

Manipulacija javnog mnijenja

Meštrović, Hrvoje

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Croatian Studies / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet hrvatskih studija**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:111:311677>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-12**



Repository / Repozitorij:

[Repository of University of Zagreb, Centre for Croatian Studies](#)





SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA

HRVOJE MEŠTROVIĆ

**MANIPULACIJA JAVNOG
MNIJENJA**

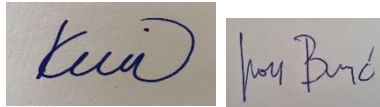
ZAVRŠNI RAD

Zagreb, 2024.



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA
ODSJEK ZA KOMUNIKOLOGIJU

HRVOJE MEŠTROVIĆ



MANIPULACIJA JAVNOG MNIJENJA

ZAVRŠNI RAD

Mentor: izv. prof. dr. sc. Ivan Burić

Sumentor: doc. dr. sc. Tamara Kunić

Zagreb, 2024.

Sažetak:

Tokom Prvog svjetskog rata i daljnjeg širenja masovnih medija postaje jasna važnost javnog mnijenja. Manipulacija njime širi se s političke primjene na sve segmente društva. Kao najistaknutije osobe koje se njime bave su Walter Lippmann i Edward Bernays. Osim što su javno mnijenje teoretski obradili, posebno je bio bitan njihov praktičan rad. Nasuprot njima, u drugoj polovici 20. stoljeća, javlja se Noam Chomsky koji kritizira razmjere manipulacije javnim mnijenjem u demokratskim društvima. Smatra da, za razliku od totalitarnih sustava gdje se kontrola bazira na nasilju, demokracije počivaju na kontroli javnog mnijenja koja se odvija uz pomoć razrađenog sustava manipulacije. Cilj ovog rada ukratko je bio objasniti ključne pojmove i teorije te kritike sve trojice autora. Javno mnijenje nije ukupnost pojedinačnih mnijenja nego zbroj tih mnijenja, a termin manipulacija upotrebljava se u negativnom kontekstu kao upravljanje, varanje ili podvaljivanje tom zbroju.

Ključne riječi: Walter Lippmann, Edward Bernays, Noam Chomsky, manipulacija, javno mnijenje, odnosi s javnošću

Abstract:

In World War I and with further dissemination of mass media it becomes clear the importance of public opinion. After that, manipulation of public opinion spreads to all parts of society. The most important experts from that field are Walter Lippmann and Edward Bernays. Except their theoretical work on public opinion, especially important was their practice. On the contrary, in second part of 20th century, Noam Chomsky criticizes the scale of public opinion manipulation in democratic society. He thinks that unlike totalitarian societies where control is based on violence, democracies lie on control of public opinion which is based on complex system of manipulation. The goal of this paper was to explain key terms, theories and critics of all three authors which this paper is about. Public opinion is not totality of single opinions rather sum of these opinions and term manipulation is used in negative way as managing, cheating or hoax of that sum.

Key words: Walter Lippmann, Edward Bernays, Noam Chomsky, manipulation, public opinion, public relations

Sadržaj:

1. Uvod
2. Walter Lippmann
3. Edward L. Bernays
4. Noam Chomsky
5. Kritički osvrti na Lippmanna, Bernaysa i Chomskog
6. Zaključak
7. Bibliografija

1. Uvod

Tema ovog završnog rada jest manipulacija javnim mnijenjem (mišljenjem) i to prije svega iz pozicije trojice autora: Waltera Lippmanna, Edwarda L. Bernaysa i Noama Chomskog. Lippmann, publicist i novinar, autor je djela u kojem teoretski objašnjava što je to javno mnijenje, kako funkcionira te koji su razmjeri njene snage. Edward Bernays jedna od najvažnijih osoba u odnosima s javnošću, također autor, prije svega bio je praktičar. Autor je mnogih kampanja koje su uvelike utjecalo na javno mnijenje o gospodarskim, društvenim, ali i političkim pitanjima. Osim što su te kampanje bile etički diskutabilne, one su konkretno pokazale koliki mogu biti razmjeri manipuliranja javnim mnijenjem.

Treći autor, Noam Chomsky, prije svega je aktivist i najznačajniji kritičar unutarnjeg i vanjskopolitičkog manipuliranja javnim mnijenjem na kojem počiva održavanje elita u demokratskim sustavima. Najviše se bavi SAD-om, najmoćnijom državom svijeta, gdje uz pomoć konkretnih događaja objašnjava kako se to manipuliranje odvija. Smatra kako je u totalitarnim sustavima mnijenje kontrolirano uz prijetnju nasiljem, dok u demokracijama ono mora biti mnogo suptilnije. Na kraju, navest ću najznačajnije kritike i problematične točke teorija i rada sve trojice autora kojim se bavi ovaj rad.

Cilj koji sam htio postići ovim radom je objasniti osnovne pojmove i teoriju dvojice najvažnijih autora iz područja manipulacije javnim mnijenjem – Lippmanna i Bernaysa te glavne argumente Noama Chomskog, najvažnijeg kritičara manipulacije javnim mnijenjem i njenih razmjera u drugoj polovici 20. stoljeća.

Za kraj ovog uvoda navest ću kako Hrvatska enciklopedija definira javno mnijenje i manipulaciju, osnovne pojmove kojima se bavi ovaj rad. „Javno mnijenje skup je mišljenja o nekoj općenito važnoj temi unutar određene društvene zajednice, koja se izražavaju u rasponu od glasina preko odgovora na anketna pitanja do stajališta koja proizlaze iz javnih rasprava“ (Hrvatska enciklopedija). Manipulacija bi, pak, označavala „rukovanje, raspolaganje, upravljanje, upotrebljavanje, stručan način rada; u prenesenom značenju, upravljanje ljudskim ponašanjem; iskorištavanje ljudskih navika i sklonosti u određene svrhe; vješto varanje, podvaljivanje“ (Hrvatska enciklopedija).

2. Walter Lippmann

Walter Lippmann (1889. – 1974.) jedan je od najutjecajnijih američkih novinara i publicista. Svoj teoretski doprinos dao je knjigom *Javno mnijenje*, jednim od prvih djela koji se bavi promišljanjima i analizom javnog mnijenja. Međutim, treba naglasiti, kako je ona prije svega rezultat njegova djelovanja. Dugogodišnji kolumnist, za vrijeme ulaska SAD-a u Prvi svjetski rat, postaje jedan od ključnih analitičara predsjednika Woodrowa Wilsona. Koliko je bio bitan dobro ilustrira podatak da „je jedan od autora u sjeni slavnih Wilsonovih Četrnaest točaka“ (Zebić 2010, 31-32). Tamo dobiva uvid u djelovanje visoke politike i ono što je važno za temu, koliko je bitno javno mnijenje i kolika je mogućnost manipuliranja njime.

Misao, zapravo primjeri kojima započinje svoju knjigu, poput javne percepcije francuskog generala Joffrea ili drugih političara ili čak cijelih država, govori o važnosti percepcije odnosno simboličkog značenja. „Naša prva briga kad su u pitanju fikcije i simboli jest da zaboravimo njihovu vrijednost za postojeći socijalni red, a da o njima mislimo naprosto kao o važnom dijelu mašinerije ljudske komunikacije“ (Lippmann 1995, 17). „Jedini osjećaj što ga bilo tko može imati o nekom događaju koji ne doživljava neposredno jest osjećaj potaknut mentalnom slikom što je taj o događaju ima“ (Lippmann 1995, 18).

Navodeći primjer vijesti o iskrcavanju američkih snaga u Dalmaciji 1919. koju je objavio *Washington Post* i rasprave koja je potom uslijedila u Kongresu. Rasprava se razbuktala, zastupnici su negodovali, tražili istragu, da bi se nakon nekoliko dana ustanovilo da se radilo o krivo prenesenoj informaciji. Cijela pozornost je na raspravi, iako je ključ u intencijama novinara koji je krivu informaciju prenio. Ovim primjerom Lippmann zorno pokazuje na što se svodi posao onoga koji se bavi javnim mnijenjem i njegovom analizom. „Analitičar javnog mnijenja mora dakle početi od spoznaje da postoji trokutni odnos između pozornice na kojoj se radnja odvija, ljudske predstave o toj pozornici, i ljudskog reagiranja na tu predstavu, koje se odigrava na pozornici radnje“ (Lippmann 1995, 20).

Ključno pitanje jest na temelju čega se donose odluke? Na ljude djeluje mnogo podražaja iz kako je Lippmann nazvao pseudo okoline koju definira kao „hibrid koji se sastoji iz ljudske naravi i uvjeta... Pretpostavit ćemo da je ono što svaki čovjek radi temeljeno ne na izravnom i sigurnom znanju, već na predstavama koje je sam izradio ili koje su mu dane (Lippmann 1995, 25). Lippmann glavni dokaz za svoju tvrdnju vidi u činjenici da ljudi teoretiziraju i zato što ne postoji direktna povezanost između stvarnosti i ljudskih reakcija.

