

Imperija hoće da vlada svetom putem kontrole percepcije

By [Ljubomir Kljakić](#)

Global Research, July 07, 2011

[Fond Slobodan Jovanović](#) 7 July 2011

In-depth Report: [THE BALKANS](#)

Ljubomir Kljakić, politikolog i publicista je na tribini Fonda Slobodan Jovanović govorio na temu "Imperija i njena propaganda", u Kolarčevoj narodnoj zadužbini, 28. aprila 2011. godine.

Pojam propagande

Iako je ime poznato još u antičko doba, savremeni pojam propagande dolazi iz domena religija. Rimokatolička crkva je 1622. godine osnovala "Kongregaciju za evangelizaciju naroda", rekao je Kljakić.

Važnost propagande je porasla za vreme Prvog svetskog rata. Iako se osnovi za naučni pristup propagandi mogu naći još u radovima Gabriela Tarda, Gistava le Bona i naročito kliničke psihoanalize Zigmunda Frojda, početak savremene propagande obeležava pojava Komiteta za javno informisanje u SAD, kojeg je formirao američki predsednik Vudro Vilson za potrebe ubeđivanja javnosti svoje zemlje o ulasku u Prvi svetski rat. Američka elita je bila zaprepašćena brzinom uspeha ovog Komiteta.

Kljakić je naveo da su radom Komiteta dominirale dve ličnosti. Prva je bio Volter Lipman, poznati publicista koji je 1962. godine izdao knjigu "Javno mnjenje". Druga važna ličnost bio je Edvard Bernis, Frojdov nećak i autor knjige "Propaganda", koji je izneo stav o manipulaciji masama kao obeležju demokratije i prvi javno govorio o pojmu "nevidljive vlade".

Moderna propaganda se razvijala i van SAD. Doprinos revolucije u Rusiji pristupu u propagandi je to da se propaganda vrši na dva nivoa. Jedan je "agitprop" koji propagandu vrši u masama, a drugi u društvenom vrhu. Treći rajh je prihvatio američki model propagande. Hitlerova Nemačka je formirala čak "Ministarstvo Rajha za obrazovanje i narodnu propagandu" na čijem čelu je bio Gebels, naveo je Kljakić, govoreći o tome koliko je vrh režima Hitlerove Nemačke bio fasciniran uspesima američke propagande, ali i o vezama američkog industrijalca Forda sa Hitlerovim režimom.

Nakon Drugog svetskog rata, posle jednog krvavog obračuna obezbeđenja Rokfelerove firme "Standard oil" sa rudarima u štrajku, poslodavac je angažovao čuvenog stručnjaka za propagandu Ajvi Lija, u cilju da popravi ugled njegove firme pred javnim mnjenjem u SAD. Kljakić je naveo da su protiv Ajvi Lija javno istupali američki listovi - "Njujork miror" je Lija javno prozvao kao čoveka koji je imao veze sa nacistima, a "Dejli forward" je čak pisao o njemu kao Hitlerovom agentu. Međutim, Li je imao velikog uspeha u SAD, a u vezu sa njim treba dovesti i usvajanje američkog Zakona o registrovanju stranih agenata. O svim ovim događajima, Kljakić je preporučio film "Stoleće ličnosti", snimljen u produkciji BBC 4.

Model propagande

Da bi se razumeo pojam propagande, Kljakić je ukazao na rad dvojice velikih američkih pisaca – Noama Čomskog, autora knjige „Ekonomija saglasnosti – politička ekonomija pristanka“ i Edvarda Hermana, autora knjige „Politika genocida“.

Uticaj propagande u društvu zavisi od tri osnovna faktora: oblasti strukturiranja vesti, oglašavanja vesti i vlasništva nad medijima, rekao je Kljakić. Objasnio je da u određenim oblastima društva postoji „inherentno stanje anksioznosti“ i tako se u njima održava nedemokratski prostor. Propaganda je dovela do toga da se čitaoci proizvode kao roba, pa je čitalac postao sporedan činilac, proizvod propagande.

Izvor investicija u medijima, vesti, kritika, vlasnik i naročito „ideologija straha“, postali su pet filtera propagande, podsetio je Kljakić.

U doba kolapsa ideologija na socijalističkom prostoru, pojavio se „kult amoralnosti“, a propaganda postala najbitnije oružje vladavine u „korporativnoj distopiji“. Pošto su za održanje korporativnog poretka u tom stanju nužni propagandni instrumenti, Kljakić se osvrnuo na Orvelova zapažanja i podsetio na knjigu „Dvogovor“, Viljama Luca.

Govoreći o „upravljanju percepcijom“, Kljakić je podsetio na ulogu tog pojma u „specijalnom ratovanju“ i naveo da danas imamo posla sa četvrtom generacijom specijalnog ratovanja, u kome se gubi razlika civilnih i vojnih ciljeva, ali i civilnih i vojnih lica. Nakon okončanja Hladnog rata, instrumenti „kontrole percepcije“ više ne služe odbrani od komunizma i SSSR-a, već nametanju i održavanju globalne dominacije imperije. U tom poretku, od velike važnosti je strategija TINA – „There Is No Alternative“, odnosno ubeđivanje javnosti da alternativni poredak nije moguć.

Tipične vesti

Ljubomir Kljakić je podsetio da je Hilari Klinton nedavno izjavila da SAD gube globalni rat. Kineski CCPG, „Al-Džazira“ i „Russia today“ nisu pod kontrolom. Ona je zatražila dodatnu pomoć za pokrivanje i kontrolu novih vrsta medija.

Časopis „Njujork tajms“ je 2006. godine objavio članak „Treća američka imperija“, kako bi autori definisali tezu o „Trećoj američkoj imperiji“. Pri tom su pošli od stacioniranja američkih trupa u BiH. U osnovi, po Kljakiću, radi se o starom modelu teritorijalne ekspanzije. Ono što se događa u severnoj Africi, ulazak je u tradicionalni otomanski imperijalni prostor, bilo da se vrši kroz legalne (Egipat i Tunis) ili ilegalne (Sirija) kanale. Poredak imperije u svetu održavaju klijentelističke elite, a istorijska paralela sadašnjeg poretka imperije se može naći jedino u britanskom poretku u Indiji, zvanom „Britiš radž“.

The original source of this article is [Fond Slobodan Jovanović](#)
Copyright © [Ljubomir Kljakić](#), [Fond Slobodan Jovanović](#), 2011

[Comment on Global Research Articles on our Facebook page](#)

[Become a Member of Global Research](#)

Articles by: **Ljubomir Kljakić**

Disclaimer: The contents of this article are of sole responsibility of the author(s). The Centre for Research on Globalization will not be responsible for any inaccurate or incorrect statement in this article. The Centre of Research on Globalization grants permission to cross-post Global Research articles on community internet sites as long the source and copyright are acknowledged together with a hyperlink to the original Global Research article. For publication of Global Research articles in print or other forms including commercial internet sites, contact: publications@globalresearch.ca

www.globalresearch.ca contains copyrighted material the use of which has not always been specifically authorized by the copyright owner. We are making such material available to our readers under the provisions of "fair use" in an effort to advance a better understanding of political, economic and social issues. The material on this site is distributed without profit to those who have expressed a prior interest in receiving it for research and educational purposes. If you wish to use copyrighted material for purposes other than "fair use" you must request permission from the copyright owner.

For media inquiries: publications@globalresearch.ca