

AUTOR:

Radoje Cerović

MSc psihologije, Organizacija: Communication Strategies & Consulting

EMOCIONALNI NARATIVI I MANIPULACIJA JAVNIM MNJENJEM

Psihološka perspektiva i preporuke za zaštitu demokratskih vrijednosti

Emocionalni narativi su sofisticirani mehanizmi koji imaju moć da oblikuju javno mnjenje kroz manipulaciju emocijama publike. U ovom policy briefu istražićemo osnovne karakteristike ovih narativa, od njihove definicije do evolucije u savremenom društvu.

U skladu s tim, analiziraćemo ulogu medija, političkih struktura i društvenih mreža u širenju ovih narativa. Medijski kanali često služe kao platforme za širenje emocionalnih priča koje manipulativno utiču na percepciju stvarnosti i podstiču određene reakcije kod publike. Društvene mreže, kao moćan alat masovne komunikacije, dodatno pojačavaju širenje ovih narativa. Proučićemo primjere upotrebe emocionalnih narativa u različitim oblastima, poput identitetskih pitanja, političkih desničarskih i konzervativnih interesa. Kroz ove primjere, shvatićemo kako emocionalni narativi mogu biti korišćeni kako bi se postigao određeni cilj, ali i kako takva manipulacija može stvoriti podjele i polarizaciju u društvu.

Na kraju ćemo predstaviti ključne preporuke kako se zaštititi od ovakvih manipulacija. Svijest o ovoj temi je od vitalnog značaja za očuvanje demokratskih vrijednosti i bolje razumijevanje dinamike medija i politike u savremenom društvu.



Ovaj projekat finansira Ambasada SAD u Podgorici. Mišljenja, nalazi, zaključci ili preporuke koje su ovdje izneseni su stav autora i ne odražavaju nužno stav Stejt dipartmenta/Vlade SAD.

KLJUČNE PREPORUKE

1. Edukacija građana: Podizanje svijesti o emocionalnim narativima i mehanizmima manipulacije putem obrazovnih programa i kampanja.

2. Implementacija tehnologije: Tehnološki napredak i razvoj sistema za prepoznavanje emocionalnih narativa igraju ključnu ulogu u suzbijanju manipulacije medijima. Uvođenjem naprednih algoritama analize teksta i semantičke obrade, ovi sistemi omogućavaju brzu i efikasnu identifikaciju emocionalnih narativa putem analize jezika, tona i emotivnih nijansi sadržaja, čime se bolje razumijeva širenje manipulativnih narativa i doprinosi očuvanju informacione integritete.

3. Podrškom nezavisnim fact-checking organizacijama i decentralizovanim medijskim platformama poput podkasta, institucije mogu efikasno unaprijediti medijsku pismenost građana i suzbijanje širenja dezinformacija, osiguravajući informacije zasnovane na činjenicama iznad manipulativnih narativa.

EMOCIONALNI NARATIVI

Emocionalni narativi su duboko ukorijenjeni u ljudskoj prirodi i imaju snažan uticaj na naše ponašanje i percepciju svijeta oko nas. Oni predstavljaju okosnicu ubjedljive komunikacije, do mjere da možemo slobodno reći da su emocionalni narativi jedan od faktora sa najdubljim uticajem na ljudsko ponašanje u zajednici, na kulturne norme i društvena kretanja (uključujući politička zbivanja), kao i na budućnost pojedinaca i zajednica. Dakle govorimo o mehanizmu koji je duboko ukorijenjen u ljudskoj psihi. Posebno je važno ukazati da emocionalni narativi predstavljaju okosnicu takozvane kumulativne kulture (dakle utiču na opredjeljenja i ponašanja kroz više desetina ili stotina generacija).

Oblici emocionalno oblikovanog kazivanja su suštinski i sva umjetnička djela (od poezije, preko bajki, basni, novela, romana, itd...), ali i religijske "svete knjige" koje opisuju teološku doktrinu poput Biblije, Kur'ana, Veda... A u toj kategoriji su i preskriptivni religijski spisi poput Ponovljenog zakona kod hrišćana ili Hadisa u Islamu. Kao i apsolutna većina reklama, novinskih članaka, političkih govora, posebno toksične forme "ogovaranja" (tzv. "gossip"), itd. Posebno moramo skrenuti pažnju na činjenicu da je nastanak novih medija i komunikacijskih platformi ponudio vrlo moćna sredstva i značajno ojačao uticaje emocionalnih narativa. Direktno korišćenje slike, zvuka, tona i interaktivnih elemenata sadržaja je nekad bilo nezamislivo, a danas predstavlja svakodnevno korišćen i moćan alat komunikacije na raspolaganju svima.

Da bismo bolje razumjeli zašto emocionalni narativi imaju tako moćan efekat na nas, možemo se okrenuti teorijama iz evolutivne psihologije koje proučavaju razvoj naše psihe kroz evoluciju.

"Evolutivno porijeklo pripovijedanja" (1995) autora Džozefa Kerola (Joseph Carroll) govori o tome da pripovijedanje ima evolutivno porijeklo i da ljudi imaju urođenu i biološko-genetski oblikovanu sposobnost razumijevanja narativa. On sugerise da je ova sposobnost za razumijevanje narativa rezultat prirodne selekcije, jer su pojedinci koji su bili bolji u razumijevanju i kreiranju priča imali prednost u preživljavanju u društvenim situacijama.