„Javno mnijenje bavi se neizravnim, neviđenim i zbunjujućim činjenicama, i u pogledu njih ništa nije očevidno. Situacije na koje se javno mnijenje odnosi poznate su samo kao mnijenja“ (Lippmann 1995, 27). Prema Lippmannu, *Javno Mnijenje*, koje namjerno piše velikim početnim slovom, jest ona predstava na koju utječu i koju stvaraju pojedinci i grupe koje nastupaju u ime drugih pojedinaca ili grupa.

Pojedinac ima ograničen pristup informacijama. Razloga za to ima mnogo poput cenzure, nedostatka vremena potrebnog da se posveti nekoj temi, ograničenog društvenog kontakta itd. Upravo zbog tih razloga, Lippmann poziva na osnivanje neke organizacije koja će informacije učiniti vidljivima i razumljivima onima koji odlučuju. Nemoguće je da svatko od nas ima jasan i potpun pogled na javne poslove. Tisak, u njegovo vrijeme dominantan medij, u tom pogledu je manjkav. „Moj je zaključak da javne nazore, ako se želi da budu zdravi, valja oblikovati za novinstvo, a ne da ih oblikuje novinstvo, kao što je danas slučaj“ (Lippmann 1995, 30).

Manipulacija javnim mnijenjem odnosno propaganda koja se odvijala tijekom rata nije bila moguća bez cenzure odnosno onemogućavanja da javnost dobije pravu sliku stvarnosti. Tek kada se to postiglo stvorila se pseudo okolina iz koje se moglo stvarati željene, lažne slike stvarnosti jer „tko je zapravo vidio, čuo, osjetio, izbrojao, dao ime stvari o kojoj vi imate mnijenje“ (Lippmann 1995, 40).

Kada govorimo o prethodno spomenutom, govorimo o vrhu hijerarhije. Međutim, ono što također ima veliki utjecaj na pojedinca je i ono što se nalazi u donjem dijelu hijerarhije, a to bi bio njegov društveni krug. Trotter djelovanje društvenog kruga na pojedinca naziva instinktom krda. Društvene krugove teško je definirati jer se oni ne svode samo na ekonomski položaj. Ono što je bitno jest da je njihov značaj podcijenjen, a medijski utjecaj precijenjen. Lippmann to dokazuje istraživanjima Hotchkisaa i Frankena (Lippmann 1995, 49-53) koji govore o tome koliko određene društvene skupine prate medije (tu ne ubraja samo tisak nego i crkvu, sindikalne sastanke, kino i dr.).

„Naše je javno mnijenje očito u isprekidanom kontaktu sa svakovrsnim kompleksima, s ambicijama i ekonomskim interesima, osobnom zavišću, rasnim predrasudama, klasnim osjećajem i čim sve ne. Oni iskrivljuju naše čitanje, naše mišljenje i naš govor i ponašanje na najrazličitije načine“ (Lippmann 1995, 61). Složenost svakodnevice ne očituje se samo time što pojedinac nema vremena posvetiti previše pažnje stvarnosti oko sebe već i time što mnogo pojedinaca zbog raznih razloga ne želi ili ne može (mnogo je bolesnih, mladih, nezainteresiranih...) posvetiti pažnju problemima o kojima treba raspravljati i donositi odluke.

Svaki pojedinac živi, ako gledamo cijeli svijet, u uskom životnom prostoru, kreće se u uskom krugu ljudi i ima izravni uvid u samo mali dio stvarnosti. Ista stvar vrijedi i one koji se nalaze unutar kruga odlučivanja, međutim, i jedni i drugi imaju mnijenje o stvarima za koje nemaju izravan uvid. Lippmann ide korak dalje i objašnjava kako čak i tamo gdje imamo izravan uvid u stvarnost ne znači da dio činjenica nije iskonstruiran.

„Problem stjecanja smisla putem stvari, ili (izraženo na drugi način) stvaranja navike da jednostavno opažamo, jest dakle problem da se (1) određenost i razlikovanje te (2) dosljednost ili stalnost značenja uvedu u ono što je bez toga nejasno i nestalno“ (Lippmann 1995, 66). Jednostavnije rečeno, Lippmann želi reći kako mi kada nešto vidimo prvo to definiramo, a tek onda to vidimo umjesto obratno odnosno „u velikoj, blještavoj, zaglušnoj zbrci vanjskog svijeta mi izaberemo ono što je naša kultura za nas već definirala, a nastojimo zamijetiti ono što smo u obliku stereotipa koje je naša kultura stvorila izabrali“ (Lippmann 1995, 66). Eksperiment sa Kongresa za psihologiju u Göttingenu koji je uključivao ljude za koje se smatralo da su istrenirani motrioci dokaz je koliko ljudi zapravo stereotipno vide svijet oko sebe (Lippmann 1995, 67). Svi mi stvarnost ukalupljujemo u nama poznate oblike, drugim riječima, gledamo je stereotipno.

„Od svih utjecaja najsuptilniji su i najdublje prožimaju oni koji stvaraju i održavaju repertoar stereotipa“ (Lippmann 1995, 72). Ljudi o mnogim stvarima i prije nego što su ih vidjeli ili iskusili imaju neku predodžbu. Na taj način olakšavamo si sami život. On je neka vrsta obrane. Čine temelj naše osobne tradicije i našeg položaja u društvu. Upravo iz tih razloga jasno je zašto nastaje problem kada nam se iz nekog razloga sruši stereotip.

Problem nastaje kada stereotipa nismo svjesni i kada cjelokupnu stvarnost gledamo samo iz svoje pozicije ne shvaćajući kako je ta pozicija (ili kako je Lippmann naziva filozofijom života) samo naša pozicija i naša filozofija života. Neki stereotipi toliko su nam usađeni kroz odgoj i obrazovanje da se smatraju gotovo biološkim činjenicama.

Lippmann razlikuje ideale od stereotipa jer ideal vidi kao nešto čemu treba težiti. Ističe važnost kritike stvarnosti jer razlikuje stvarnost i ideal. Na primjerima marksizma i kršćanstva pokazuje kako oni nisu ono što proklamiraju nego ono što protivnici tih ideja misle o njima.

Ipak, smatra kako svaka teorija, ideal ima nešto što on naziva slijepom pjegom. „Slijepe pjege ne dozvoljavaju pristup uznemirujućim slikama, koje bi zajedno s emocijama što ih prate mogle izazvati oklijevanje i nesigurnost svrhe“ (Lippmann 1995, 88). Te slijepe pjege pomažu u prikrivanju nekih činjenica koje mogu onemogućiti stereotip, a stereotip „nas također štiti od

zbunjenosti do koje bi došlo pri pokušaju da na svijet gledamo bez kolebanja i da ga vidimo cijelog“ (Lippmann 1995, 89).

Dugotrajni stereotip ili mit, ne mora biti lažan. Može biti djelomično istinit ili čak u potpunosti ili barem sadržavati nešto što je temeljno bitno, u protivnom ne bi toliko utjecao, međutim ono što ne sadrži je kritička moć koje bi pokazalo da ni jedno mnijenje nije samo po sebi apsolutno. Ista stvar može primijeniti i na moral. Bilo koja vrsta morala (osobna, profesionalna, religijska...) uvijek je subjektivna.

Ljudi su složena bića i pogrešno je generalizirati o ljudskoj naravi iz tih razloga. Lippmann smatra kako je „javno mnijenje prvenstveno moralizirana i kodificirana verzija fakata“ (Lippmann 1995, 96) koje se razlikuje od ortodoksne verzije koja javno mnijenje vidi kao moralni sud o nekoj skupini fakata. Obrazac stereotipa koji je u našem pogledu na stvarnost (u ovom kontekstu to naziva kodeksom) određuje koje ćemo činjenice uzeti u obzir i na koji način ćemo ih gledati. Ipak, unatoč svemu, mi ne samo da imamo nego i moramo stvarati vlastita mnijenja. Moramo rezimirati i generalizirati. Pitanje je kako to napraviti što preciznije.

Situacija postaje dodatno složenija kada pokušavamo stvoriti mnijenje o stvarima čiji su uzroci i posljedice nisu jasno vidljivi. U tom slučaju najčešće se reagira intuitivno. Pored svih prethodno spomenutih problema (dostupnost informacija, sklonost generalizaciji, utjecaj morala...) javno mnijenje se nalazi i pod problemom da se miješaju uzrok i posljedica s vremenskim slijedom ili pak da se sve stavlja u jedan sustav uzroka i posljedica (primjerice, kada nešto mrzimo mi sve stvari povezane s tom stvari mrzimo čak iako one nisu u stvari povezane). Sve to rezultira da imamo tendenciju na stvari gledati apsolutistički, bilo u pozitivnom ili negativnom smislu.

Lippmann najvećim stereotipom smatra ljudski stereotip da neživim ili kolektivnim stvarima pripisuje ljudske osobine. Imena nisu sinonimi za misli ili pojave, ali ih kao takve doživljavamo, pogotovo kada ih se popularizira preko medija. „Najsigurniji način da se drugima prenese neka ideja oduvijek su bile slike, a sljedeći po redu riječi što bude slike u sjećanju“ (Lippmann 1995,123). Ipak, ljudi se s idejom neće moći poistovjetiti sve dok se ne poistovjete s barem jednim dijelom te ideje. Seks i borba dvije su stvari koje najlakše intrigiraju ljude.

