

*Весна Станковић Пејновић*  
*Институт за политичке студије, Београд*

## ДЕМОКРАТСКА ИДЕОЛОШКА ПРОПАГАНДА У СЛУЖБИ КАПИТАЛА\*

*Човек не заводи диктатуру како би спречио револуцију;  
човек изводи револуцију како би спровео диктатуру.*

Џорџ Орвел

*Оно што је неморално данас не значи да ће бити  
неморално и сутра.*

Хенри Кисинџер

### Сажетак

Пропаганда ствара уверење да су демократија и радикални капитализам нужно повезани, не само један са другим, него и са модернитетом, напретком и реформама. Демократски дискурс у служби пропаганде настоји уверити грађане да су неолиберални концепти једини рецепти стабилности и демократије иако приватизација и слободна трговина, два темељна дела структуралних реформи никако нису повезане са стварањем стабилности. Пропаганда је могућа и врло често успешна зато јер је људско понашање подложно обликовању те нема свој простор у идеолошкој, већ у психолошкој сфери. Циљ пропаганде у чијој крајњој инстанци се налази корпоративни капитал је манипулисати свешћу људи и створити симулирану стварност у којој отуђење одговара хајдегеровском облику заборава бића, али и заборава човека јер више нема бића ни човека, већ само потрошне робе безгранично искористиве. Пропаганда као вештачко божанство, аутономна сила, ствара само себе и намеће сопствена правила према којима свака

\* Рад је део пројекта бр. 179009, који финансира Министарство просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије.

критичка свест нестаје, производећи масовну свест. Капитал и контрола медија, у комбинацији са „доктрином шока“ одлично је оружје у имплементацији „уметности политике“.

Циљ рада је доказати да неолиберална идеологија, као идеологија апсолутности капитала, уз помоћ пропаганде медија, ствара друштво спектакла и води рат за освајање свести и обликовању човека према задатој форми.

Кључне речи: пропаганда, демократија, манипулација, капитал, идеологија

## УВОД

Демократија је парадокс и позоришна игра у којој људи гласају за ствари које не разумеју у нади да ће остварили имагинарне циљеве од којих је најнаглашенија идеја слободе. Спроводи се стара језуитска максима да људи воле да буду преварени, али се спроводи интензивно, вешто и сакривено, уз велик пораз ума.

Демократија је, кроз пропаганду, реч која је, уз глобализацију, технологију и тероризам, једна од најчешће употребљаваних, али и најчешће злоупотребљаваних речи јер из њених корена (*demos* – народ, *kratein* – владати) није јасно који народ и како влада, а упитно је и њено истинско значење као и то може ли се она користити за опис данашњег друштва.

Доктрина шока је најбољи начин на који се намећу нескривене идеолошке тврдње о нужности приватизације и уклањању свих препрека које заустављају продор страном капиталу. У ери апсолутног тријумфа капитализма, олтару капитала се жртвују све вредности. Потпуну друштвену превласт капитала потребно је „сакрити“ иза демократске пропаганде којом добијамо поруке да је увођење демократије нужно везано за приватизацију државних предузећа и уклањање свих препрека које заустављају продор страног капитала.

Демократска пропаганда је сакривено или откривено усмерена на Фридманов неолиберални тријумвират приватизације, дерегулације, слободне трговине и радикалних резова државне потрошње. Службено заговарајући „структурне прилагодбе“ као одговор на спречавање кризе, ММФ и Светска банка спроводе социјални инжењеринг и идеолошку трансформацију неолибералних доктрина, методично искориштавајући међународну кризу. Кроз велике глобалне институције, капитал преко својих за-

ступника ствара симулацију стварности без порекла и реалности. Пропаганда, у служби капитала има моћ да људе води кроз шарено позориште сенки настојећи да их увери да су неолиберални концепти једини рецепти стабилности и демократије иако приватизација и слободна трговина, два темељна дела структуралних реформи, нису повезана са стварањем стабилности. Пропаганда под плаштом, капитала ствара друштво спектакла. Корен спектакла је специјализација моћи.

Јавно мњење би требало да прихвати тврдњу да спас државе зависи од тога у којој мери ће она бити распродата. Пропагандом се мора створити уверење да су демократија и радикални капитализам нужно повезани, не само један са другим, него и са модернитетом, напретком и реформама, а да се при томе људе приморају на сагласност, јер се по Макијавелију, власт се и одржава на сили и сагласности. Неки аналитичари верују да јавност и нема мишљење, осим већ готовог мишљења које јој пружају различите институције. Капитал велике савезнице има и у идеологији и митовима које она ствара и који се преносе преко образовања и средстава информисања.

Капитал, интересом власника, контролише и одређује које су вести подобне за објављивање, а које информације би требало да буду искривљене, маргинализоване, па чак изостављене у циљу промовисања одређене врсте размишљања која иде у корист групе која има капитал. На тај начин власници капитала владају и мишљењем јер имају могућност избора „чињеница и проблема“, претварајући их у информације и саопштења.

