Манипулација информацијама - подсвесна сугестија”

Проф. др Драган Колев

Welcome to the world of manipulation !

Добро пожаловать в мир манипуляций!

- Manipulacija je veoma rasprostranjen fenomen čije su **posledice** (bilo da su pozitivne ili negativne) **veoma očigledne**.

UVOD

Opšta konstatacija:

- Živimo u dobu intenzivne komunikacije (“informatičkom dobu”) ali i u dobu sve masovnije, perfidnije i suptilnije manipulacije; u vremenu „nepodnošljive lakoće manipulisanja“.
- Manipulacija je postala način razmišljanja, ali i dominantan način ponašanja.

Да ли је познајемо?

- Свакодневно смо окружени овим феноменом и чини нам се веома познатим.
- Али и овде важи она мудра:

„*Познато није и спознато*“.

Шта је манипулација?

- **Сергеј Георгиевич Кара-Мурза:** „Манипулација је начин доминације и духовног деловања на људе уз помоћ програмираног утицаја. Овај утуцај је усмерен на психолошку структуру човека и остварује се **тајно**, постављајући **за циљ** измену мишљења, подстицаја (мотива) и вредности али и усмеравања понаша појединцима у задатом правцу. Манипулација као таква и није голо насиље, већ обмана“.[1]

[1]Георгиевич Сергей Кара-Мурза, *Манипуляция сознанием*. http://www.kara-murza.ru/books/manipul content.htm (22.4. 2010).

ПЕРСУАЗИЈА

- Персуазија је само један од облика манипулације
- Уверавање (*persuasion*) је једна од најважнијих начина у креирању јавног мнења и **диспозиција понашања.**

Шта су диспозиције понашања?

- мишљење,
- веровање,
- Убеђење,
- став,
- суд,
- перцепција,
- вредности
- инстинкти,
- нагони,
- архетип,
- и сл.

Делом су у свесном делу личности а делом у несвесном (подсвесном).

Појам персуазија

- Постоје бројне и сложене теорије којима се објашњава овај феномен и значење овог појма.
- Сходно томе могуће је срести и бројне дефиниције уверавања, убеђивања, персуазије.
- Указаћемо само на неке.

Одређење сугестије

- „Утицај на вољу другога“,
- „Подвргавање некога својој вољи“,
- „Изазивање код некога одређено душевно стање (расположење, уверење, мишљење и сл.)“,
- „Поступак отвореног или скривеног навођења другог човека или групе људи да некритички, али без присиле, прихвате идеје, уверења, ставове или одређене обрасце понашања“.

Дефиниција: уверавање

- Једна од **најједноставнијих** дефиниција гласи да је уверавање „покушај да се придобије подршка и сагласност друге особе путем аргумената, саветовања и наговарања“.

Манифестација и функција персуазије

- Сам поступак убеђивања се манифестује на различите начине, а најчешће као:
- предлог,
- наговор или
- наредба.
- Она има своју примену и у терапијске сврхе, али се користи и у економској и политичкој сфере, свугде где се примењује пропаганда.

Сила версус персуазије

- Користила се од увек да би се остварио неки **интерес**.
- Некада се остваривање интереса ослањало на силу – ко је био јачи био је убедљивији.
- Вештина убеђивања је **донекле** заменила силу која се сада првенствено користи као претња за могућу употребу.

Појам “убедити”

- Реч „убедити“ често пута поседује и негативну конотацију – конотира утерати некога „у-беду“.
- Феномен је стар колико и човечанство: од када постоји човек као *суи генерис* – присутно је и убеђивање.
- Библиски контекст овог појма....

Манипулација

- Како год да је зовемо „убеђивање“ , “уверавање”, „вербални утицај“, “наговарање”, „персуазија“ - своди се на крају на једну једину реч која може да се користи као метафора за све њих а то је **манипулација**.

Моћ персуазије:

- Сада и слабији појединац може, ако је вештији, да победи јачег: *Давид је вештином убеђивања савладао Голијата*.
- Томе је највише допринео развој говора као средства комуникације – развило се **вербално убеђивање**.
- Највише је усавршен <u>развојем трговине</u>: ценкање, надмудривање, „диловањем“: онај ко је убедљивији и уверљивији на речима стицао је **веће погодности** за себе.