Četrnaest točaka, prijedlog mirovnih uvjeta tadašnjeg američkog predsjednika Wilsona, pokazao se kao prijelomna točka jer je bio „izvanredan eksperiment kristaliziranja javnog mnijenja iz najrazličitijih, ratom zapjenjenih mnijenja“ (Lippmann 1995, 154). Poslan je svim

tada zaraćenim stranama i vladarima koji su djelovali u različitim društvenim uvjetima. Krucijalno u cijelo priči jest to što ne bi bio moguć bez masovnih sredstava priopćavanja – radija, telegrafa i novina. Taj prijedlog važan je jer je bio pokušaj stvaranja zajedničke svijesti odnosno pokušaj da se sve zaraćene strane nađu na istoj valnoj duljini po pitanju završetka rata.

Okolnosti rata bile su takve da je došlo do pat pozicije i agonije, razočaranosti i želje za završetkom rata na svim stranama, a ljudi su sve manje prihvaćali ono što im službenim kanalima plasiralo. Moral se raspadao. Četrnaest točaka nudio je završetak agonije za sve strane. Došlo je do harmonizacije, a ona je, prema Lippmannu, hijerarhija simbola. Što su se sve strane više udaljavale od iskustva dolazilo je više do generalizacije. Svaka je strana vidjela u tim frazama i u uvjetima Četrnaest točaka što je htjela.

Simboli, koji su jasnije određeni od riječi, svoju snagu dobivaju jer su predstavljeni od autoriteta, od osobe kojoj vjerujemo. „One su naš prvi most prema svijetu koji ne vidimo“ (Lippmann 1995, 165). Izuzev malog područja o kojem imamo znanje, autoriteti su nam bitni jer su nam vjerodostojni izvjestioci o nepoznatom. „Činjenica je da mi naše povjerenje dajemo izvjesnim ljudima koji tvore sredstvo putem kojeg smo povezani s gotovo cijelim carstvom nepoznatih stvari“ (Lippmann 1995, 165). Potpuna neovisnost je nemoguća, ali je paradoksalno da imamo više neovisnosti što imamo više autoriteta kojima vjerujemo.

„Prvo morate omogućiti vladi da kontrolira one kojima upravlja, a tek onda je morate obavezati da kontrolira samu sebe“ (Lippmann 1995, 203) riječi su Jamesa Madisona, jednog od Očeva osnivača SAD-a i predsjednika SAD-a. Dakle, već pri nastanku SAD, što je bitno jer govorimo o početku razvoja demokratskih društava u današnjem smislu, vlasti su počele voditi računa o kontroli mnijenja javnosti. Trebalo je razviti mašineriju koja će neutralizirati javno mnijenje i zamijeniti nasilje kao metodu kojom se to postiže. Lippmann navodi kako su Očevi htjeli dovesti u pat poziciju raznolike interese kako bi spriječili opstrukciju vlasti. Teorija vlasti nije bila da se ljudi okupe oko zajedničkog interesa nego se njima može upravljati tako što bi ti raznoliki interesi bili u ravnoteži.

Za stvaranje kongresnog mnijenja odnosno mnijenja pojedinih zastupnika i načina kako se donose zakonodavne odluke u Kongresu, Lippmann objašnjava, vrijedi isti princip kao i stvaranje javnog mnijenja. Pojedini član Kongresa, čak i najmarljiviji, shvaća samo dio onoga o čemu glasa. Lippmann preporučuje da se zastupnik specijalizira za određeno područje, a za ostala područja da nekome vjeruje na riječ. Svi zakoni, a posebno federalni, rezultat su nekolicine pojedinaca koji ih sastavljaju i potom uz nekolicinu zastupnika guraju u Kongresu.

U konačnici, djelovanje Kongresa se svodi na to da „mora oscilirati između slijepe pravilnosti, ublažene prigodnim pobunama, i makinacija na principu ti meni – ja tebi“ (Lippmann 1995, 210).

Javno mnijenje, demokrati vide kao pitanje građanskih sloboda. Istinu se ne može sakriti, a u sukobu više mnijenja, pobjeđuje ona koja zvuči najistinitija. Problem je što ova teorija krivo pretpostavlja da je lako doći do istine i da ne postoji mašinerija koja prikuplja informacije, a koja je tehnička i skupa. Lippmann ovdje upućuje kritiku ljudima jer smatra da tisak, u njegovo vrijeme još uvijek glavni masovni medij, nije jeftin, a ljudi ga ne žele platiti osim minimuma. Dalje, smatra kako tisak nije kao industrija ili neka institucija. S jedne strane, očekuje se proizvod – informacija ispod cijene, a s druge strane, postoje etički i zanatski standardi koje treba platiti. Publika tisak ipak plaća, ali na drugi način, kroz oglašavanje, koju ona izravno ne vidi, a stoga i ne shvaća.

Na taj način, pojedinac i publika, budući da ne žele platiti kvalitetnu informaciju, postaju sredstvo manipuliranja. Pojedinac, čitatelj nema se kome obratiti ako smatra da je izmanipuliran osim ako se ne radi o kleveti ili pogrdnoj vijesti. To područje koje može smatrati manipulacijom, zapravo je područje koje se ne razlikuje od fikcije i područje je stereotipa. Istina se ne primjenjuje, a čitatelj nastavlja čitati ako su novine u skladu s njegovim stereotipima.

Mnijenje se preko tiska stvara privlačenjem pažnje čitatelja. Da bi privukao pažnju, tisak mora, pomoću poznatog uporišta koje se pak stvara pomoću stereotipa, postići da se čitatelj identificira s pričom, da u njemu budi neke osjećaje. „Na novinstvo se, drugim riječima, počelo gledati kao na neki organ neposredne demokracije... Sud Javnog Mnijenja, otvoren danju i noću, trebao bi stalno i o svemu donositi zakone“ (Lippmann 1995, 259).

Lippmann, na primjeru diplomacije, pokazuje kako bi se trebali prikupljati podatci. Smatra kako je najbolja ona diplomacija u kojoj je došlo do razdvajanja prikupljanja informacija i kontrole nad politikom jer kada toga nema, osoba koja ima moć odlučivanja, opredjeljuje se i počinje vidjeti samo ono što želi vidjeti, a ne ono što bi trebalo vidjeti. Te osobe koje imaju moć, počat će manipulirati i postat će cenzorima.

Srž nije da svatko postane stručan o svakom pitanju već da se odgovornost za konkretno pitanje prebaci na odgovornog administratora, a ne da „odluka ovisi o tome tko ima najjači ili najzanosniji glas, najvještijeg ili najbezobzirnijeg agenta za publicit, i tko najlakše u novinama dobije mnogo prostora“ (Lippmann 1995, 285).

3. Edward L. Bernays

Edward Louis Bernays (1891. – 1995.) jedna je od ključnih osoba u razvoju odnosa s javnošću što zorno oslikava nadimak *Otac spina* kojim ga je imenovao Larry Tye, autor njegove biografije. Bitna crtica u Bernaysovu životu svakako je njegovo porijeklo, naime njegov ujak je utemeljitelj psihoanalize Sigmund Freud. Stuart Ewan, u uvodu hrvatskog izdanja *Kristaliziranje javnog mnijenja* (Bernays 2013, 5-7), navodi kako su najveći utjecaj na njega ostavile ideje Gustavea Le Bona, Sigmunda Freuda te Wilfreda Trottera, redom socijalnih psihologa. Te ideje odnose se prvenstveno na mase, njihovu teoriju i psihologiju kao i psihologiju pojedinca, a koje je Bernays preuzeo i iskoristio u svojim tehnikama za marketinška i politička uvjeravanja.

Bernays, plodan autor, sa svojim knjigama *Kristaliziranje javnog mišljenja* i *Propaganda* te člankom *Stvaranje pristanka* ostavio je veliki trag „ u povijesti 'struka stvaranja pristanka' kako ih je jedan učenjak nazvao“ (Bernays 2013, 3), međutim, u prvom redu on je bio praktičar. Njegove najpoznatije kampanje su tzv. Baklje slobode u kojoj je vješto iskoristio borbu za ravnopravnost žena u marketinške svrhe za jedan poznati brend cigareta, pokretanje obljetnice električne žarulje koja je postala veliki događaj u 20-im godinama prošlog stoljeće te rad za kompaniju tropskim voćem koja nije imala samo marketinške svrhe nego i političke jer je u suradnji s CIA-om dovela do rušenja predsjednika Gvatemale.