Властити интерес капитал налази у демократској пропаганди која промовише идеализам бољег и праведнијег друштва сакривеног сувереног тржишта, али и диктатуре финансија и банака, еуфемистички називана ЕУ. То је у супротности са начелима медијског извештавања у демократском друштву, који неразвијеним и транзицијским земљама „дају“ лекције да су медији независни, предани откривању и саопштавању истине и да медији ни најмање не приказују свет на начин на који би то моћне групације желеле.

Капитал се „сакрива“ иза идеологије либералне демократије која се спроводи декларативно јер наше „доба права“ (Бобио) настоји да уступи и симулира простор универзалне слободе појединаца, наглашавајући индивидуална права апстрактног појединца, а не социјалног и друштвеног бића.

Идеологија није „лажна свест“ ни пука илузија реалности, него реална илузија владавине алтернативне свести нашим животима. Границе *cyber* идеологије епохалне су границе изопачености послелибералне демократије. Њен основни појам је демократски јавни (раз)ум. Слотердијк савремену идеологију тумачи као цинизам просвећене јавне свести која себе зна као такву.<sup>1)</sup>

## 1. КАПИТАЛ БЕЗ ОГРАНИЧЕЊА

Наша епоха је епоха „апсолутног капитализма“, ослобођеног сваког ограничења, јер је њему све подређено, а његов проток нема границе. Наметнута је деполитизација економије као наличје економизације политике, као и сирово техничко административно управљање социјалном сфером. У том смеру се спроводе и мере деполитизације друштва и стварање „минималне државе“, а насиље капитализма је економско насиље наметнуто банкарским каматама и јавним дугом које „убија“ другачије од оружја.

Динамика капитализма се заснива на масовном искориштавању најширих слојева друштва тако да се Европа бирократије, технологије и информатичког капитала бори и уништава Европу знања и образовања како би се доминацијом уништила свака могућност отпора. Капитал од нас захтева да прихватимо да је његов циљ потпуног поробљавања рационалан или да га сузбијамо у име рационалности, али да га прихватимо у име моралности.<sup>2)</sup>

У свом генетском пореклу, од свог доласка на власт, капитал је, по Марксу „обливен крвљу и прљавштином од главе до пете“ па сами тим као такав преноси своју „енергију која га тера напред“ на персоналне и политичке везе кроз нове облике владавине и потчињености у невиђеним формама насиља које се сада испољава у невидљивој форми економије коју спроводи отворено тржиште са потпуном, али прикривеном владавином мултинационалних компанија. Капитал деструира сваки облик људске хуманости и разбија сва идеална разликовања истинитог и лажног, доброг и лошег.

Ствара се простор универзалне слободе која се подудара са слободом куповине и коришћењем универзалног права на рад, који мултинационалне компаније нарочито истичу у „колонијалном“ делу универзалног царства. Слобода је базирана само на

1) Peter Sloterdijk, *Kritika ciničkog uma*, Globus, Zagreb, 1992.

2) Jean Baudrillard, *Simulacija i zbilja*, Naklada jesenski i Turk, Zagreb, 2001, стр. 19.

слободи куповине и потрошње тако да се слобода умножавања капитала и идентификује са интегралном либерализацијом. Насиље над људима постаје економска категорија јер сакрива своје штетне изборе иза безличне воље тржишта, а медијски контролисана сфера уједначено осуђује сваки облик насиља који није институционализовано и анонимно насиље економије. Ритам капиталистичке мондијализације тежи укидању разлика и алтернатива ширењем неограничене воље за силом кроз техничку доминацију и тежњом за искориштавањем и потрошњом.

Људи се појављују као „карактерне маске“ поретка моћи у бинарним опозицијама господар-слуга, капиталист-радник, с једне стране стварни материјализовани носиоци идеја о властитом животу као најбољем од свих светова, како се одређује у либералном капитализму.

Капитал тежи нестанку реалности у вечној, виртуелној стварности у којој важи правило инверзије. Коначни циљ корпоративног капитала је обликовање модела профитабилне власти. Преображено је уобичајено и свакодневно функционисање државног апарата, односно приватизација саме власти, преласком јавног власништва у приватне руке, праћено дужничком експлозијом и све већим јазом између богатих и сиромашних.<sup>3)</sup>

Глобални капитализам, као тотална моћ у савременом свету је највећи степен исконског „отуђења“ човека јер ствара велике социјалне разлике, уништава политичку аутономију слабих држава и лажима о слободном тржишту економски колонизује „искључене“ из „новог светског поретка“.