Зашто убеђивање?

- Па да смо се на почетку убеђивања сложили са убеђивачем он не би имао потребу да нас убеђује.
- Како то није случај, они су приморани да нас увере или убеде користећи разне и бројне манипулативне методе.

Елементи диспозиција

Диспозиције су трокомпонентни феномени:

- Когнитивна – спознајна,
- Афективна – емотивна
- Конативна – вољно-мотивациона

Диспозиције су различито структуиране овим компонентама

Шта доприноси успешности уверавања?

- Адекватна афективност – емотивна сфера
- Аргументација (чињенице) – когнитивна сфера
- Ауторитарност

Емоције

На првом месту су то емоције – коришћење свих оних појмова који себи поседују афективну семантику:

- патриотизам,
- издаја отаџбине,
- љубав,
- страх,
- мржња и сл.

Чињенице

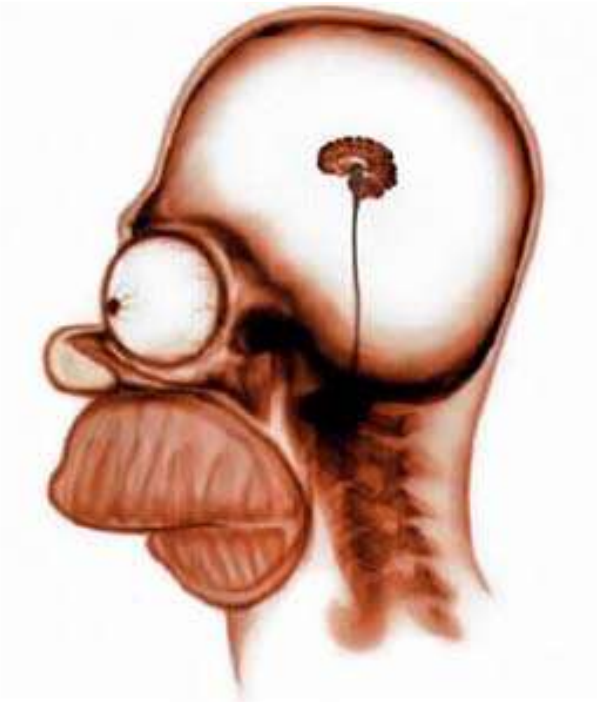
На другом месту су то чињенице (статистички и емпиријски резултати) – когнитивна сфера.

Чињенице које говоре о „користи“ коју публика (реципијент, слушалац и сл.) може имати од онога у шта се уверавају. (*Шта све добијамо од уласка Европу*?).

Ауторитарност - Ауторитативност

- На другом месту је ауторитарност (подложност ауторитету)
- Ауторитативност медија (способност утицаја на појединаца и маса
- Зашто?
- Људска карактеристика: лаковерност и сујеверност

Како функционише наш психа (ум)?



- Да ли наш ум зна како наш ум функционише?
- Каква је самоспознаја нас као бића разума – *хомо сапиенса*?
- Шта чини **психосоматску основу** парсуазије?