Božo Skoko u svom kritičkom prikazu Edwarda Bernaysa kaže „kada čitamo o različitim kampanjama koje je Bernays osmislio i proveo, fascinira nas njegov strateški pristup i izlazak izvan granica klasičnoga komuniciranja“ (Skoko 2023, 31). U prilog tome daje primjer dvije jako utjecajne, ali ne toliko poznate kampanje. Prva je kada je iskoristio liječnički autoritet i znanstvenu tvrdnju o korisnosti obilnog doručka pa je promovirao ideju da idealan doručak sadrži slaninu. Druga je kampanja imala za cilj povećati prodaju knjigu. Umjesto da se koncentrira na promociju o važnosti čitanja on je u suradnji s dizajnerima namještaja radio na tome da namještaj sadrži police za knjige „jer sve dok postoje police, postojat će i knjige“ (Skoko 2023, 31).

„Svjesno i inteligentno manipuliranje organiziranim navikama i mišljenjem masa važan je dio demokratskog društva. Oni koji manipuliraju tim prikrivenim društvenim mehanizmom tvore nevidljivu vladu koja je prava vladajuća sila ove zemlje“ misao je iz Propagande (Bernays 2013, 3) koja dobro sažima Bernaysovo viđenje javnog mnijenja i odnosa s javnošću, struke čija je primarna funkcija utjecaj na javno mnijenje. U tom smislu zanimljivo je i kako Stuart

Ewan objašnjava naslov knjige Kristaliziranje javnog mnijenja. Smatra kako je Bernays nastojao uzeti gomilu nekoherentnih i nepovezanih individualnih javnih mnijenja i „te ih pretvoriti u formu koja je koherentna i kojom se može upravljati“ (Bernays 2013, 3-4).

Bernays gleda na javno mnijenje kao: „nedefiniranu, ćudljivu i nepostojanu grupu pojedinačnih prosudbi. Javno mišljenje skupni je rezultat pojedinačnih mišljenja muškaraca i žena – sad ujedinjenih, sad suprotstavljenih – koji tvore društvo ili bilo koju društvenu grupu. Da bismo shvatili javno mišljenje, moramo se vratiti na pojedinca koji tvori grupu“ (Bernays 2013, 53). Promatrajući javno mnijenje iz perspektive svoje struke - odnosa s javnošću, a u kojem je od krucijalnog značenja razumijevanje javnog mnijenja i postupaka pojedinaca, zanimljivo je kako smatra da su mnijenje ili prosudbe pojedinaca zapravo dogme koje su mu usađene kroz obrazovanje, odgoj, posao itd. U knjizi Propaganda jasno to kaže: „Trotter i Le Bon zaključili su da javnost zapravo ne razmišlja. Umjesto misli ima impulse, običaje i osjećaje. Kod odlučivanja njezin je prvi impuls slijediti primjer pouzdanog vođe. To je jedan od najčvršće utemeljenih principa masovne psihologije“ (Bernays 2013, 17).

Evans navodi kako Bernays nije bio demokrat, iako je živio u demokratskom društvu (vrijedi napomenuti kako je rođen krajem 19. st. u Beču, tadašnjoj Austro – Ugarskoj koja je bila monarhija; demokracije u današnjem smislu bile su iznimke). Smatrao je kako prosječni pojedinac ne razmišlja i odluke donosi instinktivno za razliku od „inteligentne manjine“ koja je odgovorna za tijek povijesti. Zadaća je osobe koja se bavi s odnosima s javnošću da utječe i usmjerava stavove javnosti.

Društvena svijest, po mišljenju Bernays, nastala je kada su, kako ih naziva, aristokratski obrasci pokoravanja zamijenjeni demokratskim. Prosječan čovjek, pojedinac, Glupi Jack naprosto nije htio više biti samo sluga (Evans prepričava priču koju mu je Bernays ispričao o svom vozaču kojeg je zvao Glupi Jack, a koji mu je služio šest i pol dana u tjednu za neveliku plaću što je danas nezamislivo) (Bernays 2013, 18).

Opće su prihvaćene dvije kontradiktornosti. S jedne strane o nepromjenjivosti ljudske prirode, a s druge strane kako mnogi vanjski čimbenici (roditelji, škola, tisak, filmovi, oglašavanje...) mogu mijenjati javno mnijenje. Slično kao i danas, najvažniji vanjski faktor bili su masovni mediji posebice tisak, iako za razliku od danas, prvenstvo kao osnovno sredstvo informiranja.

Bernays smatra kako postoji nekoliko različitih gledišta po pitanju utjecaja tiska na formiranje javnog mnijenja. Prvo bi bilo da slabo utječe (navodi primjer izbora za

gradonačelnika New Yorka 1909. god. kada je izabran Gaynor, iako je velika većina tiska bila protiv njega, također, osam godina kasnije poražen je gradonačelnik Mitchell iako je većina bila za njega), ali zaključuje kako je očito da postoji više različitih čimbenika koji utječu na formiranje javnog mnijenja.

Druga perspektiva je kako vanjski čimbenici samo odražavaju i jačaju postojeće javno mnijenje. Everett Dean Martin autor djela Ponašanje gomile kaže kako „svaka grupa unutar gomile ima svoje magazine, agente za promidžbu i specijalnu 'literaturu', kojima neprekidno vatreno bodri svoje članove i moguće obraćenike. Mnoge knjige, osobito 'uspješnice', očit su primjer fenomena čitateljske gomile“ (Bernays 2013, 59).

Prema trećem gledištu, vanjski čimbenici, mogu samo djelomično utjecati na javno mnijenje. Pravo glasa žena, stavovi o kontracepciji i zdravstvenom odgoju primjeri su koje su vanjski čimbenici odnosno masovni mediji radikalno promijenili.

Bernays smatra kako se cijelo vrijeme odvija neka vrsta djelovanja između javnosti i svih čimbenika koje utječu na nju odnosno na njeno mnijenje. Glavni zadatak savjetnika za odnose s javnošću nije samo razumjeti sve čimbenike u tom procesu nego i točno procijeniti njihovu moć, drugim riječima „ključno je da savjetnik za odnose s javnošću pažljivo prouči odnos između javnoga mišljenja i organizacija koje ga održavaju ili utječu na njegovu promjenu“ (Bernays 2013, 60).

Psihološke navike koje Walter Lippmann još naziva i stereotipima, prema Bernaysu „prečaci su koje minimiziraju ljudski misaoni napor“ (Bernays 2013, 73). Oni pojedincima olakšavaju razumijevanje neke pojave puno bolje od detaljnog opisa iste te pojave, međutim, problem kod stereotipa jest to što oni samo pojačavaju razliku u opažanju jer svatko vidi ono što želi vidjeti.

Gomila koju Bernays vidi kao stanje svijesti, „specifično psihičko stanje koje se ponekad događa kada ljudi misle i djeluju zajedno, bilo izravno, kada su članovi grupe prisutni i u bliskom kontaktu, ili na daljinu, kada ljudi slično misle te na određen način djeluju jedni na druge preko medija ili organizacije, stranke ili sekte, tiskovina, itd.“ (Bernays 2013, 74).

Socijalno ponašanje temelji se na nagonima pojedinca, ali ono uzmiče pred potrebama gomile. Ti individualni nagoni žrtvuju se kako bi pojedinci ostali unutar te iste gomile što je i njegova definicija društva. Ista ta gomila odbacuje kritičko razmišljanje jer je potencijalno pogubno za opstanak. Psihologija i aktivnost gomile „rezultatom je sila skrivenih u

individualnoj i grupnoj psihi članova gomile sila koje se jedino oslobađaju na društvenim okupljanjima određene vrste“ (Bernays 2013, 75). Zaključuje kako se nameću dvije bitne stvari. Prvo, svaka grupa ljudi, pa i intelektualno jaka, može biti gomila i drugo, svaki pojedinac u isto vrijeme je dio javnog mnijenja.

U ovom dijelu, Bernays se uvelike poziva na Wilfreda Trottera, autora knjige *Instinkti stada u miru i ratu*. Posebno mu je bitan termin stado. Biološki uzrok postojanja stada lakše je preživljavanje pojedinca u stadu nego ako živi samostalno. Sličan princip važi i za mnijenje, ne samo da je lakše biti dio gomile nego je to prema Trotteru stalan čimbenik u ljudskom razmišljanju.

Trotter navodi da „društvena sklonost čovjeka ima pet obilježja zajedničkih njemu i svim životinjama koje žive u grupi: 1. netolerantan je i boji se fizičke i psihičke samoće, 2. osjetljiviji je na glas stada nego na bilo koji drugi utjecaj, 3. podložan je strastima čopora kada je riječ o grupnom nasilju i strastima stada u trenucima panike, 4. osobito je podložan vođenju i 5. njegovi odnosi s ostalim članovima ovise o priznavanju njega kao člana stada“ (Bernays 2013, 77-78).

Uz stado, drugi bitan segment jest autoritet ili kako ga Bernays još naziva, vođa. Vođe svojih stada pokoravaju se javnom mnijenju. Trebaju u isto vrijeme paziti da ne podlegnu ekstremnim stajalištima jer bi ih se moglo lako odbaciti. Ovdje se suprotstavlja Lippmannovu mišljenju jer smatra kako je promocija napor da se nadvlada cenzura gomile i reakcije stada. Smatra kako je najveći apsolutist zapravo um pojedinca koji ga sprječava da donese odluku na temelju vlastitog logičkog i iskustvenog promišljanja.

