихероји из друштвених мрежа.

Мушкарац из друштвених мрежа је мачо, опасан, богат, све може и све може лако; жена је фатална, сексипилна, увек обучена да привуче мушкараца и да га узбуди. Ова мода и стил константно су пласиране у медијима, а због одсуства другог, бољег објекта идентификације велики број младих прихвата стил живота, лако достижну славу и луксуз.

Афирмација „лаког пута кроз живот“

Све оно до чега у стварном животу не може да дође, или може, али са много рада и времена, у производима масовних медија може. Боравећи у световима које креирају манипулатори масовних медија, човек може све. Својев-

²³ Филиповић, Александар, „Етички изазови видео игре“, Zbornik radova Fakulteta dramskih umetnosti, Časopis Instituta za pozorište, film, radio i televiziju, Beograd, 2013, broj 24

²⁴ Николо Макијавели, фирентински политичар, историчар и књижевник, умро 1527. године: „Желим да одем у пакао, а не у рај. У паклу ћу имати задовољство да будем у друштву папа, краљева и принчева, док се у рају налазе само просјаци, калуђери и апостоли“.

ременом је Србијом кружила флоскула да је најбоља земља за живот, Србија из ТВ дневника. Ту је све било лепо, сви су били успешни и насмејани, сваки проблем је могао да се реши лако. Данас је то земља српских reality програма и разних емисија типа „дружења са овим или оним. Судећи по ономе што се види и чује у таквим програмима, успети у животу је лако само треба следити пут модерних урбаних јунака и јунакиња.

„Утицај медија на формирање ставова код деце није ни мало безначајан. Медији су на трећем месту као извори учења насиља, одмах иза породице и друштвеног окружења. Деца су од најранијег доба изложена деловању насиља у медијима²⁵. Данас телевизија доминира животом деце како у градским, тако и у сеоским срединама. Поред телевизије, деца рано долазе у додир са компјутерима па су доста у контакту са Интернетом и информацијама које се на њему могу добити²⁶.”

Манипулација сублиминалним порукама

Људском мозгу су потребне 24 сличице (фрејма) у секунди, да би смењивање слика доживео као покрет, тј. филм. Наша „будна свест” све брже од тога не опажа, али подсвест то опажа и памти, што је омогућило манипулацију са укупном свешћу човека који гледа медиј. Прву озбиљну злоупотребу је 1957. године извео James Vicary, истраживач тржишта, који је основао фирму Subliminal Projection Company. Он је током шест недеља, приликом приказивања филма у биоскопу, у делићу од 1/3000 делова секунде, на сваких 5 секунди, приказивао поруку „пиј кока колу” и „једи кокице”. Током тестова у New Jersey продаја тих производа је порасла за 57.5 одсто у односу на стандардну. Убрзо затим тврдио је да Владе држава и окултне групе користе ову технологију. Уследила је званична забрана у Великој Британији, Аустралији, па у Америци 1958.године.

Тадашње истраживање је показало да већина медија користи технологију подвесних порука. Иако је асоцијација од преко 90% независних медија тада потписала конвенцију да више неће користити подвесне поруке, мали проценат највећих медија је одбио да престане са контролом ума, а они су држали највећи део тржишта. У радијској аудио технологији то је неуро-лингвистичко

²⁵ Разматрајући својевремено утицај телевизије на психу гледалаца, Министар здравља САД (U.S. Surgeon General), највиши државни службеник америчке владе у здравству, је 1972 године рекао да „насиље на телевизији...заиста има негативни ефект на одређене чланове нашег друштва.” Бројне научне студије подржале су такав став министра, а једна од њих је презентирала да ће „до седмог разреда, просечно америчко дете бити сведок 8.000 убистава и 100.000 чинова насиља на телевизији,” уз процену да ће толика количина насиља на телевизији учинити америчко друштво насилнијим. Студије су формирале став да уколико људи гледају пуно насиља, већа је вероватноћа да ће се насилно понашати. Види: Филиповић, Александар: Парадигма културолошког позиционирања видео игре, докторска дисертација одбрањена на ФДУ у Београду, маја 2016, библиотека ФДУ Београд

²⁶ Бјелајац, Жељко, Безбедносна култура, умеће живљења, Правни факултет за привреду и правосуђе, Нови Сад, 2017, страна 671

програмирање. Од 1957. до данас технологија насилних подсвесних порука је усавршавана.

