

# MEDIJI I MANIPUALCIJA

---

DR MIOMIRKA RAKOKNJAC

# POJMOVNO ODREĐENJE MANIPULACIJE

---

- Manipulacija vodi porijeklo iz latinskog jezika od riječi manu- ruka i pulare-ugladiti, glačati, prevalčiti rukom.
- U prvobitnom značenju manipulacija se odnosila na obradu predmeta pomoću vještog korišćenja ruku, dok je danas njeno značenje doživjelo transformaciju i tiče se rukovanja ili upravljanja stvarima i ljudima (Koković, 2007:110).
- Manipulacija se preciznije definiše kao “smišljen sistematski i kontrolisan postupak ili skup postupaka pomoću kojih manipulator koristeći simbolička sredstva u za njega pogodnim psiho socijalnim uslovima, odašilje u masu preko sredstava komunikacije, određene poruke sa namerom da utiče na uverenja, stavove i ponašanje velikog broja ljudi, tako da bi se oni u stvarima o kojima ne postoji opšta saglasnost, a za koje su životno zainteresovani, usmerili prema ubeđenju, stavovima i vrednostima manipulatora, a da toga nisu ni svesni” (Koković, 2007 prema Šušnjić, 1995:42).

# RAZLIKA IZMEĐU MANIPULACIJE I DRUGIH METODA KONTROLE PONAŠANJA

---

- Za manipulaciju se vezuje:
  - bezbolno ubjeđivanje ljudi, pri čemu se najčešće, ne osjeća prinuda;
  - dobro poznavanje čovjeka;
  - proširene dimenzije moći mas medija;
  - zavisnost pojedinaca od organizatora i institucija koje imaju monopol nad informacijama-  
ukoliko je pojedinac zavistan njime je lakše manipulirati;
  - podjela rada i specijalizacija funkcija sprečava pojedinca da stekne cjelovitu sliku o situaciji;
  - manipulacija nije institucionalizovan oblik moći i zato je teže konstatovati (Koković, 2007:112).

# PROPAGANDA

---

- Propaganda predstavlja širenje informacije sa ciljem oblikovanja mnjenja i podsticanja političke akcije;
- Čomski je utvrdio pet filtera kroz koje se vijesti i prikrivanje političkih događaja modifikuju strukturom medija:
  1. Poslovni interesi vlasničkih kompanija;
  2. Osjetljivost na interese i poglede sponzora;
  3. Korišćenje vijesti i podataka čiji su izvor agenti moći;
  4. Ozbiljna kritika novinara i pritisak koji se vrši na njih;
  5. Nepokolebljiva vjera u vrijednost tržišne konkurencije.

# INDOKTRINACIJA

---

- Indoktrinacija je nametanje ideja, stavova, pri čemu se te ideje ne dovode u pitanje, ne preispituje se njihova vjerodostojnost.
- Indoktrinacija potiče od latinske riječi *doctrinaire* i označava "podučavati".
- Određuje se kao "plansko, sistematsko i kontrolisano širenje ideologije vladajuće klase kojom ona prikriva, ojačava i opravdava svoju društvenu moć i političku vlast kako bi mlade generacije, preko vaspitno-obrazovnog sistema usvojile tu ideologiju kao vlastiti sistem interpretacije, orijentacije i akcije, ne ostavljajući potrebu za drugačijim pogledom na svet" (Koković, 2007 prema Šušnjić, 1995:41).
- Dobrovoljna indoktrinacija
- Prisilna indoktrinacija

# MEDIJI

---

- Mediji nijesu instrumenti prikupljanja informacija koje proizvodi neko drugi, već proizvođač, kontrolor i vlasnik informacija.
- Skoncentrisali su u sebi najuticajnije informacione tokove i društvene snage.
- Informacija je temelj političke, ekonomske i socijalne moći.
- Zahvaljujući medijima, između ostalog, čovjek je postao građanin svijeta.

# MANIPULACIJA

---

- Manipulacija u oblasti ekonomije i potrošnje je reklama.
- U političkoj oblasti manipulacija biračima se vrši putem propagande.
- U pedagoškoj oblasti manipulacija uzima oblik indoktrinacije.
- U oblasti slobodnog vremena manipulacija ukusima i nagonima uzima oblik industrije zabave.

# MEDIJI U OKRILJU CENZURE

---

- Četiri argumenta protiv cenzure (Džon Kin):
- Teološki pristup;
- Pravni pristup;
- Utilitaristički pristup;
- Pristup sa aspekta javne rasprave.
- Kontrola i cenzura su se u prošlosti postizale putem diskriminacije obrazovanja i putem patronata.
- Indirektnu cenzuru sprovode rukovodioci komercijalnih medija i komercijalne propagande koji često mijenjaju sadržaje TV programa i sprečavaju objavljivanje ključnih informacija.



# MEDIJSKA PROIZVODNJA STEREOTIPA

---

- Stereotipi su rezultat nekritične generalizacije određenog iskustva.
- Stereotipije su trajne i održavaju se kako kod pojedinca, tako i kod generacija.
- Stereotipi nemaju objektivno utemeljenje.
- Stereotipi su povezani sa emocionalnim osjećajem sviđanja/nesviđanja; odobravanja/neodobravanja.
- Uzrok nastanka stereotipa jeste vlastita suženost pogleda na druge kulture, kao i neprihvatanje različitosti.

# GLASNE

---

- Glasine su informacije koje nemaju veze sa činjenicama i ne mogu se objektivno provjeriti (Koković, 2007:125).
- Glasine su prećutne, sporne ili potisnute informacije.
- Glasine su informacije koje nemaju svoju vjerodostojnost.
- Glasine su informacije neprovjerene.
- Razlika između glasina i trača.
- "Trač je ritual unižavanja drugog zbog isticanja sebe, dok glasina sadrži dublje motivaciono jezgro sa znatno širom i bržom socijalnom radijacijom " (Koković, 2007: 125).
- Trač najčešće pogađa pojedinca, dok glasina pogađa grupu.

# MORALNA PANIKA

---

- Stanovišta važna za razumijevanje moralne panike:
  1. Javlja se u obliku kampanja koje traju određeni vremenski period;
  2. Najviše su sadržaji koji se tiču moralne panike prijemčivi za ljude koje uznemirava i najmanja društvena distorzija;
  3. Nekonciznost moralnih smjernica.
- Istraživanja pokazuju da se najveći prostor u medijima ostavlja za situacije koje su incidentne i problematične.
- Upravo nevjerodostojno iznesene incidentne situacije u medijima predstavljaju izvor širenja moralne panike.