Treći bitan čimbenik koji stručnjak za odnose s javnošću mora imati na umu su komunikacijski kanali. Budući da se SAD od osnutka uvelike promijenio jer se i teritorijalno i populacijski znatno uvećao, on se ne može osloniti na vlastite kanale nego se mora osloniti na već postojeće najviše zbog činjenice da je nove komunikacijske kanale jako teško osnovati i pokrenuti. Ti kanali kao i stručnjak za odnose s javnošću mora moći doprijeti i do manjine i do većine. Bernays ističe kako je „suglasnost oko općenitih društvenih ciljeva ključna za napredak“ (Bernays 2013, 90).

Prema njemu postoje tri različita načina povezivanja državnih i lokalnih interesa u svrhu postizanja nacionalnog i društvenog jedinstva, međutim za odnose s javnošću bitan je samo treći – „upravljanje utemeljeno na tako visoko razvijenom sustavu informacija, analize i samosvijesti da svi ljudi posjeduju znanje o nacionalnim okolnostima i državnim poslovima“

(Bernays 2013, 90). Druga dva su upravljanje pomoću straha i poslušnosti i pokroviteljstvo i političke investicije.

Razvoj ne samo SAD-a nego i ostalih demokratskih društava povećao je fizičku razdvojenost grupa, ali i pojačao tendenciju ljudi da se odvajaju u grupe suprotstavljenih mišljenja što je počelo dovoditi do sve težeg postizanja konsenzusa, ali i do toga da su dominantne grupe sigurnije u svoju poziciju. Jedinstvo se postiže pronalaženjem zajedničkog interesa svih grupa, ali i na tome da je opozicija po nekom pitanju razjedinjena.

Javno mnijenje rezultat je individualnih mnijenja koje tvore grupno mnijenje, a cijeli se sustav održava zahvaljujući inertnosti grupa. Ono što stručnjacima za odnose s javnošću i ostalima koji žele manipulirati javnim mnijenjem pomaže da prevladaju tu inertnost jesu premještanje grupa, izmijenjeni uvjeti na koje grupe reagiraju i nastajanje grupa koje se preklapaju. „Grupa koja se neodređeno naziva javnosti sastoji se od svakakvih ljudi, a njihova specifičnost ovisi o gledištu pojedinaca koji ih promatra ili klasificira“ (Bernays 2013, 98).

Ljudi jako rijetko cijeli život ostaju u jednoj grupi i pri jednom gledištu. Ključni način koji najviše pomaže stručnjacima za odnose s javnošću jest preklapanje grupa odnosno postupna promjena iz jednog gledišta i stanja svijesti u drugo. Preklapanje grupa pojednostavljeno je u raznolikosti i nedosljednosti u mentalnom, psihološkom i svakom drugom statusu pojedinca.

Sedam primarnih nagona i popratnih emocija prema psihologu Williamu McDougallu koje se koriste u razvijanju ideja i poticanju emocija i koje će utjecati na javno mnijenje i javnost su: bijeg-strah, odbijanje-gađenje, radoznalost-čuđenje, ratobornost-ljutnja, samodopadnost-zanos, samoponiženje-pokornost, roditeljska ljubav-nježnost. Kasnije je dodao i društvenost, individualizam, stjecanje materijalnog dobra i izgradnju. Od nabrojanih, iznimno je bitan društvenost jer se pomoću njega postižu najbolji rezultati. Grupa i stado imaju vođu koji se ističe i koji ima moć da ga grupa slijedi. Savjetnik za odnose s javnošću svjestan toga, utječe na njega kako bi utjecao na grupu (Bernays 2013, 103).

Pomoću ljudskih navika odnosno mehanizama koji iz njih proizlaze – stereotipa olakšava se posao onima koji žele utjecati na javno mnijenje. Bernays uspoređuje stereotype koji su rezultat psiholoških navika i refleksa koji su rezultat fizičkih navika. Oni nisu nužno istiniti, a koriste se tako što se prezentiraju javnosti uz nove ideje koje bi trebali pojačati snagu njihova djelovanja.

Zadatak savjetnika za odnose s javnošću jest analizirati želje klijenta i javno mnijenje kako bi uspostavio vezu komunikacijskim kanalima. Njegova sposobnost očituje se u kristaliziranju sklonosti javnog mnijenja, stvaranju simbola na koje publika reagira i korištenje stereotipa koje će potaknuti publiku uz pomoć ljudskih nagona i univerzalnih želja. Najučinkovitija metoda je jasno predočavanje primjera vezano za moral.

4. Noam Chomsky

Avram Noam Chomsky (1928.) višedesetljetni je profesor lingvistike na MIT-u, uglednom sveučilištu u SAD-u. U akademskoj zajednici poznat je „kao teoretičar koji je došao s teorijom transformacijske generativne gramatike, poznate i kao univerzalna gramatika“ (Vertovšek 2017, 20). Ipak, do svoje šire prepoznatljivosti i slave došao je iz drugih razloga. Definiravši sebe „socijalističkim anarhistom“ (Vertovšek 2017, 21), još od Vijetnamskog rata snažan je kritičar američke vanjske politike i masovnih medija u suvremenom društvu. Robert F. Barsky smatra kako je glavni nit vodilja u radu Chomskog proturječje između njegovih istraživanja i medijskih izvješća. „Mjerenje udaljenosti između stvarnosti koje predstavljaju ta dva izvora, i vrednovanju zašto postoji takav jaz, ostala je strast za Chomskog“ (Vertovšek 2017, 21).

Temeljna misao koju Chomsky višekratno ponavlja u svojim djelima je ona Jamesa Madisona, četvrtog po redu predsjednika SAD-a i jednog od tzv. Očeva osnivača Sjedinjenih Država, koju je on naveo na Saveznoj ustavnoj konvenciji i koja bi trebala označavati cilj novog sustava i nove države, a to je „zaštita bogate manjine od većine“ (Chomsky 2006, 19).

Indoktrinacija odnosno propaganda „proces je kreiranja i učvršćivanja visoko selektiranih, preoblikovanih ili potpuno izmišljenih povijesnih sjećanja“ (Chomsky 2006, 23), međutim ono što je za Chomskog problematično jest što to vrijedi samo kada se misli na djelovanje nekoga koga vladajući sistem vidi kao neprijatelja. S druge strane, kada tako djeluje vladajući sistem onda se to opravdava na razne načine. Za taj „mehanizam kontrole“ (Chomsky 2006, 23) postoji mnogo primjera, ali je posebno zanimljiv slučaj iz 1984. kada je predsjednik SAD-a 1. svibanj proglasio Danom zakona, iako je samo dan ranije donio odluku da SAD ne priznaje odluke Svjetskog suda, a sve u okolnostima odbacivanja američkih prigovora u vezi žalbe Nikaragve čiji teritorij je SAD napao.

Novogovor (engl. newspeak) termin je iz distopijskog romana Georgea Orwella 1984, a kojeg Chomsky definira kao „namjernu upotrebu dvosmislenih termina od strane vladinih dužnosnika s namjerom da se utječe na javno mišljenje“ (Chomsky 2006, 28). Termin novogovor bitan mu jer ga vidi kao jednog od elemenata indoktrinacije. Navodi i primjer sovjetskog radijskog spikera Vladimira Dancheva koji je pozvao Afganistance da se odupru sovjetskoj invaziji te koji je tu invaziju nazvao invazijom zbog čega je toga poslan u psihijatrijsku bolnicu. Danachev je na zapadu slavljen zbog hrabrog čina, iako nije zabilježen niti jedan takav primjer u SAD-u kada je SAD napao Vijetnam niti je ijednom u mainstream novinarstvu taj čin nazvan invazijom.

Navedeni primjer slikovito objašnjava kako se kontrola misli ili manipuliranje javnim mnijenjem bitno razlikuje u demokracijama od totalitarnih sustava. U totalitarnim nije toliko bitno što ljudi misle već što rade, a poslušnost se osigurava prijetnjom nasiljem. U demokracijama, vladajući ne mogu provoditi nasilje pa je naglasak na kontroli misli. Prijetnje sustavu moraju se zatrti već u početku. Princip kojim se to postiže je uspostavljanjem okvira (engl. framing) mišljenja koji je dopustiv. Rasprava je moguća, čak i najoštrije kritike, ali samo ako se okvir poštuje. „Profinjene metode indoktrinacije, upravo ilustrirane, značajnije su od izravnog varanja ili zataškavanja neželjenih činjenica, iako su i ove posve dovoljne“ (Chomsky 2006, 36).

Jedan od suradnika Noama Chomskog, C.P. Otero smatra da su totalitarizmi manje učinkoviti od demokratskih poredaka jer je indoktrinaciju lako uočiti. Smatra da „demokratski sustav teži određivanju i ograničavanju cijeloga spektra razmišljanja, ostavljajući osnovne pretpostavke neizraženima. One se mogu pretpostaviti, ali ne i dokazati“ (Chomsky 2006, 43).