Данас у УСА постоји 1115 закона који регулишу ову област. Московски сверуски институт за ТВ и радио, одузео је 2000. године лиценцу АТН ТВ станице јер су доказали „негативан подсвесни утицај на људе.” Заменик директора Института Светлана Немцова, је још 2002. године најавила да за потребе Института граде специјализован компјутер који мотри на све ТВ канале, обрадом налази такве поруке и снима их као доказе. Закон о оглашавању у Републици Србији забрањује овај вид утицаја.

Сублиминалне поруке у масовним комуникацијама су стварност, са њима се сусрећемо свакодневно. Продукција Волт Дизни је оптужена да има уметнуте сублиминалне поруке чак и у цртаним филмовима за најмлађе. На www.youtube.com врте се десетине видео клипова са приказом сублиминалних порука у најпопуларнијим Дизнијевим цртаним филмовима²⁷. Међутим, када су у питању сублиминалне поруке у друштвеним мрежама, ту још увек нема ваљаних научно обрађених и научно верификованих доказа.

Медијска манипулација и деградација друштва

Какви су ефекти манипулације у производима масовних медија и на који начин те злоупотребе медија деградирају друштво?

Највидљивија и најчешћа последица медијских манипулација која деградира савремено друштво је негација демократских начела и фактичко поништавање демократије. „Демократија, поред тога што је облик политичког система, представља и облик уређења укупних односа у једном друштву. Демократија је постала и својеврсна световна религија, вера света. Демократија је, и поред свих недостатака и мањкавости²⁸, данас у моди. Демократија данас, *a priori*, значи да сте по-себи добри као држава. Све светске државе, изузев њих дванаест²⁹ са поносом тврде за себе да су демократске државе, а суштина демократије је у слободним изборима којима претходи праведан, демократски поступак у коме сви кандидати за избор представљају себе и своје програме гласачима”³⁰.

Уколико у држави и друштву постоје центри моћи који могу да натерају или инспиришу медије да манипулацијом информацијама о кандидатима, предизборни поступак учине неправедним, онда имамо обесмишљену демократи-

²⁷ „Beauty and the Beast”, „The little Mermaid”, „Aladdin”, „The lion’s King”

²⁸ Плагон није био љубитељ демократије. „Докле год три неписмена пастира могу да надгласају Сократа и мене, не верујем у демократију”.

²⁹ То су 7 арапских монархија, султатанта, шеиката или емирата - Саудијска Арабија, Оман, Катар, Кувајт, Јордан, Бахреин и Уједињени Арапски Емирати који су федерација седам емирата, две азијске - Бутан и Брунеј, и по једна у Африци - Свазиленд, Океанији - Тонга и Европи - Ватикан. Све изузев Ватикана су у вези са Великом Британијом, посредством уговора о заштити, трговини или обоје.

³⁰ Филиповић, Александар: Парадигма културолошког позиционирања видео игре, докторска дисертација одбрањена на ФДУ у Београду, маја 2016, библиотека ФДУ Београд

ју и, *ин флагранти* деградацију, па чак и деструкцију друштва, јер као последица манипулације, на власт могу доћи кандидати који, иначе, без манипулације не би добили изборе. Од увођења вишепартијског система у Србију, та врста манипулације је била најчешћа, и у начелу оправдана примедба политичких чинилаца који су губили изборе.

Медијска манипулација као „индустрија свести (мишљења)”

Ово је место на коме треба макар и рудиментарно промислити феномен „индустрије свести” као круцијалног, и може бити по здравље једног друштва, најразорнијег постулата медијске манипулације. Овде се ради о системском и систематском манипулисању који је циљ створити у што широј популацији пожељно и задато мишљење о датом феномену које одговара наручиоцима који су најчешће владе или велике компаније.