Karol takođe razmatra ulogu pripovijedanja u ljudskoj kulturi, sugerisući da narativi služe različitim funkcijama, kao što su prenošenje kulturnih vrijednosti, pružanje zabave i olakšavanje društvenog povezivanja. On tvrdi da književna djela mogu biti shvaćena u smislu njihove evolutivne funkcije i da analiza književnosti treba da uzme u obzir načine na koje narativi odražavaju i oblikuju ljudska iskustva i ponašanja.

Ljudska sposobnost kreiranja i konzumiranja narativa, kao i oblikovanja sopstvenih emocionalnih stanja na bazi narativa (a kroz to i ponašanja), jedna je od suštinskih ljudskih sposobnosti koje čine da ljudi prevazilaze direktni lični benefit i kroz narative se identifikuju sa simbolima, socijalnim grupama, religijskim i ideološkim doktrinama i sličnim apstraktnim elementima i spremni su na krajnju žrtvu ili napor koji je omogućen kroz neurosensorno programiranje koje omogućavaju dobro ispričane priče. Ratni pohodi i spremnost na svakakvu vrstu ekstremne žrtve koju to iziskuje opisuje E.M. Remark u "Ništa novo na zapadnom frontu"

"Vidjeli smo ljude da nastavljaju da žive sa lobanjama iscepanim od metaka; vidjeli smo vojnike kako trče dalje kada im oba stopala budu oduzeta - sapeću se o svoje polomljene noge dok ne stignu do sledeće rupe od granate... Vidjeli smo vojnike bez usta, bez donje vilice, bez lica; našli smo nekog ko je držao glavnu arteriju u svojoj ruci između zuba da ne bi iskrvario do smrti."

J. N. Harari (Y.N. Harari) u svojoj knjizi "Sapiens: A Brief History of Humankind" (2014) naglašava da je jezik igrao ključnu ulogu u formiranju ljudskih društava. On je omogućio zatim stvaranje zajedničkih priča i mitova koji su povezivali ljude unutar grupe, ojačavajući njihov osjećaj pripadnosti. Religijske knjige, kao što su Biblija i Kur'an, kao i drevne mitologije, predstavljaju zbir takvih priča koje su kroz vjekove oblikovale moralne vrijednosti i norme društava. Može se reći da su emocionalni narativi i storytelling kroz cjelokupnu istoriju regulisali ljudsko ponašanje i da predstavljaju dublji psihološki mehanizam nego modernije tvorevine poput zakona i institucija.

Ovo nas navodi na zaključak da je ljudska psihologija prijemčiva za pričanje priča i da su emocionalni narativi bili ključni alat za održavanje stabilnih odnosa unutar grupe. Priče su nam omogućavale da dijelimo emocije, vrijednosti i vjerovanja sa drugima, što je učvršćivalo zajedništvo i omogućavalo kolektivno djelovanje.

U političkoj komunikaciji, emocionalni narativi se koriste na različite načine. Jedan od načina je da se stvori emocionalna veza sa ciljnom publikom. Kandidati često koriste lične priče da bi se povezali sa biračima i pokazali da razumiju njihove probleme. Drugi način korišćenja emocionalnog narativa je da se stvori slika o nekom političkom pitanju. Kandidati često koriste priče da bi objasnili svoje stavove i pozicije o određenim pitanjima, što može pomoći da se stvori slika (ispravna ili lažna) o tome kako bi određena politika uticala na ljude i društvo u cjelini.

Posebno važna forma političke persuazije kroz emocionalne narative su istorijske priče o "stradanjima" i "junačkim podvizima" neke identitetske jedinice (naroda, plemena, nacije, porodice, vjerske grupe, ideološke grupe i sl.). Primjeri takvih narativa su istorijske priče poput "kosovskog boja" ili "istrage poturica". Iako istorijska nauka negira postojanje događaja ili ga opisuje na sasvim drugačiji način to ne umanjuje veoma veliki persuazivni potencijal te priče. S druge strane je u igri i uporno negiranje ili omalovažavanje nekih emocionalnih narativa u želji da se ugasi emocionalni naboj u sopstvenoj političkoj ciljnoj grupi (na primjer negiranje holokausta, negiranje genocida u Srebrenici i sl.). Ove istorijske priče su primjer trajnog i višegeneracijskog komunikacijskog upliva kroz kulturno oblikovanje emocija i doprinos osjećaju identiteta i stvaranju - prekrajanju identitetskih jedinica kao subjektivnih kategorija od velikog značaja za ljudsko ponašanje.

To je ujedno i primjer korišćenja emocionalnih narativa u identitetskoj politici - posebno izraženom obliku političke borbe u balkanskom regionu.

Ukratko, emocionalni narativi igraju ključnu ulogu i u političkoj komunikaciji, jer mogu pomoći da se stvori emocio-

nalna veza sa ciljnom publikom i utiču na političke stavove i ponašanja. Kandidati koji uspijevaju da stvore emotivnu vezu sa biračima i da komuniciraju svoje stavove kroz priče imaju veće šanse za uspjeh u političkoj areni.