Javne rasprave o Vijetnamskom ratu kao i u svim drugim raspravama poslije odvijale su se između jastrebova i galebova. Razlike između njih uvijek su se odvijale unutar okvira, nikada izvan. Nikada nije došlo do preispitivanja rata, rasprave o tome jesu li rat ili invazija uopće bili potrebni. Chomsky to još naziva i iluzijom o vođenju rasprave.

Prethodnici Lippmann i Bernays i njihovi koncepti, poput Lippmannove proizvodnje pristanka, Chomskom su bitni i zato što su brzo svoju primjenu našli u gospodarstvu i u odnosima s javnošću. Citira potpredsjednika A&T-a koji je rekao da je „javno mnijenje... po mome sudu jedina ozbiljna prijetnja s kojom se kompanija mora suočiti“ (Chomsky 2006, 40) kao i znanstvenika Harolda Laswella koji je smatrao da treba izbjeći „demokratski dogmatizam poput onog da su ljudi najbolji suci svojih vlastitih interesa“ (Chomsky 2006, 40).

Upravo znanstvenike i intelektualce Chomsky problematizira jer smatra da je njihova zadaća da daju legitimitet indoktrinaciji. Više čitaju, upućeniji su, vjeruju sustavu. Također, dobar dio obrazovanih i pripada elitama, a u javim raspravama su jastrebovi. Za razliku od njih, velika većina stanovništva ne pripada ni galebovima ni jastrebovima, izmiču kontroli jer se ne slažu s ratovima i invazijama koje pokreću elite. Chomsky navodi primjer Gallupova istraživanja iz 1982. po kojem 70% stanovništva rat smatra „temeljno krivim i nemoralnim, a ne greškom“ (Chomsky 2006, 45).

Mediji, prema Chomskom, samo su jedan od segmenta kojim se postiže kontrola misli većine stanovništva. Tu svakako vrijedi spomenuti i obrazovanje. On smatra kako nije moguće

završiti obrazovanje, posebno na elitnim fakultetima bez da se prihvati indoktrinacija. Ipak, ono što ih razlikuje jest to što su mediji pod direktnom kontrolom korporacija jer su njihovi vlasnici i tu vidimo kako je taj sustav zapravo korporativni. Korporacije, vlasnici medija, žele što veći broj čitatelja i publike kako bi povećali svoje prihode od oglašavanja koje pak dolaze od drugih korporacija. Na taj način, sustav ne djeluje samo na unutrašnjem planu nego i na vanjskopolićkom. Ukoliko neka strana, posebno siromašnija država, ne slijedi ono što su naumile korporacije ili sama izvršna vlast SAD-a, slijede sankcije poput povlaćenja ulaganja i sl.

Chomsky, ipak, smatra kako funkcija medija odnosno njihova podjela nije tako jednostavna, ne svodi se samo na „zataškavanje onoga što se dešava u svijetu“ (Chomsky 2006, 54). S jedne strane imamo masovne medije. Njihova uloga je da zabave većinu stanovništva. Nude za svakoga ponešto – od sporta, humorističnih serija, filmova punih nasilja pa do vijesti, a zajednički ih naziva mehanizmima za odvrćanje pozornosti. Cilj je pasivizirati publiku i pretvoriti ih u zbunjeno stado, još jedan termin koji preuzima od Waltera Lippmana. Ta publika stvarnost promatra, odobrava dio odluka, ali nikako ne odlučuje jer je to za „odgovorne ljude“ (Chomsky 2002, 33).

S druge strane imamo elitne medije poput New York Timesa, Wall Street Journala, Washington Posta koje prate elite. Da bi te elite (politićari, poslovna zajednica, znanstvenici...) imale pravo vićenje stvarnosti i da bi mogle donositi prave odluke, moraju biti upućene i imati pravi uvid u stvarnost. Treba kazati kako to nije ništa novo u ljudskoj povijesti. Razlika je što sada živimo u demokraciji, sustavu u kojem vlada narod.

Posebno pažnju Chomsky posvećuje odnosima s javnošću koji svoju pravu snagu dobiva tek u novije vrijeme, od početka 20.st. Tome u prilog govore podaci o kolićini ulaganja u odnose s javnošću. Njihov cilj vidi kao „ustrojavanje misli na isti način na koji vojska ustrojava svoje vojnike“ (Chomsky 2016, 83), a sve kako bi društvo postalo apatićno, kako bi se stvorila filozofija uzaludnosti, pesimizma te u konaćnici stvorio osjećaj pokornosti. Kontroliranje mnijenja javnosti na taj način industrija i ostali preuzeli su, kako sam već napomenuo, jer su uvidjeli koliko je bila učinkovita primjena u politićke svrhe.

Uspješnu propagandu vidi na način da je „potrebno smisliti slogan protiv kojega neće nitko biti i koji će se svima svidjeti jer nitko ne zna što on znaći zato što on jednostavno ni ne znaći ništa, ali njegova najveća vrijednost je što skreće pozornost na nešto drugo...“ (Chomsky 2006, 111).

Naravno, taj koncept ne znači da sustav uspijeva cijelo vrijeme. S vremena na vrijeme dolazi do nezadovoljstva što elite nazivaju krizama demokracije. Posebno značajna bila je u 60-im godinama, u vrijeme najintenzivnijih borbi u Vijetnamskom ratu. U to vrijeme javio se termin vijetnamski sindrom. Prema Normanu Podhoretzu označavao je „bolesne zapreke protiv upotrebe vojne sile“ (Chomsky 2006, 113). Koliko god vlasti imale medijsku i svaku drugu kontrolu nad javnim mnijenjem, nisu svi bili za rat, dapače, što je na kraju i rezultiralo povlačenjem iz Vijetnama.

Treba reći kako je primjer Vijetnamskog rata samo jedan od mnogih ako govorimo o vanjskopolitičkoj situaciji. Licemjerje (ili selektivna percepcija kako je Chomsky naziva) je bilo vidljivo i u El Salvadoru, Libanonu, Južnoafričkoj Republici, Iraku... sve ovisno o interesima vladajućih u pojedinim trenucima jer kako drugačije protumačiti ono što je započelo još 1916. kada su vlasti da bi ušle u Prvi svjetski rat „unutar šest mjeseci pretvorili miroljubivu populaciju u histerične divljake koji su imali namjeru uništiti sve njemačko kako bi se spasili od divljaka koji su belgijskim bebama trgali ruke“ (Chomsky 2006, 118).

Chomsky ne gleda na demokraciju kao pojavu koja se događa na ulicama nego u mogućnosti donošenja odluka. U tom kontekstu vidi i dužničku krizu kao ideološki pojam. Navodi kako kapitalističko načelo „ako ja posudim novac od tebe, ja snosim odgovornost da ti vratim taj novac, a ti preuzimaš rizik da ti ga ne vratim“ u međunarodnim odnosima ne vrijedi nego je način kako se guraju vlastiti interesi. Na primjeru Indonezije, tada vojne diktature, vidimo kako to funkcionira. Novac je posudila korumpirana vlast koja ga je uglavnom pronevjerila, a dug je ostao narodu koji nikakvog utjecaja ni na vlast ni na odluku o posuđivanju novca nije imao. Tu vrstu duga naziva „mrskim dugom“ (Chomsky 2002, 160).

„Nije nemoguće uz dovoljno ponavljanje i psihološko uvjeravanje dokazati da je kvadrat zapravo krug. To su samo riječi, a riječi se mogu oblikovati sve dok ne sakriju pravo značenje neke zamisli“ (Chomsky 2002, 188) riječi su Josepha Goebbelsa, ministra propagande za vrijeme nacističke Njemačke. Ono što je manje poznato jest kako je taj koncept preuzet od Ujedinjenog Kraljevstva koje je ministarstvo za informiranje imalo u vrijeme Prvog svjetskog rata. Njegov zadatak bio je kontrolirati javno mnijenje te utjecati na mnijenja intelektualaca, posebno američkih kako bi se SAD uvukle u rat.

Chomsky kao bitnu stvar ističe i pojavu o kojoj je još George Orwell pisao, a to je korištenje jezika u političke svrhe. Ovdje se ne radi o pogledu na jezik s lingvističkog aspekta nego s aspekta odnosa s javnošću odnosno manipuliranja. Navest ću nekoliko primjera. U ratu između

dvije države obje će tvrditi kako se radi o samoobrani, agresor nikada za sebe neće tvrditi da je napadač nego da se radi o humanitarnoj intervenciji. Primjerice, prijetnja napadom na Kubu u vrijeme Hladnog rata nazivala se strategijom odvratanja nikako ne napadom.

Koliko je to dobro razrađeno, Chomsky navodi i manje poznati primjer Newta Gingricha, predsjednika Predstavničkog doma SAD-a u 90-ima, koji je bio osjetljiv na odnose s javnošću. Značaj političkih promjena nije bio toliko na samom programu koliko na terminologiji i frazama kojima se taj isti program prezentirao. Primjerice, cilj Zakona o slobodi poljodjelstva bio je, prema Gingrichu, ukinuti komunistički sustav koji je SAD imao, a koji se zasnivao na subvencijama onih kultura koje je država poticala. Rezultat te politike bio je da su se subvencije zapravo povećale, a ne smanjile, iako je proklamirana, što se vidi i u naslovu samog zakona, drugačija poljoprivredna politika.