„Век и по се „индустрија свести” утемељује у европском друштву. Развила се толико брзо и толико многоструко да је њено постојање као целине, још данас несхваћено и готово несхватљиво. А ради се о новој моћи изнад моћи грађана да ту силу уоче и разумеју. Она се разлива друштвом, попуњава празнине, сеје неспокој, уверљиво обећава излаз и ред. Инкорпорирана је и у новинарство „њену најстарију, и у много ком погледу и дан-данас најпоучнију грану”, у моду, религијска поучавања, туризам, школски систем... Али, док се новим техничким инструментима, радију, филму, телевизији, индустрији плоча, о моћи пропаганде, рекламе, *public relations*, расправља ватрено и изоловано, индустрија свести у целини остаје изван видног поља”. Индустрија свести је стање духа. „Ко је господар, а ко слуга не решава се само на основу тога ко располаже капиталом, фабрикама и оружјем – него што даље, то јасније – ко располаже свешћу других.” Индустрија свести је, по својој природи, систем који се не може затворити у флашу, контрола над њом је компликована, и могло би се рећи, у крајњој линији и – немогућа. Али она је друштвена константа. „Већ данас ... нема власти која се може одрећи тих деловања³¹.”

У чему је основ за критичко и отворено супротстављање данашњој употреби средстава масовних комуникација – пита се један други аутор³² - употреби која се дефинише као индустрија свести? Прво од чега се у анализама мора поћи, то је сазнање да за одређење индустрије свести није пресудан систем у коме она функционише већ њен друштвени задатак. А тај задатак се у оба данас владајућа начина живота може одредити као овековечење постојећег. То значи да ова индустрија има као доминантну управо идеолошку функцију. То питање се у крајњем случају своди на питање владања, И то је битна одлика сваке државе као „интегралне хегемоније”. Свака власт, односно њено одржање зависи од и од тога колику сагласност добија од оних којима влада. То још

³¹ Слободан Рељић, Како је заробљена слободна штампа, http://www.maticasrpska.org.rs/letopis/letopis_491_5/temat-slobodan-reljic.pdf

³² Ратко Нешковић, Свеобухватност индустрије свести, http://zaprokul.org.rs/pretraga/53_10.pdf

важи за модерне државе управо зато што они којима она влада „више нису кметови”. Идући за смислом оног ширег значења владања, свака власт мора рачунати с тим па чак и тамо где се ослања једино на силу оружја. У такву улогу уклапа се индустрија свести као најзначајнији момент одржања постојећег. Она развија и учвршћује свест о постојећем као једином оквиру деловања људи. Најпоразнији резултат индустрије свести је прихватање постојећег.

Манипулисани патриотизам

Савремено друштво је нарочито деградирано стварањем и одржавањем лажних митова. На Балкану, свака државица мисли да је најбоља, најјача, да је њен народ најпоштенији и најхрабрији и да је жртва неке велике неправде. Свака балканска држава има своју неостварену ултра националистичку „мегали³³ идеју”, идеју о великој држави која би територијом покрила етничку распрострањеност. Све ”мегали идеје” балканских народа су доживеле страшан и срамотан пораз, осим српске, која још га увек чека. Политичари вештом манипулацијом и лажима, упорно одржавају свест поданика о величини и снази нације, о неправди која јој је учињена, и баш њима, тим политичарима који могу да исправе историјску неправду и спрече настајање нових неправди. Свака нова власт која је у Србији конституисана у последње две деценије тражи и налази чврст ослонац баш у тим манипулацијама, нудећи поданицима уместо хлеба и сигурности, вешто конструисану причу о угрожености нације, о војничкој величини и храбрости, и потреби да баш та власт поведе народ у свету борбу за спасавање. А пошто су све наше нације биле потпуно изманипулисане милитаризмом, лако је било постићи неспорне, почетне резултате и у њима тражити алиби и доказ да и даље треба да остану на власти баш они а не неко други. Таква врста манипулације се редовно плаћала десетинама хиљада погинулих у неким локалним балканским ратовима.

Закључак

Мислим да се заједница људи на планети Земљу налази у огромној моралној дилеми коју не може да реши и која ће је сасвим сигурно одвести у кризу огромних размера и глобалног значаја. Футуристи предвиђају суморну будућност за „човека каквог познајемо”. Хипердемократија полуписмених маса која ће се на власти циклично смењивати са острашћеним елитама ускоро ће учинити да човек каквог познајемо постане неодвојив део „друштва спектакла³⁴”. Такав човек ће бити завистан од те верзије друштва, тежиће сензацији и ексклузиви и неће га бити брига шта ће на путу до пројектованог врха да доживи или уништи. Ми сада пишемо и згражавамо се над reality програмима, а

³³ Грчки: мегало (μεγάλο) - велики

³⁴ Види: Guy Debord „La société du spectacle”

манипулација ће ускоро учинити да људски живот, као у дистопијском филму цео буде један дуг, досадан и сапуњав reality програм.