Капитал је осмислио концепт глобализованог потрошача, постсубјекта који је усмерен само на задовољење својих потреба, једнодимензионалног човека (Маркузе), атомизирани јединку за коју постоји испуњење само њених уских интереса и користи испуњење тежње ега и садашњих потреба. Кроз корпоративне мреже владавине глобалног капитала, њихове структуре и актери моћи производе „тоталитарну“ културу.<sup>4)</sup> Препознато као непријатељско профиту, образовање у књижевности и уметностима драстично се занемарује, понекад се чак показује и као срамно.<sup>5)</sup>

Милтон Фридман, поред Хајека, највећи заговорник неолиберализма, је указивао да људима управљају себични интереси и

3) Naomi Klain, *Doktrina šoka – Uspon kapitalizma katastrofe*, V.B.Z., Zagreb 2008, стр. 21-23.

4) Žarko Paić, *Totalitarizam*, Meandarmedia, Zagreb, 2015, стр. 68.

5) Marta Nausbaum, *Ne profitu: zašto demokracija treba humanistiku*, AGM, Zagreb, 2012, стр. 40.

похлепа па због тога друштво функционише најбоље кад се том интересу дозволи да управља готово свим активностима.<sup>6)</sup> У похлепи лежи и темељ ширења капитализма, као покоривање целих држава које су претворене у територије за експлоатацију као и овладавање њиховим привредним ресурсима и јавним предузећима. Капитализам је легализовао пљачку па се поштовањем владавине закона и није могуће бунити против пљачке у законодавним оквирима. Моћ капитала истиче имагинарно време које се састоји од порицања реалне прошлости и реалне будућности, време без стварног памћења и без стварног пројекта. „Усавршено порицање човека“ преузима власт над читавом људском егзистенцијом са циљем да се људи присиле на изједначавање добра са робама, а задовољство са пуким преживљавањем.<sup>7)</sup>

Финансијски капитал, нарочито деловањем ММФ-а контролише глобалне медије и самим тим и мишљење јавности, док је одређени део контроле наметнут од стране влада. Капитал је тај који контролише интересе без обзира да ли су они усклађени са интересима од државног значаја. Борба за промоцију чистог капитализма с циљем одржавања режима одређених моћних корпорација уско је повезана са психолошким уништавањем властите нације<sup>8)</sup> или колонизацијом сопственог народа.<sup>9)</sup>

Политика је услужна делатност транснационалних компанија, док *think tank* институти (институти труста мозга) као корпоративне институције јавног знања идеолошки воде нове крсташке ратове.

По Фридману<sup>10)</sup> само криза, стварна или привидна, ствара истинску промену те је нужно развијати алтернативу постојећој политици, одржавати их све док оно политичко немогуће не постане политичка неизбежност. Ако економска криза изазове довољно снажан удар, радикалан пад вредности валуте, слободног тржишта и тешку рецесију, онда све постаје неважно и вође могу учинити све што је потребно у име реакције на националну кризу. Кризе су, на неки начин, подручја ослобођена демократије.

---

6) Milton Friedman, *Capitalism and Freedom*, Chicago University Press, Chichago, 1962.

7) Guy Debord, *Society of the Spectacle*, Bureau of Public Secrets, 2002, стр. 17.

8) Исто, стр. 29.

9) Sergej Kara-Marza, *Manipulacija svešču*, Vesna-info, Beograd, 2011, стр. 179.

10) Milton, Friedman, *Capitalism and freedom*, нав. дело.

## 2. ИГРА МАНИПУЛАТОРА У ЦИЉУ ПРОИЗВОДЊЕ ПРИСТАНКА

Манипулација се у многим европским језицима тумачи као руковођење објектима с одређеном намером или циљем. Манипулација није насиље, већ искушење и постиже успех ако натера човека да под дејством примљених сигнала промени своје мишљење, душевно стање, циљеве и програме и почне да делује на нов начин. Успешна манипулација свешћу људи захтева кидање веза са непосредном прошлошћу, али и са целом историјом, јер онај ко контролише прошлост, одређује и правац будућности. Зато је и ремећење уобичајених, стабилних социјалних прилика увек прилика за повећавање сугестибилности.

Због развитка технологије, „владавина над народом“ је постала једноставнија те многи теоретичари тврде да се свет претворио у „глобално село“ и у медијску/виртуалну стварност. Бернајс (*Bernays*) скоро пре 100 година открива да су главни организатори манипулације групе и организације чије је деловање прикривено и које делују у име клијената из корпорацијских и политичких кругова, производећи јавно мишљење. Свесно и интелигентно манипулисање навикама и мишљењима маса имају под својом управом механизме који чине невидљиву владу, која је права владајућа сила.<sup>11)</sup>

Пропаганда је могућа и врло често успешна зато јер је људско понашање подложно обликовању и разноврсности, а људи су све више склони или су приморани да постигну хермафродитну осредњост, самозадовољну, али друштвено савитљиву.<sup>12)</sup> Смрт контекста је логични резултат идеолошке конструкције медијске реалности која је усмерена ка стварању спектакла који је тоталан, зато што је омогућен слободом која изворно припада свету живота. Он је својеврсно „добровољно ропство“. Тријумф спектакла је суштина нашег света данас: нове идеолошке борбе, постмодерни ратови, слика између различитих култура, тотална провидност, зла у његовом људском лицу.<sup>13)</sup>

Дух велике уметности модерне у културу масовне забаве врши се посредством владавине гласа и слике према захтевима пасивног примања оног што Бодријар (*Baudrillard*) зове тотали-

11) Edward, Bernays, *Propaganda*, Ig Publishing, Brooklyn, 2005.