Još jedna bitna stvar koja znatno utječe na mišljenje javnosti o nekom pitanju, prema Chomskom, je i prikrivanje informacija. Mnoge osnovne činjenice nisu dostupne javnosti (sadržaj pojedinih rezolucija UN-a, sporazuma, diplomatskih dogovora...) Uz to, istražujući službene dokumente koje su imale rok tajnosti vezano za Vijetnamski rat došao je do spoznaje kako dolazi do prilagođavanja i oblikovanja informacija u hijerarhijskom sustav podređenih i nadređenih. Podređeni prikazuju stvari na način koji bi zadovoljio nadređene. „Također moramo uzeti u obzir visoki stupanj nesvjesne ideološke kontrole koja proizlazi iz sustava uvjerenja“ (Chomsky 2002, 275). Naime, prema Chomskom, vlast ne samo u konkretnom slučaju Vijetnamskog rata nego i u drugim slučajevima, zapravo ne zna što se događa, iako su terenska izvješća prilično točna. U drugim slučajevima, poput onoga koji se odnosio na stanje u Indoneziji potkraj 50-ih godina, vlasti namjerno obustavljaju materijale.

5. Kritički osvrti na Lippmanna, Bernaysa i Chomskog

Walter Lippmann

Ono što vrijedi spomenuti u vezi teorije Waltera Lippmanna i njegove teze kako ne postoji informirani pojedinac koji bi mogao odlučivati u demokratskom poretku jest njegova polemika s filozofom Johnom Deweyem koja je i danas aktualna (Zebić 2011, 27). Lippmann tog nezainteresiranog pojedinca naziva još i outsiderom ili fantomom. Zauzet svakodnevnim životom i preživljavanjem, on nema vremena ni volje posvetiti se detaljnijem informiranju kako bi mogao donositi kvalitetne odluke. Ponukan iskustvom Prvog svjetskog rata i manipulacije mnijenjem, sve je više razočaran u demokraciju.

Dewey se s tim tezama ne slaže, ali priznaje kako pojedinac jest u svojevrsnoj pomrčini. Da bi se stvorila demokratska javnost potrebni su znanje i uvid u društvene probleme, a da bi se oni stvorili potrebna je sloboda u istraživanjima, distribuciji rezultata, izražavanju i komunikaciji. Osim toga ona mora biti kontinuirana i aktualna. Društvene znanosti, uz to, moraju prikupljati i analizirati svakodnevne vijesti.

Prema Lippmannu, demokracije niti nema ako pojedinac nije kvalitetno informiran. Dewey, pak, ključnim smatra što kvalitetnije prezentirati javnosti rezultate društvenih istraživanja odnosno potrebno nam je kvalitetno javno novinarstvo koje će pomoći javnosti u odabiru pravih informacija. Spona koja bi mogla pomoći u tom procesu je lokalna razina odlučivanja. Zašto? Zato što je to prva razina u kojoj postoji javno mnijenje, a elite ovdje imaju najmanju moć i mogućnost njome manipulirati. Problemi su konkretni, takva moraju biti i rješenja. Parole koje prolaze na najvišoj razini odlučivanja nemaju tu snagu na lokalnoj razini.

Edward L. Bernays

Bernays je od sve trojice kojima se bavi ovaj rad, zasigurno pretrpio najviše kritika. Razlog za to je, prije svega, njegov rad u praksi. U počecima svoga rada surađivao je s estradom na Broadwayu otkuda je i preuzeo princip kako je u vrijeme masovnih komunikacija skromnost vrlina u privatnoj sferi, ali mana u javnoj. Kritiku je trpio i jer je svoju samopromociju previše temeljio na preuveličavanju svojih zasluga.

Jednu od kritika već sam naznačio. Njegove kampanje uvijek su bile etički prijeporne. Primjerice, njegova kampanja Baklje slobode, zasnivala se na promociji pušenja i opovrgavanju štetnosti cigareta za zdravlje, iako je Bernays već tada bio upoznat sa studijama

koje su dokazivale suprotno“ (Tye 1998, prema Jugo 2018, 117). Dodatno, u medije je plasirao izjave stručnjaka koji su potvrđivali kako štetnosti nema. U vezi te kampanje optuživalo ga se i za netransparentnost odnosno skrivanje činjenice kako je to kampanja za brend cigareta, a ne kampanja za promoviranje ravnopravnosti žena.

Dalje, Bernays je trpio i kritike za nešto oko čega nema konkretnih dokaza. U vrijeme 20-ih i 30-ih godina kada su napisane njegove najpoznatije knjige, uključujući i Kristaliziranje javnog mnijenja, paralelno dolazi do uspona nacističke stranke u Njemačkoj. Optužuje ga se da su nacisti svoju propagandu bazirali na njegovim radovima. Ipak, za razliku od Ivy Leeja, on nije radio za kompanije u nacističkoj Njemačkoj.

Vrijedi spomenuti i opasku Sunčane Tuksar Radmilo o tome kako Bernays kroz svoje knjige stvara dvojaku sliku odnosa s javnošću. „S jedne strane, njegove su knjige svojevrsni priručnici o propagandnoj, antidemokratskoj i korporativnoj industriji, pod krinkom znanstvenih teorija“ (Tuksar Radumilo 2016, 189). S druge strane, poanta je javnost bude svjesna djelovanja odnosa s javnošću, a ne da je kao u slučaju Edwarda Bernays to djelovanje skriveno.

Noam Chomsky

Posebno žestoku kritiku u Hrvatskoj, ali i u drugim dijelovima bivše Jugoslavije nastradali u ratovima 90-ih, Noam Chomsky je dobio baveći se tumačenjem raspada Jugoslavije te intervencije NATO-a na SR Jugoslaviju 1999. god. Mnogobrojni intervjui, članci, ali i na hrvatski neprevedena knjiga *Yugoslavia: Peace, War, and Dissolution* pokazuju veliku zainteresiranost Chomskog za prostor bivše Jugoslavije. Prema Jasminu Agiću razlog je što se ona nalazila na procjepu dva sustava, kapitalističkog i komunističkog, u isto vrijeme bila je marksistička i antiimperijalna.

I u prikazu njegove knjige *Intervencije*, Borna Zgurić ga kritizira zbog njegova pojednostavljenog viđenja svega onoga što se događalo u bivšoj Jugoslaviji. Intervencija NATO-a prema Chomskom imala je za cilj „zbog toga što je SAD tim napadom želio prisiliti Srbiju da implementira neoliberalne mehanizme u svoje gospodarstvo“ (Zgurić 2008, 124). Ide i korak dalje, pa za rat na Kosovu krivca vidi prije svega u Oslobođilačkoj vojsci Kosova, njihovim vođama i najviše zapadnim obavještajnim službama koje su ih instruirale. Sukladno svojim pogledima na vanjsku politiku SAD-a i Zapada, Chomsky, velikim djelom amnestira od odgovornosti srpsku politiku koja je dovela do ratova. Tako, Njemačku vidi kao glavnog krivca raspada Jugoslavije jer je željela proširiti svoj utjecaj na prostor Hrvatske i Slovenije.

Ili, Hrvatsku koju označava kao najvećeg krivca za etnička čišćenja ne razumijevajući povijesni kontekst koji je doveo do toga.

Dalje, u više navrata, navodi neke stvari za koje ne pruža dokaze i koje nemaju utemeljenja. Clintona i Izetbegovića smatra glavnim krivcima nastavka rata u BiH jer je jedan želio produbiti američki utjecaj u regiji, a drugi jer je odbacio jedan od mirovnih planova.

Možda najčudnije od svega zvuči teza relativizaciji krivnje za ratove i zločine jer smatra da bi svi u istoj mjeri činili zločine samo da su bili jednako naoružani. Glavnim krivcima za genocid u Srebrenici vidi Bošnjake koji su prethodno činili zločine na tom području, a genocid je bila samo odmazda. Uz to, smatra kako se tim genocidom kojeg naziva masakrom, manipulira brojevima ubijenih. I u ovim slučajevima svojim čitateljima ne nudi kontekst.

Tamara Vukov najviše kritizira aktivističku crtu Chomskog koja se fokusira na kritiku bez pružanja alternative, također napominjući kako se zanemaruje povezanost lingvističke teorije i političke kritike koju on sam odbacuje. Chomsky jezik, koji je svojstven samo ljudima, vidi kao način da spoznamo suštinu prirode čovjeka. „Ipak, ako Čomski veruje da nikakva stvarna teorija ljudske prirode ne postoji, a istovremeno tvrdi da svaki oblik političke teorije jeste temeljno ukorenjen u pretpostavke o prirodi ljudskih bića, na osnovu čega on razvija i opravdava svoja sopstvena ekstenzivna politička tumačenja i mišljenja“ (Vukov 1990, 683). Odgovor je slobodna volja. „Čime dokazuje Čomski ovo pravo na slobodu volje, kao na temelj ljudske prirode? Dokaz primarno proističe iz njegove lingvističke teorije, ali je, također, fundamentalno očigledan u intuitivnoj svesti svakog pojedinca da ima mogućnost sopstvenog slobodnog izbora u svakoj datoj situaciji“ (Vukov 1990, 683). Chomsky ne vidi svrhu razvijati teoriju jer će ona ionako imati ograničenu korist u praksi zbog nepredvidljivosti ljudi i njihovih okolnosti niti ih je moguće uobličiti u neke apstraktne principe.