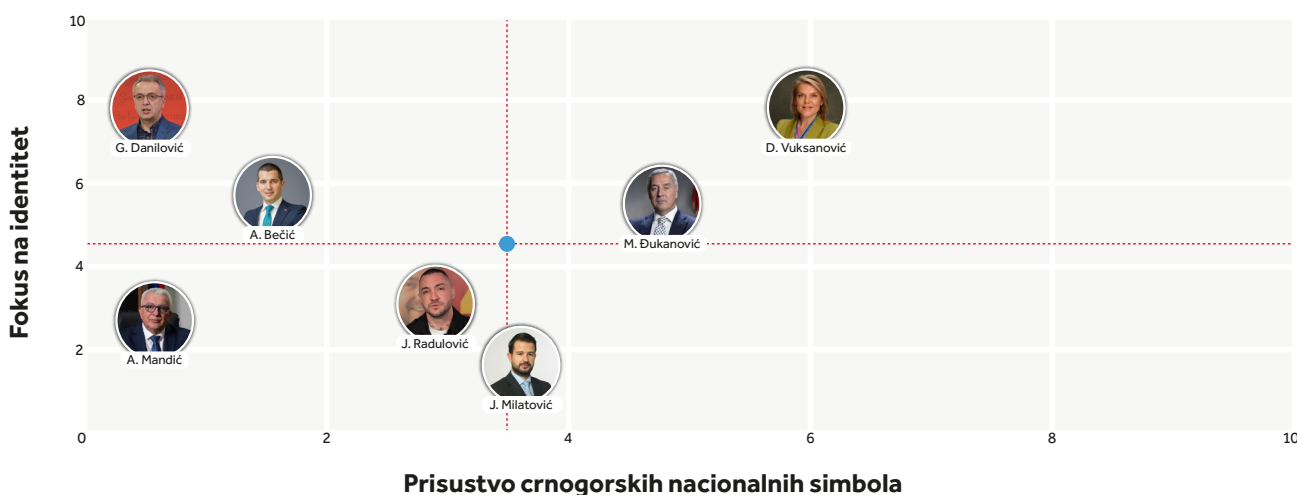
U današnjem digitalnom dobu, manipulacija emocionalnim narativima u medijima dobija novu dimenziju. Tehnološki napredak omogućio je brzo i masovno širenje ovih narativa preko interneta, društvenih mreža i digitalnih platformi. Politički akteri, korporacije i interesne grupe često koriste emocionalne narative kako bi uticali na javnost i oblikovali javno mnjenje u svoju korist.

EMOCIONALNE MANIPULACIJE

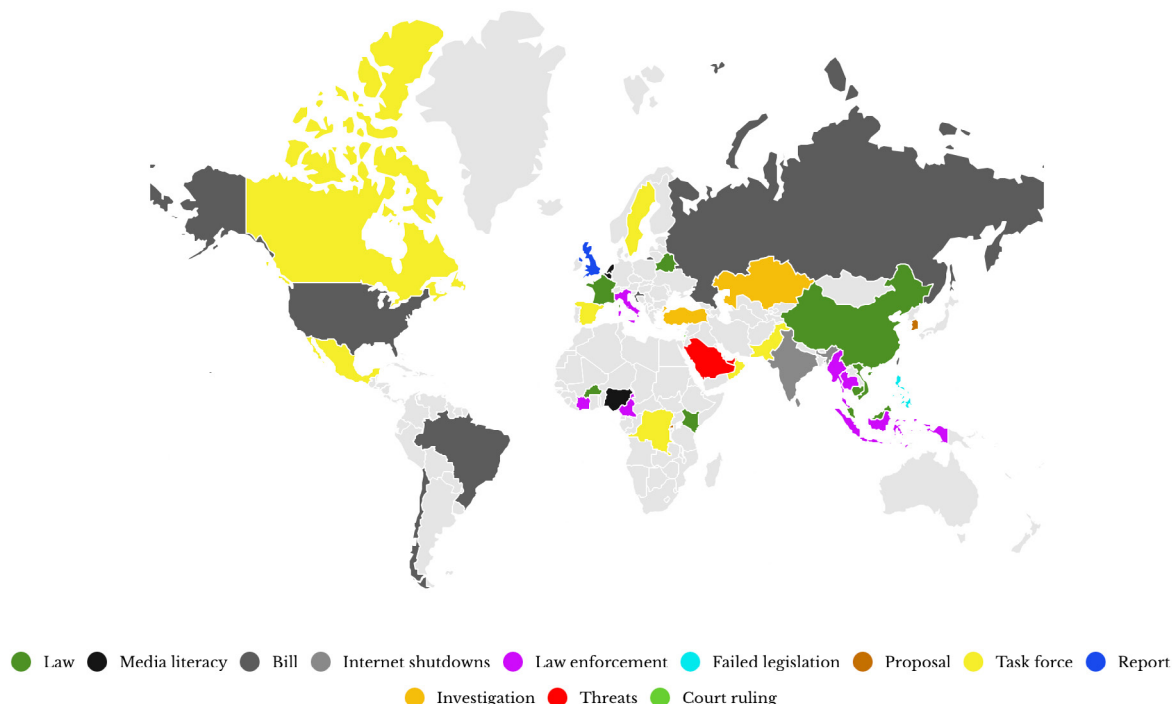
U Crnoj Gori, kao i u drugim državama, prisutnost emocionalnih narativa postaje sve uočljivija u politici, medijima i društvu uopšte. Identitetska pitanja, političke podjele i društvene tenzije često su plodno tlo za manipulativne narative koji podstiču emocije i jačaju polarizaciju.

Iako se može činiti da je priča o identitetu potisnuta u pozadinu u crnogorskom medijskom prostoru, istina je da se isti emocionalni narativi i dalje koriste od strane svih, ali se sada koriste suptilnije. Umjesto otvorenog obraćanja nacionalnim i vjerskim identitetima, kandidati koriste implicitne poruke i simbole kako bi dodirnuli emocionalne žice kod publike. Upotreba simbola i terminologije koja asocira na određene etničke grupe može aktivirati dublje emocije i povezivanja sa političkim liderima. U tom slučaju govorimo o tzv. "subliminalnoj komunikaciji" kao posebnom obliku persuazivne poruke.

