

Zece strategii de manipulare mediatică

Noam Chomsky

mass-media, manipulare

1. Strategia amuzamentului

Elementul primordial în controlul social este strategia amuzamentului, care consistă în distragerea atenției publicului de la problemele importante și de la schimbările decise de către elita politică și economică, prin tehnica inundării cu informații insignifiante.. Această strategie e la fel de indispensabilă și în a împiedica publicul de a se interesa pentru informații esențiale, în area științei, economiei, psihologiei, etc. "A menține atenția publicului departe de adevăratele probleme sociale, pradă tematicilor fără importanță reală. A menține publicul ocupat, ocupat, ocupat, fără timp pentru a gândi".

2. Provocarea problemelor ca pe urmă să se ofere soluții

Acestă metodă mai e numită și "problemă-reacție-soluție". Se creează o problemă, o "situație" despre care se știe că va provoca o anumită reacție a publicului, în așa fel încât acesta să devină mai apoi susținătorul măsurilor ce se doresc a fi acceptate. De exemplu: se lasă să se dezvolte sau să se intensifice violența urbană, sau se organizează atentate sângeroase, ca pe urmă publicul să fie cel care cere legi și politici de siguranță în detrimentul libertății. Sau: a crea crize economice pentru a forța acceptarea – sub pretextul "răului necesar"- distrugerii drepturilor sociale și a serviciilor publice.

3. Strategia de gradualism

Pentru a face ca o măsură inacceptabilă să devină acceptată e suficientă aplicarea sa în mod gradual, câte o picătură, timp de ani la rând. Condițiile socio-economice noi (neoliberalismul) au fost impuse în acest fel între anii 1980 și 1990. Stat minimal, privatizări, precaritate, flexibilitate, șomaj masiv, toate aceste schimbări ar fi provocat o revoluție dacă s-ar fi aplicat deodată.

4. Strategia amânării

O altă formă de a forța acceptarea unei decizii nepopulare e de a o prezenta ca fiind "dureroasă și inutilă", obținând pe moment acordul publicului și propunând aplicarea sa în viitor. Acceptarea unui sacrificiu viitor e mai ușoară decât acceptarea sa imediată. Întâi, pentru că efortul nu e realizat pe moment, apoi pentru că publicul, masele, au mereu tendința de a aștepta ingenuu ca „totul să se rezolve mâine” și că, cine știe, poate sacrificiul cerut se va evita. Această strategie oferă timpul necesar pentru ca publicul să se obișnuiască cu ideea schimbării și să o accepte cu resemnare când sosește timpul aplicării sale.

5. Adresare infantilă

Majoritatea publicității pentru public folosește discursuri, argumente, personaje și intonații în mod particular infantile, de multe ori imbecile, ca și când spectatorul ar fi un copil sau suferă de probleme mentale. Cu cât mai mult se încearcă să se păcălească spectatorul, cu atât se adoptă un ton infantil. De ce? Pentru că atunci când te adresezi unei persoane ca și când ar avea 12 ani sau mai puțin, din cauza factorilor de sugestie, aceasta probabil va avea un răspuns sau o reacție lipsită de simț critic.

6. Folosirea aspectului emoțional în loc de cel rațional

Clasica tehnică de a folosi aspectul emoțional pentru a provoca un scurt circuit a analizei raționale și, ulterior, a simțului critic al indivizilor. Pe de altă parte, folosirea aspectului emoțional deschide poarta spre inconștient pentru a întipări idei, dorințe, frici și temeri, compulsi și comportamente.

7. Menținerea publicului în ignoranță și mediocritate

A face în așa fel încât publicul să nu fie capabil să înțeleagă tehnologiile și metodele folosite în controlul și înrobirea lui. "Calitatea educației clasei sociale defavorizate trebuie să fie cât mai precară și mediocră posibilă, astfel încât diferența de cunoștințe între clasa defavorizată și cea favorizată să fie imposibil de combătut.

8. Încurajarea publicului să fie mulțumit cu mediocritatea

A conduce publicul să creadă că stupiditatea, vulgaritatea și incultura sunt la modă.

9. Consolidarea autoculpabilizării

A face oamenii să creadă că ei sunt vinovați pentru propria lor nenorocire, datorită lipsei lor de inteligență, de capacitate sau de eforturi. În acest fel, în loc să se revolte împotriva sistemului economic, individul se învinuiește pe sine, generându-se o stare depresivă, a cărui efect e inhibarea acționării. Iar fără acțiune, revoluția e imposibilă!

10. A cunoaște indivizii mai bine decât se cunosc pe sine

În decursul ultimilor 50 de ani, progresul rapid al științei a generat un decalaj crescător între cunoștințele publicului și cele deținute și folosite de către elitele dominante. Datorită biologiei, neurobiologiei și a psihologiei aplicate, "sistemul" a beneficiat de cunoștințe avansate despre om, atât din punct de vedere fizic cât și psihologic. Sistemul a reușit să cunoască mai bine individul comun decât se cunoaște pe sine însuși. Asta înseamnă că, în majoritatea cazurilor, sistemul are un control și o putere mai mare asupra indivizilor decât aceștia au asupra lor.

Biblioteca Anarhistă

Noam Chomsky
Zece strategii de manipulare mediatică
mass-media, manipulare

Preluat la 16.12.2022 de la <https://iasromania.wordpress.com/>

ro.theanarchistlibrary.org