12) Fransis Fukujama, *Kraj čovjeka*, Izvori, Zagreb, 2003, стр. 72.

13) W. J. T., Mitchell, *What Do Pictures Want? The Lives and Loves of Images*, Chicago University Press, Chicago- London, 2005.

тарна „порука“ потрошачког друштва, што је нека врста интуитивног увида у стање ствари након краја тоталитаризма.

Медији као корпоративне фузије моћи спектакла и спектакла моћи испуњавају потребу за демократском илузијом јавног приказивања догађаја.<sup>14)</sup>

Владавина технологије и науке повезана са масовном културом потрошње учинили су да друштво постане дехуманизован погон продуктивности. Реалност неолибералног глобалног капитализма огледа се у савременој политици догађаја без субјекта, због изразите безавичајности.

Медији постају све богатији, а друштво све сиромашније демократијом. Власници медија се налазе у управним или надзорним одборима мултинационалних компанија па је самим тим и логично да је медијска слобода ограничена чињеницом да су власници медијских корпорација вођени идеологијом слободног тржишта као и да имају заједничке интересе са великим корпорацијама, банкама, па и владом. С друге стране, постоји и веза власника великих медијских кућа и владе, као једног од механизма одбране интереса капитала на обе стране. Финансијска зависност медија укључује и одбијање објављивања оног садржаја који је идеолошки супротан или штетан по интерес заштитника/оглашивача.

Успешност пропаганде је видљива у постизању пристанка јавности на одређене идеје које су у почетку категорички одбијане. Владајуће структуре често користе медије као средства за постизање својих личних циљева, супротних добробити заједнице и друштва као целине. Политичари, у свом афоризму апелују на интересе и вредности које се ни у једном друштву не декларишу као приоритетни. У њиховим говорима је изразито наглашено понављање речи чиме се стварају стереотипне представе које се утискују у подсвест. У манипулацији се велик део темељи на осећањима јер се маса не убеђује аргументима већ утицајима на емоције. Баналност речи израз су велике банализације избора слободе у свету спектакла ништавила. Разум захтева дисциплину и усредсређену пажњу. „Лакше је прихватити утисак јер разум одбија, логика раздражује, а емоције узбуђују.“<sup>15)</sup>

Манипулацијом се спроводи тајни рат те успех у сукобу зависи и од способности „колонизатора“ да спрече организован

14) Žarko Paić, *Totalitarizam*, нав. дело, стр. 245.

15) Sergej Kara-Marza, *Manipulacija svešču*, нав. дело, стр. 166.



отпор. Избећи и не прихватити манипулаторов језик, његову терминологију, његове појмове, избегавајући сваку идеолошку замку, начин је на који се ствара пут препреке за манипулацију свешћу. Једно од главних средстава манипулације је стварање или коришћење кризе, или изазивање осећаја сажаљења и саосећања према слабим и незаштићеним, али главно осећање је страх. Манипулација се највише темељи на неадекватном и илузорном страху и начину његовог стварања.

### 3. СПЕЦИЈАЛИЗОВАНА КЛАСА КАО ПРОИЗВОЂАЧИ ПРИСТАНКА

У технологији манипулације важно место заузима промена језика. Ми смо робови речи те понављањем фраза, „ми морамо у Европу“, „евроатлантске интеграције немају алтернативу“, „продужетак реформи је неминовност“, „остварили смо велики прогрес“, људима се усађује код какав је и пожељан у манипулацији.<sup>16)</sup> Липман, не само да је одобравао овакво деловање, већ га је отворено подржавао, говорећи да „заједнички интереси у потпуности опчињавају јавно мњење“ и једино их може разумети и њима управљати „специјализована класа одговорних људи.“<sup>17)</sup> По Чомском, њихова основна функција у односу са јавности је контрола свести. Они утичу на људско понашање и свест, покрећући их на одређену акцију или реакцију. У својим размишљањима он следи Бернауса који је схватио да високо образована класа тактичара обликују јавно мњење, анализира друштво и прилагођава мисаоне структуре из којих јавност са ограниченим интелектом извлачи своје ставове.<sup>18)</sup> Та специјализована класа су управо они политичари и капиталисти као и читава плејада медијских манипулатора, стручних аналитичара у служби капитала који нам данас намећу своја мишљења, чија презентација стварности улази у домове грађана и „производи“ страхове, несигурности и отрове. Осим медијске пропаганде, постоје и појединци чије мишљење утиче на светоназоре других. Ле Боновим речником речено „мала интелектуална аристократија“ је вешта сила у примени психологије маса. Та вештачка буржоазија није способна да акумулира

16) Исто, стр. 335.