I nacionalni simboli (kao i vjerski) predstavljaju moćan alat identitetske komunikacije i mogu biti korišteni ili strateški izbjegavani kako bi se određeni emocionalni sadržaji efikasno plasirali ciljnim grupama. U donjoj šemi je npr. način na koji su kandidati koristili ili izbjegavali crnogorske nacionalne simbole tokom predsjedničke kampanje 2023, kao i eksplicitni verbalni fokus na identitetska pitanja u oficijelnim propagandnim video materijalima.



Države u kojima vladine institucije preduzimaju korake i sprovode politike iz oblasti upravljanje informacijama na internetu



Izvor: Daniel Finke

Preuzeto sa: <https://www.poynter.org/ifcn/anti-misinformation-actions/#denmark>

Često se koriste emotivno obojene priče kako bi se ostavio utisak o karakteristikama ličnosti samog kandidata, tj. indukovala tzv. teorija svijesti (pretposavka o mislima, namjera, karakteristikama ličnosti i sl.) koja je u skladu sa marketinškim ciljevima. Pripovijedanje Donalda Trumpa kao "nevoljnog junaka" koji spašava Ameriku može se posmatrati kao moćan oblik emocionalne manipulacije. Trump je naime pažljivo stvarao priču o uspješnom i upornom biznismenu, a ne političaru. Njom se prikazao kao autsajder, kao neko kome politika uopšte nije potrebna i nije nikad ni želio da se njome bavi, kao buntovnik koji se suprotstavio političkom establišmentu kako bi spasio zemlju od njenog navodnog propadanja. Time je uticao na emocije svojih pristalica, i iskoristio njihovo nezadovoljstvo i razočaranje tradicionalnom politikom.

Pripovijedanje Donalda Trumpa često se oslanjalo i na narativ vezan za izazivanje straha i anksioznosti među njegovom biračkom bazom. Prikazujući SAD u mračnom svijetlu, opisujući je kao naciju na ivici propasti, ugroženu spoljašnjim silama i narušenu iznutra od strane korumpiranih elita, kreira se osjećaj ranjivosti i nesigurnosti i prisiljavaju pristalice da se okupe oko sa-

mog lidera, kao jedinog rješenja za njihove percepirane probleme¹.

Takođe, Trump je koristio emotivno izražajan jezik i retoriku kako bi ojačao osjećaj pripadnosti među svojim biračima. Upotrebljavao je izraze koji se odnose na podjele i demarkacije, kako bi stvorio mentalitet "mi protiv njih", pozicionirajući sebe kao zaštitnika "pravih Amerikanaca" protiv različitih percipiranih neprijatelja, uključujući imigrante, medije i političke protivnike. Ova strategija emocionalnog pripovijedanja ne samo da je polarizovala naciju, već je takođe izgradila duboku emotivnu vezu između Trumpa i njegovih pristalica, a svoju snagu crpi iz veoma starih instinktivnih mehanizama identifikacije sa čoporom u opasnosti.

U krajnjem dakle:

- pripovijedanje D. Trumpa kao "junaka koji spasava Ameriku" može se posmatrati kao moćan oblik emocionalne manipulacije;

- Iskorištavanjem straha, anksioznosti i podjela, on je efikasno koristio emocionalne narative da stvori snažno i posvećeno biračko tijelo;

¹ Mesijanska očekivanja se odnose na nesvjesnu fantaziju ili nadu grupe da će neka mesijanska figura (pojedinaac ili grupa/partija), izaći na scenu i rešiti njihove probleme i odvesti ih u bolju budućnost. Ova figura se tada smatra gotovo nadljudskom i može se očekivati da ima odgovore na sve probleme grupe. Prema Wilfredu Bionu, ovakva očekivanja mogu poslužiti kao način kroz koji se grupe nose sa situacijama koje izazivaju anksioznost. Kada grupa suoči se sa teškim izazovom ili se oseća nesigurno u vezi sa budućnošću, ona može nesvjesno aktivirati ideju o mesijanskoj figuri kako bi se osećala optimističnije i nadajući se boljoj budućnosti. Ovo može stvoriti osećaj jedinstva i svrhe unutar grupe, dok se članovi okupljaju oko zajedničke vizije bolje budućnosti. Naravno radi se o nerealnom očekivanju i izvoru manipulacije.

● Emocionalna vezanost koju je izgradio sa svojim pristicama igrala je značajnu ulogu u oblikovanju političke scene i ističe važnu ulogu pripovijedanja u oblikovanju javnog mišljenja i ponašanja.

Još jedan primjer je korišćenje "gossipa" i spekulacija u političkoj kampanji. Politički akteri često plasiraju neproverene informacije i lažne tvrdnje o svojim protivnicima kako bi izazvali negativne reakcije i sumnje među glasačima. Kroz širenje dezinformacija i rušenje ličnog autoriteta protivnika, oni pokušavaju manipulirati emocijama i uticati na percepciju javnosti o konkurentu.

U cjelini, spekulacije, rušenje ličnog autoriteta, gossipa i buđenje negativnih emocija prema protivniku su manipulativne poruke plasirane putem storytellinga kojima politički lideri pribjegavaju kako bi promovisali sebe, skrenuli pažnju javnosti i stvorili emotivnu vezu sa glasačima, a udaljili ih od političkih suparnika. Ovi pristupi mogu imati ozbiljne posljedice po demokratsko društvo, smanjujući mogućnost racionalne političke debate i donošenja informisanih odluka. Građani trebaju biti svjesni ovakvih taktika i angažovati se u kritičkom razmišljanju kako bi se očuvao integritet političkog procesa i demokratskih vrijednosti.