Медијске манипулације ће створити неразумевање и сумњичавост различитих друштвених група, генерација и народа. Људи неће ни моћи ни желећи да живе у стварној стварности, већ у стварности која је креирана у фабрикама свести и мишљења. ”Нације широм света ће ускоро производити генерације корисних машина, а не комплетне грађане који мисле својом главом, критикују традицију и разумеју значај туђих патњи и достигнућа³⁵”. Медијска манипулација ће постати свеопшта и незауставива и потпуно ће разорити, не морал и опште људске односе – разориће, мислили смо, оно неразориво, разориће онтолошко биће човека, оно што је највредније и најлепше у њему, и што га, на крају, чини човеком - његову душу.

”Чини се да смо заборавили душу³⁶, заборавили смо значење мисли која излази из душе и повезује особу са светом на богат, суптилан и компликован начин; заборавили смо значење приласка другој особи као души а не као пуком корисном инструменту или препреци на сопственом путу, заборавили смо на способност имагинације која нас чини људима и која наше односе чини богатим људским односима, а не односима пуког искоришћавања и манипулације”.

Литература:

1. Bernays, Edward (1928): *Propaganda*, Horace Liveright, Routledge
2. Бјелајац, Жељко (2015), *Медију, сункултура и криминалитет у савременом друштву*, Kultura Polisa, број 27, 2015, Novi Sad,
3. Bokun, Petar (2002): *Psihološki rat*, Draganić, Beograd
4. Vertovšek, Nenad i Tomović, Anja (2012): *Medijsko zavođenje u suvremenom društvu spektakla i manipulacije*, Sveučilište u Zadru, Zadar
5. Lukić, Kristijan (2010) „*Kritičke perspektive umetnosti digitalnih igara – prilog istraživanju fenomena*“ (http://www.bos.rs/cepit/evolucija/html/14/igre.htm#_ftn1)
6. Makijaveli, Nikolo (2005), *Vladalac*, Dereta, Beograd
7. Nešković, Ratko (1981): *Sveobuhvatnost industrije svesti*, http://zaprokul.org.rs/pretraga/53_10.pdf
8. Nusbaum, Marta (2009), *Krhkost dobrote*, Službeni glasnik, Beograd
9. Platon (2013): *Država*, Dereta, Beograd
10. Reljić Slobodan (2013), *Kako je zarobljena slobodna štampa*, http://www.maticasrpska.org.rs/letopis/letopis_491_5/temat-slobodan-reljic.pdf
11. Filipović, Aleksandar (2016): *Paradigma kulturološkog pozicioniranja video igre*, doktorska disertacija odbranjena na FDU u Beogradu, maja 2016, biblioteka FDU Beograd
12. Filipović, Aleksandar (2013), „*Etički izazovi video igre*“, “Zbornik radova Fakulteta dramskih umetnosti, Časopis Instituta za pozorište, film, radio i televiziju, Beograd, број 24
13. Šušnjić, Đuro (1995): *Ribari ljudskih duša*, Čigoja štampa, Beograd

³⁵ Марта Нусбаум у: Слободан Релјић, Како је заробљена слободна штампа, http://www.maticasrpska.org.rs/letopis/letopis_491_5/temat-slobodan-reljic.pdf

³⁶ Ibid

MEDIA MANIPULATION AS A FACTOR OF DEGRADATION OF CONTEMPORARY SOCIETY

Summary: In this paper the author analyzes the phenomenon of media manipulation, which is firstly deconstructed and defined, and then its methods of action, presence, goals, reach and effects are determined. As there are many levels and forms of manipulation, the author proposes that there are two basic levels of manipulation, each with sub-levels. While using the analytical method, the author further determines existence of various forms of manipulation and finds examples in the society and by them he then determines the effects of these individual forms of manipulation on society. In the paper's conclusion, based on facts acquired in the paper, the author considers current state and gives prediction of further development and influence of this phenomenon, particularly distinctive to contemporary society.

Key words: media, ethics, manipulation, propaganda, primary (visible) manipulation, secondary (resident) manipulation, contemporary society, social degradation