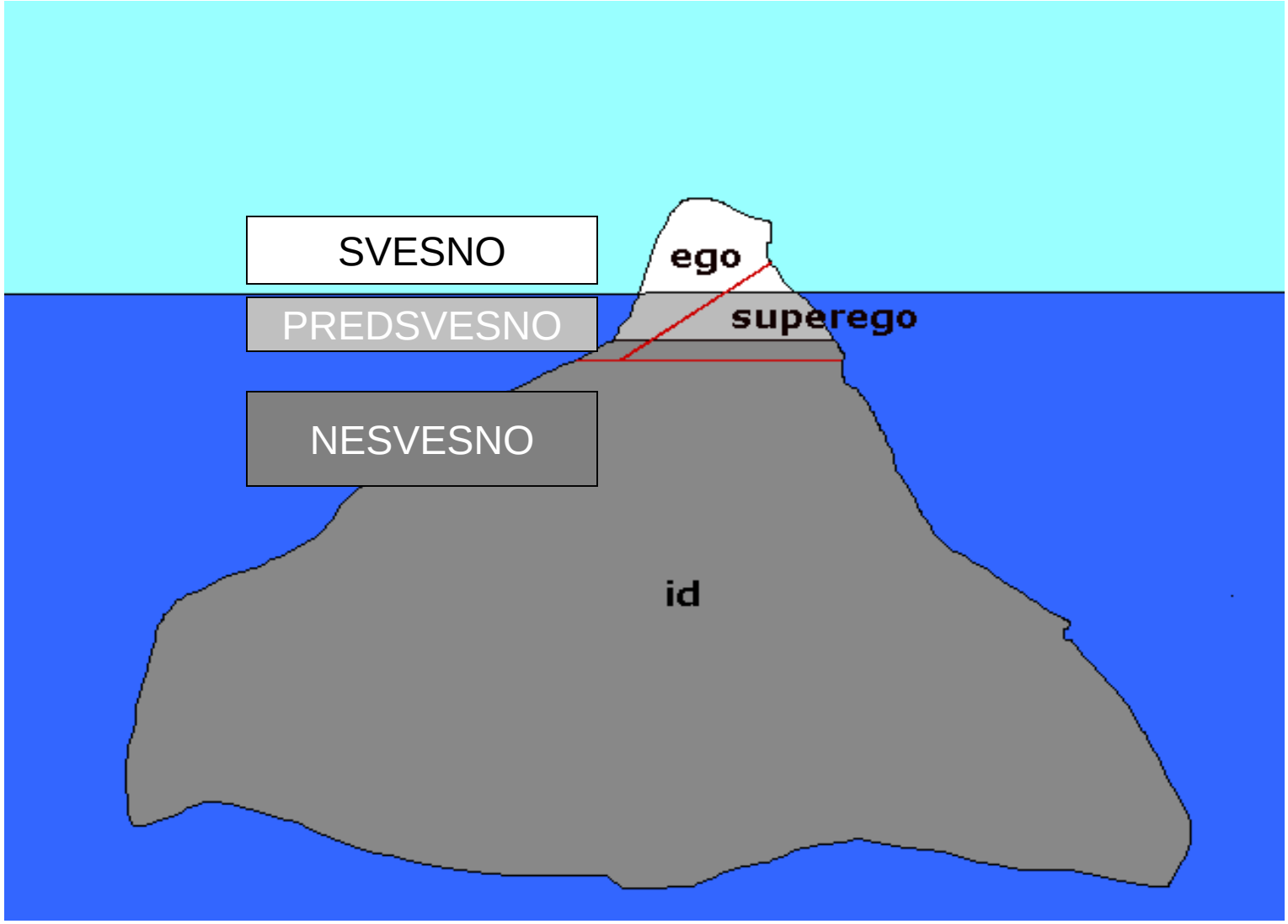
Карактеристика ума (мозга):

- Веома је важно утврдити основне принципе функционисања ума (психе, мозга).
- Када њих познајете онда се отварају неслућене могућност да се утиче на понашање појединаца и масе.

FROJDOVO SHVATANJE STRUKTURE LIČNOSTI

- **Frojd je otkrio <u>nesvesno.</u>**
- **Njegova teorija se zasnivala na svesnom, predsvesnom i nesvesnom.**
- **Frojd razlikuje tri komponente ličnosti:**

FROJDOVO SHVATANJE STRUKTURE LIČNOSTI



Trodelna struktura ličnosti

- “ID” (“Ono”) urođeni motivi (nagoni, instinkti, sve ono što je potisnuto, arhetip) koji teže neposrednom zadovoljenju.
- “Ego” (“Ja”) deo ličnosti koji se bavi kontrolom neposrednog zadovoljenja nagona vodeći računa o realnosti.
- “Super-ego” (“Nad-ja”) deo ličnosti u kome se nalaze pravila ponašanja ljudske zajednice, društvene norme i vrednosti.

Моћ персиазије

- На чему се заснива моћ подсвесне персуазије?
- На психолошким, антрополошким и биолошким карактеристикама човека
- Како се те каректеристике (недосатци, несавшености чула) користе за подсверсни утицај?