RIZICI EMOCIONALNIH NARATIVA

Rizici od emocionalnih narativa po demokratsko društvo su brojni i duboko utemeljeni u manipulativnoj prirodi ovih narativa. Emocionalni narativi mogu značajno uticati na percepciju javnosti i oblikovati političke stavove i odluke na načine koji nisu uvijek u skladu s činjenicama ili racionalnim razmišljanjem. Neki od ključnih rizika koje emocionalni narativi mogu predstavljati po demokratsko društvo su:

MANIPULACIJA I POLARIZACIJA: Emocionalni narativi mogu biti oruđe za manipulaciju javnim mnjenjem i podsticanje polarizacije unutar društva. Lideri političkih partija i drugi akteri mogu koristiti emotivno obojene priče i retoriku kako bi podjelili javnost na "nas" i "njih", povećavajući podjele i smanjujući prostor za konstruktivni dijalog.

SMANJENJE KRITIČKOG RAZMIŠLJANJA: Emocionalni narativi mogu potisnuti kritičko razmišljanje među građanima. Kada su emocije snažno angažovane, ljudi mogu biti manje sposobni da racionalno procjenjuju informacije i činjenice, što otvara vrata za širenje dezinformacija i lažnih vijesti.

OGRANIČENJE SLOBODE IZRAŽAVANJA: Kada se emotivni narativi koriste da se obilježe određene grupe ili mišljenja kao neprijateljski nastrojeni, to može dovesti do smanjenja slobode izražavanja za one koji se ne

Primjeri akcija različitih zemalja u suočavanju s dezinformacijama i kampanjama stranih dezinformacija ističu različite pristupe i strategije koje se koriste za suzbijanje širenja lažnih informacija. U Ujedinjenom Kraljevstvu fokus je bio na odbijanju termina "lažne vijesti" i primjeni postojećih medijskih propisa na online vijesti, uz istovremeno formiranje radne grupe za istraživanje širenja dezinformacija. S druge strane, Australija je formirala vladinu radnu grupu za identifikaciju cyber napada i stranih kampanja uticaja usmjerenih na izbore, zajedno s pokretanjem medijske pismenosti kako bi se glasači podstakli na kritičko vrednovanje izvora informacija. Bjelorusija je donijela izmjene medijskih zakona kojima se kažnjavaju oni koji šire lažne informacije online, što izaziva zabrinutost zbog selektivnog gonjenja novinara. Bilo koji previše centralizovani ili restriktivni pristup rješavanju ovoga problema rizikuje da se pretvori u sopstvenu suprotnost i bude alat za antidemokratske prakse.

Hrvatska radi na zakonu za suzbijanje govora mržnje i dezinformacija na društvenim mrežama. U međuvremenu, Sjedinjene Američke Države su problemu pristupile kroz predlog za donošenje saveznih zakona, ali i kroz svjedočenja i iskaze predstavnika moćnih internet platformi poput Fejsbukovog osnivača Zuckerberga, ili kroz inicijative pojedinih saveznih država koje se odnose na poboljšanje medijske pismenosti, kao i kroz neke sudske procese oko političkog oglašavanja, dezinformacija plasiranih od strane stranih država, opštih dezinformacija, i tzv. deepfake videozapisa.

slažu sa vladajućim narativima. Ovo može rezultirati autocenzurom i gušenjem pluralizma mišljenja.

Podrivanje povjerenja u institucije: Kada emocionalni narativi koriste za podrivanje povjerenja u medije, institucije i demokratske procese, to može ozbiljno narušiti stabilnost i funkcionalnost demokratskog društva. Ako građani više ne vjeruju u integritet i objektivnost institucija, to može dovesti do ozbiljnih posljedica po vladavinu prava i pravičnost izbornog procesa.

Smanjenje angažovanosti građana: Emocionalni narativi mogu usmjeriti pažnju građana na nebitne ili senzacionalističke teme umesto na realne i važne probleme koji zahtijevaju rješenje. Ovo može dovesti do smanjenog angažovanja građana u političkom procesu i smanjenja njihove volje za aktivnim učestvovanjem u demokratskom životu.

Preporuke

Kako bi se prevazišli rizici emocionalnih narativa po demokratsko društvo, ključno je promovirati medijsku pismenost i kritičko razmišljanje među građanima. Građani treba da budu informisani i obrazovani o tehnikama manipulacije i vični prepoznavanju emotivnih narativa kako bi bolje razumjeli njihovu moć i uticaj. Takođe, važno je podržavati medijske slobode, transparentnost i integritet institucija kako bi se očuvala osnova demokratskog društva i izgradila otpornost na manipulaciju i dezinformacije.

Ključne preporuke za suzbijanje manipulacije emocionalnim narativima u medijima u Crnoj Gori su od vitalnog značaja za jačanje demokratije, medijske slobode i osnaživanje građana. Ove preporuke treba da kombinuju edukaciju, medijske reforme i međunarodnu saradnju kako bi se efikasno suprotstavili rizicima koje ovi manipulativni narativi predstavljaju po društvo.