6. Zaključak

Lippmann sa svojom knjigom *Javno mnijenje*, teoretskim djelom, nastoji objasniti kako širenje demokratskih sustava i masovnih medija mora biti pod kontrolom ukoliko se želi vladati. Javno mnijenje kao termin postojao i prije, međutim, upitno je koliko ga možemo poistovjetiti s današnjim značenjem. Tisak kao prvi važniji masovni medij nije imao veliki utjecaj sve dok se nije počeo povećavati broj pismenih. Kao posljedica toga, masovni mediji postaju instrument elita. Nakon rada u Creelovu odboru i osvješćivanja opsega manipulacija javnog mnijenja, kao novinar i publicist, kritizirao je vlast i elite te tražio da se publici počinju davati vjerodostojne informacije.

Život i rad Edwarda Bernays najbolje se može ilustrirati njegovom najpoznatijom kampanjom Baklje slobode. Nekoliko žena prošetalo je Petom avenijom u New Yorku pušeci cigarete što je bilo skandalozno jer žene tada nisu pušile u javnosti. Taj marketing koji je radio za brend cigareta, Lucky Strike, uspješno je povezoao sa feminizmom i tadašnjom borbom za žensko pravo na glasanje. Bernays je svoj rad i struku branio tako što je uspoređivao ono što je radio s obrazovanjem. Smatrao je da je jedina razlika u gledištu. Obrazovanje bi označavalo zagovaranje onoga u što vjerujemo, a propaganda zagovaranje onoga u što ne vjerujemo.

Noam Chomsky za razliku od Lippmanna i Bernaysa nije dolazio iz svijeta odnosa s javnošću, ali s kritikom se počeo baviti kada je počeo biti svjestan moći masovnih medija, televizije, a potom i Interneta i kolika se ta moć zlorabi. U totalitarnim sustavima kontrola javnog mnijenja počiva na nasilju dok kontrola u demokratskim sustavima mora biti puno suptilnija. Kao glavne krivce za širenje te manipulacije vidio je intelektualce i ljude koji prate medije. Na vanjskopolitičkom planu kritizirao je SAD, glavnu silu, jer je smatrao da kao i druge sile uzrokuju krize i ratove u svijetu, samo što prosječni čitatelj nema takav dojam jer vlast i elita raznim metodama označavaju te krize i ratove kao potrebne. Na isti princip djeluju i mediji u totalitarnim sustavima, ali tamo, za razliku od demokracija, nema ni proklamiranog pluralizma. Kao izlaz iz dogmi koje se nameću publici vidi u kritičkom osvješćivanju i aktivizmu, djelovanju odozdo.

Važnost Lippmanna i Bernaysa neprijeporna je. Obojica su iz prve ruke ne samo svjedočila nego i sudjelovala u jačanju uloge odnosa s javnošću i manipulacije javnim mnijenjem u praktične svrhe. Ono što ih je razlikovalo jest kako su se prema tim spoznajama odnosili. Lippmann svojom knjigom opisuje kako funkcionira taj proces i iz nje je vidljivo kako se na isti taj proces kritički osvrće. Smatra kako se ljudi moraju osvijestiti kako funkcionira poredak

stvari. Nudi i rješenje. Svjestan je kako pojedinac ne može imati potpuni uvid u svaki segment društva nego o svakom segmentu društva trebaju voditi računa ljudi koji su, današnjim rječnikom rečeno, stručnjaci.

Bernays, s druge strane, je elitist što on i ne skriva. Smatra kako stručnjak za manipulaciju javnim mnijenjem mora ostati u sjeni i djelovati. Niz njegovih političkih i industrijskih kampanja u najmanju je ruku etički dvojbena i to je, po mom mišljenju, najvažnija pouka koju moramo izvući iz njegovih knjiga i još više rada. Teško je prihvatiti kampanje Baklje slobode ili rušenja režima u srednjoj Americi ako težimo demokraciji i kvalitetnijem društvu. Pitanje vanjske politike posebice je problematično. Gdje je granica između geopolitičkih interesa i etike odnosno miješanja ili nemiješanja u uređivanja društvenih i političkih poredaka drugih društava, pitanje je čijem se odgovoru ni danas nismo previše približili.

Najveću prednost Chomskog vidim upravo u kritici i osvještavanju funkcioniranja poredaka u zapadnim društvima i demokracijama. Kao najveću manu vidim rješenja koja nudi. Obrazovanje i osvještavanje svakako su dobra stvar, ali anarhistička pozicija i aktivizam koje zagovara ne smatram dovoljnim, ali i dobrim. Teško je ostvarivo, čega je Lippmann bio svjestan, da pojedinac dio dana posveti stvarima koje ga se ne tiču izravno. Također, ideološka borba teško da može dovesti do općeg konsenzusa koji nam je potreban kako bismo promijenili stvari.

Ono što pojedinac može i treba je obrazovati se. Kao ključno pitanje javlja se rješavanja vlasničke strukture medija. Ne mogu medijima, kao uostalom i nekim drugim segmentima društva, biti u isto vrijeme biti bitni profit i kvalitetno novinarstvo koje se bazira na činjenicama i pružanju punog konteksta stvari svojoj publici. Dobar korak u tom smjeru bio bi kad bi se mediji počeli odmicati od senzacionalizma.

Bibliografija:

- Agić, J. (2018) *Jugoslavija: mir, rat i raspad*. Al Jazeera Balkans. <https://balkans.aljazeera.net teme/2018/5/17/chomsky-jugoslavija-mir-rat-i-raspad> (stranici pristupljeno 27.08.2024)
- Bernays, Edward L. (2013) *Kristaliziranje javnog mnijenja*. Zagreb : Visoka škola za odnose s javnošću i studij medija Kairos.
- Bijakšić, S., Buljubašić, I., Šain, M. (2023) Utjecaj Edwarda Bernaysa na razvoj odnosa s javnošću i propagande. *South Eastern European Journal of Communication*, Volume 5, special issue, 73 – 81.
- Chomsky, N. (2006) *Mediji, propaganda i sistem*. 3. izd. Zagreb : Što čitaš.
- Chomsky, N., Parramon J. M. (2002) *Propaganda i javno mišljenje: razgovori sa Noamom Chomskym/ David Barsamian & Noam Chomsky*. Zagreb : V.B.Z.
- Lippmann, W. (1995) *Javno mnijenje*. Zagreb : Napredak.
- Hrvatska enciklopedija (2024) <https://www.enciklopedija.hr/> (stranici pristupljeno 01.09.2024.)
- Jugo, D. (2018) Ivy Ledbetter Lee vs. Edward Bernays: usporedba doprinosa ranih pionira modernih odnosa s javnošću razvoju struke. *Medijske studije*, Vol. 9, No. 18, 106 – 120.
- Marinac, D. (2018) *Ratna propaganda II. dio*. hrvatski-vojniki.hr <https://hrvatski-vojniki.hr/ratna-propaganda-ii-dio/> (stranici pristupljeno 26.08.2024.)
- Obradović, Đ. (2023) Doprinos Edwarda Bernaysa davanju uporabne vrijednosti javnomu mišljenju. *South Eastern European Journal of Communication*, Vol.5, special issue, 33-41.
- Tomić, Z., Radalj, M., Kovačić, S. (2023) Kristaliziranje javnog mišljenja. *South Eastern European Journal of Communication*, Volume 5, special issue, 11 – 25.
- Tuksar Radumilo, S. (2016) Edward Bernays – psihologija masa i odnosi s javnošću. *Zbornik Sveučilišta u Dubrovniku*, No.3, 175 – 191.
- Tye, L. (1998) *The father of Spin: Edward L. Bernays and the Birth of Public Relations*. New York:Holt Paperbacks.
- Vasilj, M., Takač, F., Marić, M. (2023.) Bernaysovi odnosi s javnošću i suvremeni mediji. *South Eastern European Journal of Communication*, Volume 5, special issue, 83 – 92.
- Vertovšek, N. (2017) *Noam Chomsky i kritika suvremenih masmedija*. Zagreb : Golden marketing – Tehnička knjiga.
- Vukov, T. (1990) Utopija slobodne volje Noama Čomskog. *Revija za sociologiju*, Vol.21, No.4, 681 – 687.
- Zebić, E. (2011) Javnost kao fantom i javnost u zamračanju: Kako je polemika Waltera Lippmanna i Johna Deweya o demokraciji i medijima uvelike relevantna i nakon gotovo stotinu godina. *Filozofska istraživanja*, Vol. 31, No. 1, 27-43.

Zgurić, B. (2008) Noam Chomsky: Intervencije. Međunarodne studije, Vol. VIII, No. 2, 122 – 124.