17) Edward S. Herman, Noam Chomsky, *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*, Pantheon Books, New York, 1988. стр. ix.

18) Edward Bernays, *Propaganda*, нав. дело.

капитал, већ само да потроши и уништи вишак вредности који убира из локалног рада и субвенција добијених од држава ментора и међународних монопола. Иако су страни империјалисти прави господари „освојених, самоколонизирајућих“ земаља, њихови домаћи актери награђени су за продају локалних производа тако што „добијају“ државу, независну од локалних маса, али не и од империјализма.

Део човечанства који не припада специјализованој класи, врста је „заблуделог крда“<sup>19)</sup> са улогом посматрача, и није активни учесник у демократским процесима. Учесници су само формално, када својим усмереним начином мишљења бирају већ одабраног вођу. Када јавност успе изаћи из „заблуделог крда“ (или Ниелсенове „усамљене гомиле“) суочавамо се са „кризом демократије“. Ту кризу треба превладати дисциплиновањем институција одговорних за „индоктринацију младих“ – школа, универзитета, цркава и слично – а можда чак и државном контролом медија, уколико би се аутоцензура показала недовољном.<sup>20)</sup> Потребно је „произвести пристанак“ те је владајућој структури неопходно оружје да „припитоми“ оно исто „заблудело крдо“ које се рађа с урођеним инстинктима слободe и рационалног резоновања. Прилично је једноставно, улити људима зацртана или прописана уверења и доктрине, а да они при том мисле да је то све њихова лична одлука и мишљење. Потребно је, наиме, максимално искористити моћ незнања, непажње масе и моћ медија па скренути пажњу јавности са проблема на тривијалности, коришћењем речи чије значење људи нису у потпуности схватили (агресија, геноцид и етничко чишћење, тероризам). Ове речи могуће је тумачити на више начина. По Ле Боновом мишљењу гомила никад не тежи праведности и слободи, већ испуњењу својих уских интереса окрећући се од очигледности која јој се не свиђа јер је увек под утицајем илузије. Ко им омогући илузије, лако постаје њихов господар, а ко покуша уништити илузије и покушати их уразумити, постаје жртва гомиле.

Страх од тероризма производи увек нове страхове, а реч „тероризам“ постаје изговор за стварање новца.<sup>21)</sup> Шоком се искориштава страх који је темељ профитабилне индустрије која мул-

19) Edward S. Herman, Noam Chomsky, *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*, нав. дело, стр. 13.

20) Noam Čomski, *Propaganda i javno mnjenje*, Rubikon, Novi Sad, 2008, стр. 12.

21) Naomi Klein, *Doktrina šoka – Uspon kapitalizma katastrofe*, нав. дело, стр. 54.

тинационалним компанијама доноси огромне приходе. Одувек су ратови и катастрофе отварали могућности за енормно богаћење уског круга, али данас се „капитализам катастрофе“ може поистоветити са тржишним процватом најбогатијих, јер се периодима непосредно након катастрофа, остварује највећи профит.<sup>22)</sup>

Медији су дуго времена потхрањивали колективну свест и наглашавали потенцијалну моћ коју јавност може поседовати. Ипак, данас масовни медији нису ништа другачији од великих индустријских корпорација и компанија, јер су оријентисани ка профиту у смислу Марксове „свепродајности“, а не ка извештавању и откривању истине. Медији су инструмент моћи великих корпорација, али и промотери идеја које владе желе да буду прихваћене од стране грађана. С друге стране, следе и истичу интересе власника капитала и влада, које том капиталу примарно служе. Истина и објективност не могу бити средства за промовисање појединачних циљева, нити могу постојати као средство акумулације капитала. Стога је субјективизам медија усмерен ка све присутној централизацији медија. Ипак, овај феномен постоји и у односу капитала према другим аспектима економије као и даљем јачању моћника, елитне мањине.

Најважнији задатак медија није промоција њихове изворне функције, односно политичка сфера за ширење истине јер, због огромних количина новаца повезаних са медијима, они могу боље од било које друге институције креирати слике о нашем месту у друштву. Медији су у симбиотичкој вези са моћним изворима информација због своје финансијске зависности и заједничких интереса. Медији су зависни од владиних сектора који им омогућавају несметан проток великог броја информација и апсолутну превласт „рекламократије“, која моделује, како нашу перцепцију, тако и све класичне новинарске жанрове.