EDUKACIJA GRAĐANA

Edukacija građana predstavlja ključnu tačku u borbi protiv manipulacije emocionalnim narativima. Obrazovni programi i kampanje trebaju biti osmišljeni kako bi podigli svijest građana o manipulativnim tehnikama koje se koriste u medijima i kako bi ih osposobili da prepoznaju i kritički razmišljaju o informacijama koje im se prezentuju. Građani treba da budu osviješćeni o efektima emocija na donošenje odluka i kako emocije mogu uticati na njihovu percepciju stvarnosti. Kroz obrazovne programe, građani bi trebalo da u što većoj mjeri nauče kako provjeriti izvore informacija i kako prepoznati lažne vijesti i dezinformacije. Uključivanje edukacije o medijskoj pismenosti u školski sistem i organizovanje kampanja koje promovišu kritičko razmišljanje mogu doprinijeti jačanju otpornosti građana na emocionalne manipulacije.

Primjer: Organizacija obrazovnih radionica upućenih stručnoj i ekspertskoj javnosti koje se bave temom medijske pismenosti i prepoznavanja manipulativnih narativa. Ove radionice mogu uključivati stvarne primjere emocionalnih narativa koji su korišćeni u medijima kako bi se građani naučili kako ih prepoznati i analizirati. U Crnoj Gori, za sprovođenje programa obrazovnih radionica o medijskoj pismenosti i prepoznavanju manipulativnih narativa, odgovorna bi mogla biti Ministarstva prosvjete, nauke, ali i kulture i sporta. Ova ministarstva bi mogla da koordiniraju implementaciju programa kroz fakultativne radionice u obrazovnim institucijama. Takođe, Ministarstvo prosvjete može uspostaviti saradnju sa stručnjacima iz oblasti medijske pismenosti i psihologije medija kako bi osiguralo kvalitetan sadržaj i predavači za radionice. Dodatno, saradnja sa drugim relevantnim institucijama poput nevladinih organizacija koje se bave medijskom pismenošću, psihološkim udruženjima i medijskim stručnjacima može doprinijeti uspješnoj implementaciji programa.

KORACI U IMPLEMENTACIJI:

- 1. Analiza ciljne grupe:** Prvi korak je detaljna analiza stručne i ekspertske javnosti kojoj će biti namijenjene radionice. Identifikovati njihove specifične potrebe, interesovanja i nivo znanja kako biste prilagodili sadržaj i metodologiju radionica.
- 2. Izrada obrazovnog materijala:** Razvijanje obrazovnog materijala koji će pokrivati ključne teme medijske pismenosti i prepoznavanja emocionalnih narativa. Materijal treba biti temeljan, ali i pristupačan kako bi se učesnici mogli adekvatno upoznati sa ovom problematikom.
- 3. Realni primjeri i studije slučaja:** Uključivanje stvarnih primjera emocionalnih narativa koji su korišćeni u medijima, kako bi učesnici mogli praktično primeniti naučene vještine u analizi i prepoznavanju manipulativnih priča.
- 4. Odabir kvalifikovanih predavača:** Angažovanje stručnjaka sa iskustvom u psihologiji medija i medijskoj pismenosti kao predavače na radionicama. Njihovo znanje i vještine će biti ključni za uspješnu implementaciju ovog programa.
- 5. Interaktivne metode učenja:** Kreiranje interaktivne i participativne metode učenja kako biste podstakli aktivno učešće učesnika i omogućili im da razviju kritičko razmišljanje u vezi sa medijskim sadržajima.
- 6. Evaluacija i praćenje napretka:** Redovno procjenjivanje efikasnosti radionica putem anketa i povratnih informacija učesnika. Ove informacije će vam pomoći da unaprijedite program i prilagodite ga potrebama publike.
- 7. Partnerstva i saradnja:** Uspostavljanje partnerstava sa relevantnim organizacijama i institucijama koje se bave medijskom pismenošću i psihologijom medija kako biste dobili podršku i veću vidljivost ovog programa.

8. Održivost programa: Razvijanje dugoročnog plana za održivost ovog obrazovnog programa. Mogućnosti- ma za redovno organizovanje radionica, kontinuiranu edukaciju i proširenje sadržaja kako biste dugoročno uticali na povećanje medijske pismenosti u stručnoj i ekspertskoj javnosti.

Ukratko, organizacija obrazovnih radionica o medijskoj pismenosti i prepoznavanju manipulativnih narativa u školama pruža značajnu priliku da se učenici osnaže i opreme znanjem kako bi postali odgovorni i kritički misleći građani. Angažovanje stručnjaka i kontinuirana podrška Vlade i nevladinih organizacija ključni su faktori za uspješnu implementaciju i održivost ovog plana.

IMPLEMENTACIJA TEHNOLOGIJE

Tehnološki napredak i razvoj sistema za prepoznavanje emocionalnih narativa igraju ključnu ulogu u suzbijanju manipulacije medijima. Uvođenjem naprednih algoritama analize teksta i semantičke obrade, ovi sistemi mogu identifikovati jezik, ton, i emotivne nijanse sadržaja kako bi ocijenili da li se radi o emocionalnom narativu. Analiza konteksta, korišćenih riječi i fraza omogućava ovim tehnološkim rješenjima da prepoznaju ne samo eksplicitne emocije, već i suptilne oblike emocionalne manipulacije. Sveprisutnost društvenih mreža i online platformi dodatno je olakšala implementaciju ovih tehnologija, jer omogućava brzu i efikasnu analizu velikih količina sadržaja. Tehnološki alati za prepoznavanje emocionalnih narativa mogu biti od suštinskog značaja za medijske agencije, novinare i korisnike društvenih medija kako bi se bolje razumjelo širenje manipulativnih narativa i identifikovali potencijalno problematični sadržaji. Uprkos izazovima kao što su složenost jezika, konteksta i promjena u emocionalnom tonalitetu, kontinuirani razvoj ovih tehnoloških rješenja pruža nadu da će se u budućnosti moći efikasno suprotstaviti emocionalnoj manipulaciji u medijima.