Једна од значајних карактеристика:

- Мозак памти и садржаје чији **смисао** у потпуности и не разуме.
- Човек је способно **да научи** читав низ исказа и да их **репродукује** а да их при томе уопште не разуме (не схвата њихов смисао).
- Пример: молитве се науче и пре него што се она логички схвати (разуме) у контексту рационалних појмова.

Особине подсвести

- Заснива се на идеји партнерства са свешћу
- Подложна је сугестијама
- Реагује на мисао и на утиске које јој свест предочава
- Не прави селекцију информација (не опредељује се, није критична)
- Све схвата са поверењем (императивно) и ради на оживотворењу сугестија и мисли

Konstantnost percepcije

- Jedna od najznačajnijih karakteristika percepcije kao procesa je **konstantnost opažanja** koja se ogleda u tendenciji da objekat opažana doživljavamo **kao nepromenjen i pored toga što draži koje dolaze od njega ukazuju na promene**.

Iskustvo i percepcija

- Na doživljaje **nepromenjivosti** veliki uticaj ima iskustvo.
- Ova karakteristika percepcije olakšava pojedincu prilagođavanje novonastalim okolnostima.
- Da nije nje zbog brojnih novih opažaja ili permanentne promenjivosti bi bilo teško ustanoviti bilo koju klasifikaciju doživljenog.

.

Могућности за утицај

- То омогућава креаторима јавног мнења да **моделирају (креирају, осмисле)** поруке (идеје) на такав начин који ће **утицати** и на несвесни а не само на свесни део психе.

Вербална комуникација

- Говор (речи) је једна од **главних фактора** успешности уверавања.
- Психолингвистика је открила да пажљив одабир речи које користимо доприноси **персуазивности** саговорника и утицају (**персуазности**) на понашање.
- Људи су **персуазивни** - подложни убеђивању.

Природа речи

Значајна карактеристика речи је **амбивалентност** : она је истовремено и највећи дар и највећа опасаност.

- Реч је оруђе истине али и оруђе лажи!
- Поседује и позитивну али и негативну силу (моћ)!

“Уби ме прејака реч!”

Бранко Миљковић

Меша Селимовић:

- „*Ријеч је барут, зачас плане. Незадовољства увијек има свакаквих, али никад не букну сама од себе. Ријеч их упали*“ [1]

[1] Селимовић Меша (2010): *Изабрана дела (Тврђава*), Едиција, Београд, стр. 382.

Снага речи

- У стиховима Дејана Алексића срочена је формула о снази речи
- „*Реч поринута у језик истискује / довољно стварности да поверујемо / у оно што се не може изрећи*“

Фридрих Ниче

- „*Најтише речи доносе олују. Мисли које долазе на голубљим ногама управљају светом*“.

[1] Ниче Фридрих (1975): *Тако је говорио Заратустра*, Младост, Загреб, стр. 135.

Говор и манипулација

- Највише се манипулише говором.
- Говор служи за завођење
- Говор доводи до понашања.
- Ствара чињенице о добром као и о злу.
- Изложени смо вербалној и паравербалној комуникацији

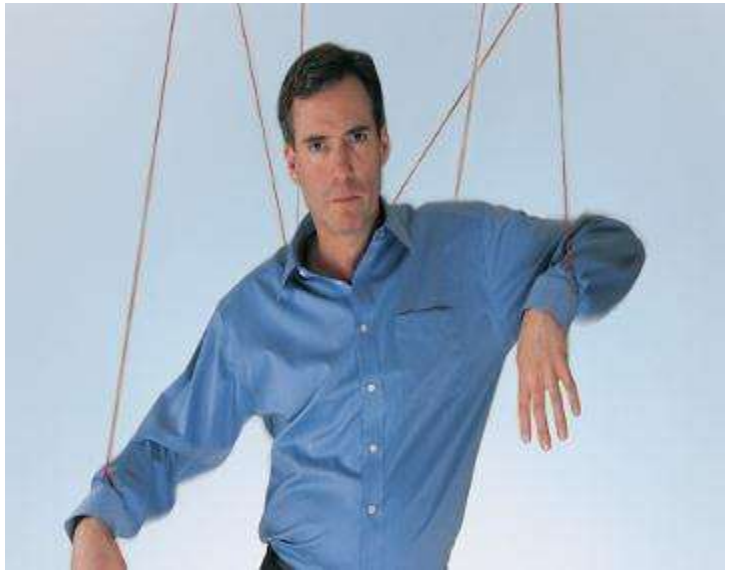
Моћ говора - речи

- Паравербалном и вербалном комуникацијом се утиче и на **осећања** (драгост, љутња; поверење и неповерење; страх или храброст), као значајне диспозиције понашаља.
- Манипулише се циљано.
- Речи могу да лече, али и да повреде душу.
- Говор се користи за манипулацију масама које треба покренути ка једном циљу

Шта треба знати?