Званични владини извори су а priori сматрани веродостојним. Чињеница да је информација издата од стране владе или њене институције, чини ту информацију довољно поузданом да буде објављена без даље анализе истинитости њеног садржаја. Овакве информације нису подвргнуте контроли истинитости, а грађани су изгубили „рефлекс препознавања“, а тога нису свесни.

Медији се ретко баве истраживачким новинарством када су суочени са политичким, економским и верским монополем. Сукобљавање с носиоцима политичке моћи може бити опасно, те је

---

22) Исто, стр. 24.

нужна медијска само-цензура.”<sup>23)</sup> Медији често користе сензационализам, чиме се постиже фрагментација проблема и дробљење информација, тако да није могуће постићи заокружено сазнање. На исти начин се постиже и прећуткивање важних догађаја које публика не би требало да запази.

Мистерија потрошачког друштва као реализоване утопије либералне демократије о богатству слободног појединца јесте у његовом одређењу насупрот појма тоталитаризма; нескривене поруке о моћи спектакла потрошње иза које се не налазе ни Вође, Партије, Историје, него моћ глобалног капитала.

У периоду непосредно пред распад совјетског комунизма развијен је механизам контроле масовних медија као одбране од спољашњег непријатеља. Нестанком комунизма, настаје нов глобални непријатељ, јер је друштво било усмерено да став, ако непријатеља нема, потребно га је измислити. Морао се створити нов непријатељ који би попунио ово упражњено место и због тога су изражене претње: талибани, ал-Каида, исламски Цихад, бомбаши самоубице, и читав низ терористичких упоришта широм света.

Контрола која почива на хистерији и страху има огроман утицај и на саме медије, који онда настоје да индоктринирају нацију у складу с одређеним програмом „производње страха“ и „производње мржње према непријатељу“. Све присутнији тренд који дели свет на „нас“ и „њих“ се показао ефикасним, нарочито у времену које иде на руку моћницима за остваривање њихових политичких планова.

Човек боје стварног света признаје за стварне, након што их види на екрану. Тако гледалац разорене свести лако постаје апсорбер свега онога што глобална мрачна сила жели да буде део наше свести.<sup>24)</sup> Контрола над јавним мњењем је основа сваке владавине, с тим да се истиче да је функција односа с јавношћу помоћ или спона између власти и појединаца у друштву. У званичним дефиницијама нигде се не наводи да су односи с јавношћу индустрија, као и свака друга, која доноси велики профит.

#### 4. ЗАКЉУЧАК

Капитал је основни параметар који одређује границу између онога шта би медији требало да буду и онога што јесу, уз на-

---

23) Bartholomew Sparrow, *Uncertain Guardians*, JHU Press, 1999, стр. 62.

24) Segej Kara-Murza, *Manipulacija svešču*, нав. дело, стр. 335.

меру да се створи преобработено ново друштво. Да би се постигла надмоћ капитала пропаганда мора бити усмерена на преображај досадашње свести становништва, уз подстицање незадовољства и константно одржавање и производњу страха, уништење важности солидарности као социјалне и кохезионе повезаности. „Информационе производе“ данас производе велике приватне корпорације у сарадњи са највећим банкама које су постале главни власници акција телевизијских компанија. Произвођачи и ширитељи информација ни у ком случају нису индивидуе на које се односе уставне гаранције о слободи говора, већ су то приватне корпорације које теже максималној добити. Новац, односно капитал, одређује шта ће бити претворено у информацију, ко ће то рећи или пренети као и врсту људи којима је таква информација намењена.

Групе које поседују моћ не користе своју моћ за остваривање огромних прихода. Они имају значајнији циљ; а то је манипулација мишљењем јавности. Исте групе врше класификацију информација и одлучују које су информације подобне за објављивање. Те групе подржавају одређене стручњаке који су присутни у медијском простору и који су способни за примену флака и промовисање идеја своје групе. Бројни високо плаћени новинари, „коментатори“, „аналитичари“ и други људи сличних „занимања“ су богато награђени јер су они најјефтиније средство за манипулацију масама. Лажне и многоструко поновљене тврдње таквих „новинара“ и осталих поменутих „стручњака“ имају у највећем броју случајева тренутно пожељан ефекат. Заправо, они пружају опипљиву корист политичким елитама на власти, а у складу су са коренитим интересима њихових стварних, домаћих и страних налогодавца. Стварају друштво спектакла у чистом виду – они знају да живе међу измишљеним представама, али се потчињавају његовим законима. Спектакл је владајући облик живота, као свеприсутна афирмација већ направљених избора. Пасивни пристанак који спектакл захтева заправо је већ ефикасно наметнут његовим монополом над појавношћу.<sup>25)</sup>

Реклама ствара виртуелни свет изграђен по „пројекту наручиоца“, с гарантованом културном хегемонијом буржоаских вредности (Кара-Мурза). То је наркотизујући имагинарни свет, и мишљење човека „утонуло“ у њега постаје аутистичко. Реклама, као информација, разарач је интензитета у којој се све вештине смисла и бесмисла заморно понављају.<sup>26)</sup> Важна је памтљивост и

25) Guy Debord, *Society of the Spectacle*, нав. дело, стр. 10.