Neki od postojećih modela koji omogućavaju ovo su:

1. **FACTMATA:** Ovo je tehnološka platforma koja koristi vještačku inteligenciju i duboko učenje kako bi identifikovala dezinformacije i emocionalne narative u medijskim sadržajima.

2. **FULL FACT:** Ovo je britanska organizacija koja se bavi provjerom činjenica i dezinformacija. Koriste kombinaciju ljudskih provjera i automatizovanih sistema za analizu i identifikaciju lažnih informacija.

3. **SNOPES:** Snopes je poznata online platforma koja se bavi provjerom činjenica i demantovanjem raznih urbanih legendi, glasina i dezinformacija.

U Crnoj Gori, osoba sa relevantnim iskustvom u oblasti psihologije medija, medijske pismenosti i komunikacije, poput stručnjaka iz Resora:

- kulture,
- informisanja i digitalnog društva,
- prosvjete,
- sporta,
- nauke i tehnologije,

mogla bi biti odgovarajući kandidat za koordinatorka ovog projekta. Pored toga, saradnja sa NVO sektorom, poput organizacija ICT Cortex i MAIA (Montenegrin Artificial Intelligence Association). Angažovanje privatnih IT kompanija bilo bi od ključnog značaja za pokretanje ovih aktivnosti.

Primjer. Sistemi automatskog prepoznavanja emocionalnih narativa i signalizacije takvih sadržaja u klasičnim i novim (društvenim) medijima.

KORACI U IMPLEMENTACIJI:

1. Istraživanje i razvoj tehnologije:

Prvi korak u implementaciji ovog sistema bio bi sprovođenje temeljnog istraživanja i razvoja tehnologije za automatsko prepoznavanje emocionalnih narativa u medijskim sadržajima. Ovo uključuje razvoj softverskih algoritama koji mogu analizirati jezik, ton, i kontekst informacija kako bi identifikovali sadržaje koji koriste emocionalne manipulativne tehnike.

2. Partnerstvo sa kompanijama:

Crnogorske vlasti bi trebalo da uspostave partnerstvo sa relevantnim kompanijama koje imaju ekspertizu u oblasti analize i prepoznavanja emocionalnih narativa. Ova partnerstva mogu uključivati zajedničke projekte za razvoj i implementaciju tehnologije, kao i pristup postojećim alatima i platformama koje se već koriste za slične svrhe.

3. Implementacija u klasičnim medijima:

Nakon razvoja tehnologije, sistem automatskog prepoznavanja emocionalnih narativa trebalo bi ga implementirati u klasičnim medijima kao što su televizija, radio i štampani mediji. Ovo će omogućiti medijskim profesionalcima da lakše prepoznaju i eliminišu manipulativne narative prije nego što dođu do publike. Takođe, sistem bi mogao biti korišten kao alat za evaluaciju medijskih sadržaja i identifikaciju potencijalnih rizika od manipulacije emocijama.

4. Praćenje društvenih mreža:

S obzirom na sve veći uticaj društvenih mreža u širenju informacija, sistem automatskog praćenja emocionalnih narativa na državnom nivou treba integrisati i u ove platforme. To će omogućiti brže otkrivanje i uklanjanje sadržaja koji koriste emocionalnu manipulaciju kako bi se smanjio njihov uticaj na korisnike društvenih mreža. Ovu aktivnost moguće je ostvariti pružanjem jače po-

držke i osnaživanjem postojećih platformi poput "raskrinkavanje.me", kao i pokretanjem novih platformi.

5. Edukacija novinara i medijskih profesionalaca:

Uz implementaciju tehnologije, neophodno je pružiti obuku novinarima i medijskim profesionalcima o korištenju sistema automatskog prepoznavanja emocionalnih narativa. Oni bi trebali biti obučeni kako da prepoznaju rezultate sistema, kako da analiziraju manipulativne tehnike i kako da unaprijede svoj izvještaj i pristup kako bi izbjegli neželjene efekte emocionalne manipulacije.

6. Transparentnost i odgovornost:

Važno je osigurati transparentnost i odgovornost u korištenju sistema automatskog prepoznavanja emocionalnih narativa. Ovo uključuje redovno izvještavanje javnosti o rezultatima sistema i njegovom uticaju na medijski pejzaž. Takođe, neophodno je postaviti jasne smjernice i etičke standarde za korištenje ovog sistema kako bi se osiguralo da se ne zloupotrebjava u svrhe političke manipulacije ili cenzure.

7. Praćenje i evaluacija:

Nakon implementacije sistema, potrebno je kontinuirano pratiti i evaluirati njegovu efikasnost i uticaj na medijski pejzaž u Crnoj Gori. Ovo će omogućiti identifikaciju potencijalnih slabosti sistema i njegovo dalje unapređenje kako bi se bolje suočio s novim izazovima i taktikama manipulacije emocijama.

Implementacija sistema automatskog prepoznavanja emocionalnih narativa u klasičnim i društvenim medijima treba biti podržana edukacijom medijskih profesionalaca i transparentnošću u korištenju kako bi se osigurao integritet i odgovornost u medijskom prostoru Crne Gore.

PODSTICANJE NEZAVISNIH FACT-CHECKING ORGANIZACIJA I DECENTRALIZOVANIH MEDIJSKIH PLAFORMI

Kroz podršku nezavisnim organizacijama i platformama za provjeru činjenica, poput Raskrinkavanje.me, i decentralizovanim medijskim formama poput podkasta, vlada Crne Gore može značajno doprinijeti jačanju medijske pismenosti građana i smanjenju širenja dezinformacija, stvarajući okruženje u kojem informacije temeljene na činjenicama prevazilaze manipulativne narative.