Важно је знати **који то** „докази“, „аргументи“, “начини”, “вештине”, “технике”, “методе”, “средства”, “тактике”

најбоље уверавају људе и омогућавају онима који их користе да постигну своје циљеве.



Манипулативна моћ речи

- Велики је број речи које када се употребе **у одређеном контексту** остављају **јак утисак** на саговорника.
- Оне могу успешно да **скрећу фокус** са онога што сугеришемо на нешто сасвим небитно.
- Изазивају велики **персуазивни ефекат** који је у великој мери сакривен, али који има јак семантички значај и због чега саговорник не доводи у питање оно што чује.

Пример: Барак Обама

Барак Обама је осмишљеним кратким и ефектним патролама

- „*Да, ми можемо*!“ („*Yec wi can*“);
- „*Ми то можемо*“ („*Yes*, wecan“)
- „*Промена*!“ („*Chenge*“) и сл.

успео да бирачима **улије** осећај поузданости.

Избор речи

За ову прилику изабрали смо неколико речи које:

- у политичком говори имају јак утицај и које
- имају лаку примену.

Технике су веома једноставне и веома моћне, тешко се откривају јер су природне и веома присутне...

Почивају на сазнањима до којих су дошле многе дисциплине:

- НЛП,
- конверзациона (Ериксонијан) хипноза,
- социјални инжињеринг,
- трансцедентална анализа,
- знања из области прикривеног утицаја
- сазнања савремене психологије несвесног.

НЛП

- Неуролингвистичко програмирање се мењају стечени модели понашања.
- Тиме се човек мења било да се „поправља“ или и „поквари“.
- Ова метода је слична хипнози јер се заснива на техници која креира промену нивоа свести .

1) прилози:

Њиховим коришћењем људски ум (безусловно) **прихвата** што следи иза прилога као истинито како би одржао логички смисао реченице.

- Ако се слушалац и упусти у анализу, **фокус анализе** неће бити на прилогу (неће обратити пажњу на остатак реченице - иза прилога која је у **ствари сугестивни елемент.**

Примери:

- „природно“ - *„Да ли сте приметили колико се ми природно слажемо?“*
- „лако“ – *Да ли сте приметили колико је лако да прихватите ово што говорим као истину?“.*
- „неограничено“ – *„Ово што вам предлажем има неограничене потенцијале за ваш успех“*
- „свесни“
- „схватате“
- „доживели“
- *„Чим почнете да схватате вредност ове идеје, доживећете да постанете* свесни *моћи коју она поседује“*

2) везници

Везници служе да споје два блока реченица и тиме им даје смисао када су надовезани и сакрива сугестивну поруку:

- „и“ – „*Довољно је да прихватите ове идеје и видећете које ће вас позитивне промене задесити*“
- „док“ – „*Све док будете следили ове идеје има наде за вас*“

3) узрочно последична веза

Спајају два блока реченица у којима један блок има улогу узрока а други последица, а да при томе немају никакву везу једно са другим.

Оваква узрочно-последична веза се не доводи у питању због ових речи:

- „зато што“ – „*Ми ћемо победити <u>зато што</u> то од нас очекују грађани*“
- „што узрокује“ – „*Ви ћете гласати за нас <u>што ће узроковати</u> бољу будућност Србије*“

Неодређеност поруке

- Какву **формулацију** реченице ће јавно мнење најлакше и прихватити?
- Неодређену!
- Зашто?
- Зато што такву поруку свако може да интерпретира са становишта својих интереса.

Вежбање у примени овог знања...

Питања????????

Хвала на пажњи!!