26) Žan Bodrijar, *Simulakrumi i simulacija*, Svetovi, Novi Sad, 1991, стр. 96.

убедљивост, али важна је и упечатљивост информација која се постиже емоционалним памћењем које изазива утисак.

Власници капитала постављају идеологије и диктирају медијско понашање, односно стварају вести и утичу на обликовање и пројектовање веродостојних интерпретација стварности. Наивно је веровати да друштва која за себе тврде да су демократска и слободна немају одређени степен контроле медија. Једино је непознат степен директности спровођења контроле. Ипак, све се више либерална демократија почиње остваривати управо кроз своју властиту супротност; кроз полицијску глобализацију све веће контроле и заштитног терора.<sup>27)</sup>

Капитал и контрола медија у комбинацији са „доктрином шока“ одлично су оружје у спровођењу „умећа политике“. Политика није базирана на рационалним апелима утемељеним на чињеницама, већ се састоји од креирања мишљења помоћу намерног искориштавања подсвесног и ирационалног закључивања.<sup>28)</sup>

Још један битан темељ манипулације је метода „проблем-реаговање-решење“. Насилно се ствара проблем како би се јавност навикла на њега. Пример те методе је изазвати и преносити насиље са намером да јавност лакше прихвати ограничавање слободе, економску кризу или да би се оправдало рушења социјалне државе и умањила права појединца.

На исти начин, под плаштом, иманентног напретка науке се прихватају економске категорије конкурентности и компетитивности у сврху профитабилне искористивости на тржишту рада. Последица је отимање хуманистичког образовања и науке од њихова својственог предмета, а самим тим и од личне природе. Не случајно, то је најизразитије у филозофији, јер се вешто избегавају питања како то да су управо демократска грађанска друштва *de facto*, не нужно и *de iure*, склона апсолуту профита.<sup>29)</sup>

Криза која се догађа „у позадини и тихо“, нарочито изражена у кризи образовања, посебно хуманистичког, која подрива вредносне темеље демократских друштава, дугорочно је штетнија него криза економије, јер се уништавају читаве генерације становништва. У бескрајним понављањима симулација, и сама власт се на крају распада у том простору и претвара у симулацију власти.

27) Žan Bodrijar, *Duh terorizma*, Arhipelag, Novi Sad, 2007.

28) Graham Wallas, *Nature in politics*, London, Archibald Constable, 1908.

29) Martha C. Naussbaum, *Ne profitu: zašto demokracija treba humanistiku*, нав. дело.

Манипулација се спроводи преко фино испреплетаних и усклађених фактора од којих је најважнији језик, јер је успех манипулације немогућ без стварања савезника у душевном свету примаоца. Једно од главних начела заштите од манипулације је одбијање језика на коме потенцијални манипулатор излаже проблем. Неразумљиве речи имају за циљ или да импресионирају слушаоца лажним ауторитетом експерта, или да постигну хипнотишући ефекат. Политичка манипулација је прикривена у сликама или речима које делују на емоције. Већина стереотипа које манипулатори користе има снажну емоционалну обојеност. Политика је аморална и она не познаје емоције већ пласира оне које су само камуфлажа или декор представе. У том трену је потребно сагледати своје интересе, као и интересе потомака и народа, а наслутити интересе говорника.

Манипулатор постиже успех када предухитри процес мобилизације психолошких заштита аудиторијума. Зато се толико велики значај придаје сензационалности и хитности. Сензационалност је најчешће усмерена ка одвлачењу пажње. Манипулатори примењују читав низ техника да у нама ућуткају, осећање историјског времена, смештају нас у вечну садашњост, намећу нам посебно, затворено време спектакла. Главно средство пропаганде је понављање, односно употребљавање једне те исте комбинације речи. Ако се заиста жели објаснити неки проблем, онда ће увек тај проблем изнети у целини, макар и укратко. Вадећи проблем из реалног контекста и не говорећи о важним спољним чиниоцима, манипулатор, нашу мисао и тумачење наводи на пожељна мишљења.

Манипулатори се труде да нас претворе у потрошаче идеја, у уво које пажљиво слуша, широм отворених очију у потрошача који није способан за дијалог. Манипулатор, спречавајући дијалог, по њега повољно решење представља без алтернативним – јер иначе почињу размишљања, просуђивања. Манипулација се умногоме своди на то да људима предлажу такво тумачење проблема које одвлачи од суштине.