KORACI U IMPLEMENTACIJI:

1. Identifikacija relevantnih organizacija: identifikovati nezavisne organizacije koje se bave provjerom činjenica

i imaju dokazanu reputaciju pouzdanosti i integriteta. Ovo bi mogli biti postojeći fact-checking portali ili organizacije sa iskustvom u medijskoj analizi.

2. Definisane kriterijuma za finansijsku podršku: Razvijanje jasnih kriterijuma za dodelu finansijske podrške tim organizacijama. Kriterijumi bi mogli uključivati transparentnost rada, metodologije provjere činjenica i dosadašnje uspjehe u razotkrivanju dezinformacija.

3. Definisane obaveza i očekivanja: jasno definisanje očekivanja koja nadležne institucije imaju od podržanih organizacija. To uključuje redovno izvještavanje o provjerenim informacijama, transparentnost u radu i odgovornost prema javnosti.

4. Alokacija finansijskih sredstava: Proračunavanje sredstava koja će biti alocirana za podršku ovim organizacijama. Sredstva mogu biti osigurana iz državnog budžeta ili kroz donacije od međunarodnih partnera.

5. Promocija kroz kampanje: Razvoj kampanja koje će promovisati rad ovih organizacija i ukazivati na značaj provjere činjenica. Kampanje se mogu sprovesti kroz različite medije, uključujući TV, radio, društvene mreže i štampane materijale.

6. Saradnja sa medijima: Uspostavljanje saradnje sa medijskim kućama kako bi podržane organizacije mogle efikasno širiti svoje provjerene informacije. Ovo bi takođe moglo uključivati redovno gostovanje predstavnika organizacija u medijskim emisijama.

7. Monitoring i evaluacija: Redovno praćenje rada podržanih organizacija i evaluacija njihovog uticaja na suzbijanje dezinformacija. Ova evaluacija će omogućiti prilagodbe i poboljšanja u radu organizacija.

8. Transparentnost i odgovornost: osigurati transparentnost u vezi sa sredstvima koja su dodeljena organizacijama i redovno izvještavanje javnosti o rezultatima podržanih projekata.

Dakle razmatranje problema emocionalnih narativa i manipulacije u medijima predstavlja ključni korak ka izgradnji informacionog okruženja koje je osnovano na transparentnosti, odgovornosti i medijskoj pismenosti. Kroz pravilno osmišljene strategije edukacije, tehnoloških rješenja i podrške nezavisnim inicijativama, Crna Gora može stvoriti otpornu i informisano društvo koje može prepoznati, analizirati i oduprijeti se manipulativnim sadržajima. Usvajanje sveobuhvatnog pristupa koji uključuje saradnju sa međunarodnim organizacijama, partnerstvo sa stručnjacima i primjenu svih relevantnih alata doprinijet će izgradnji medijskog okruženja koje promovise demokratske vrijednosti, odgovorno novinarstvo i kritičko razmišljanje građana.

REFERENCE

Dunbar, R. I. M. (1996). *Grooming, Gossip and the Evolution of Language*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Harari, Y. N.. (2014). *Sapiens: A Brief History of Humankind*. New York: HarperCollins.

Nabi, R. (2015) Emotional Flow in Persuasive Health Messages *Health Communication* 30(2):114-24

Szabo, G. (2020). Emotional Communication and Participation in Politics. *Intersections*. 6. 5-21. 10.17356/ieejsp.v6i2.739.

O AUTORU

Radoje Cerović je klinički psiholog, poslovni konsultant, stručnjak za psihologiju komunikacije. Diplomirao je i magistrirao na La Sapienza univerzitetu u Rimu na Odsjeku za Kliničku psihologiju. Ima dugogodišnje iskustvo u domenu konsaltinga i poslovnog treninga. Cerović je izvršni direktor Communication Strategies & Consulting (CS&C), kompanije za poslovni konsalting iz oblasti komunikacije i ljudskih resursa. Koautor je knjige "La nuova cultura aziendale" (Nova poslovna kultura) izdate u Milanu.



DFC POLICY BRIEF

DFC Policy Brief-ovi analiziraju različite aspekte medijskog okruženja, borbu protiv dezinformacija, stranog malignog uticaja i drugih aktivnosti manipulacije informacijama, nudeći konkretne preporuke. Briefovi će biti kreirani u saradnji sa različitim stručnjacima iz zemlje i šireg regiona koji će pružiti dodatni uvid i perspektivu problematike, što će doprinijeti stvaranju i učvršćivanju mreže saradnika koja će održavati i širiti svijest o problemu. Novi broj će izlaziti na svaka 2 mjeseca u saradnji sa novim autorom. Drugo izdanje ove publikacije analizira bezbjednosne propuste korisnika prilikom kori-

šćenja interneta i društvenih mreža. Posebna pažnja je usmjerena na zamke kojima su izloženi građani u sajber prostoru, te opasnosti po njihove lične podatke. Brief teži da edukuje o efikasnim mjerama zaštite i upućuje na neophodnost snažnije informatičke osvještivosti crnogorskog društva u cjelini u sferi moderne digitalne tehnologije.

DFC Policy Brief izdaje Atlantski savez Crne Gore/Digitalni forenzički centar. Izneseni nalazi, stavovi i zaključci su stav autora i ne odražavaju nužno stav ASCG/DFC.