Један од главних поступака манипулације је постављање проблема у вештачки изграђен контекст (често лажни) јер ће онда одбрамбено средство представљати неприхватање понуђене поставке питања. Сећање и предвиђање су основ психолошке заштите од манипулације, па управо и зато представљају један од главних објеката разорних дејстава. Манипулатори примењују

читав низ вербалних техника како би замаглили осећање историјског времена, смештају нас у вечну садашњост, намећу нам посебно, затворено време спектакла. Не подлећи „завођењу“ манипулатора значи изаћи из тог зачараног временског круга.

Аргумент за подршку неке чисто идеолошке или политичке тврдње, манипулативни медији траже у подршци ауторитета, а често и у огромном броју „подобних“ политичких аналитичара и тумача постојеће геополитичке ситуације обојене неолибералним постулатима и великим идејама о сигурности, владавини права, напретку, а у ствари промоцији, интереса крупног капитала и мултинационалних корпорација. Живимо у друштву у коме је на снази манипулација свести и свеукупна тежња за усмеравањем начина размишљања на начин на који желе заговорници корпоративног капитала.

## ЛИТЕРАТУРА

- Baudriallard Jean, *Simulacija i zbilja*, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2001.
- Bodrijar Žan, *Duh terorizma*, Arhipelag, Novi Sad, 2007.
- Bodrijar Žan, *Simulakrumi i simulacija*, Svetovi, Novi Sad, 1991.
- Bernays Edward, *Propaganda*, Ig Publishing, Brooklyn, 2005.
- Čomski Noam, *Propaganda i javno mnjenje*, Rubikon, Novi Sad, 2008.
- Debord Guy, *Society of the Spectacle*, Bureau of Public Secrets, 2002.
- Fukujama Fransis, *Kraj čovjeka*, Izvori, Zagreb, 2003
- Friedman Milton, *Capitalism and freedom*, Chicago University Press, Chicago, 1962.
- Herman Edward S., Chomsky Noam, *Manufacturing Consent: The political Economy of the Mass Media*, Pantheon Books, New York, 1988.
- Kara-Murza Segej, *Manipulacija svešču*, Vesna-info, Beograd, 2011.
- Klein Naomi, *Doktrina šoka – Uspon kapitalizma katastrofe*, V.B.Z., Zagreb, 2008.
- Mitchell W. J. T., *What Do Pictures Want? The Lives and Loves of Images*, Chicago University Press, Chicago- London, 2005.
- Nussbaum Martha, *Ne profitu: zašto demokracija treba humanistiku*, AGM, Zagreb, 2012.
- Paić Žarko, *Totalitarizam*, Meandarmedia, Zagreb, 2015.
- Sloterdijk Peter, *Kritika ciničkog uma*, Globus, Zagreb, 1992.
- Sparrow Bartholomew, *Uncertain Guardians*, JHU Press, 1999.
- Wallas, Graham, *Nature in politics*, Archibald Constable, London, 1908.



**Vesna Stankovic Pejnovic**

## **DEMOCRATIC IDEOLOGICAL PROPAGANDA IN THE SERVICE OF THE CAPITAL**

### **Resume**

The capital is the basic parameter that determines the boundary between what the media should be and who they are with the intention to create a new society transformed society. In order to achieve the supremacy of capital, propaganda should be focused on the transformation of the current awareness by encouraging discontent and constant maintenance and production of fear, the destruction of the importance of solidarity as well as social integration and cohesion connection.

Theory of the propaganda model will highlight one of them concerning the influence of capital on the mass media contents, that is, the impact of the owners' capital on the news reporting: which news and other material need to be disseminated and which information should be distorted, marginalized or even excluded in order to promote elite viewpoints and interests of capital owners. Power groups do not use this power to exert enormous revenues. They have more important goal; and that the manipulation of public opinion. The same groups carried out the classification of information and decide which information related to publishing. False and multiple repeated assertions "experts" are in most cases currently desirable effect. They provide tangible benefits to the political elite in power, and in accordance with their real interests of the radical, domestic and foreign principal.

Power groups not to use this power to exert enormous revenues. They have more important goal; manipulation of public opinion. They classify information and decide which information related to publishing. False and multiple repeated assertions "experts" are in most cases currently desirable effect. They provide tangible benefits to the political elite in power, and in accordance with their real interests of the radical, domestic and foreign principal. It is easier to manage the successful operation of mass consciousness through soft power. They "create consent" to manage perception that formed "pseudo environment", or diverted attention from important issues irrelevant to the overwhelming media irrelevant information, so people do not

think and acquire basic knowledge in understanding the world. The capital and control of the media, combined with “shock doctrine” is excellent weapons in the implementation of “the art of politics”.

Keywords: propaganda, democracy, manipulation, capital, ideology

---

\* Овај рад је примљен 29.06.2016. године, а прихваћен за штампу на састанку Редакције 12.08.2016. године.