

MANIPULACIJE LJUDIMA / MEDIJI: ORUŽJE MASOVNOG UVJERAVANJA

DUBOKA ANALIZA: "Spin Doktori i Percepcija: Tajna Moć Medija"

13. prosinca 2025.



Sviđa mi se [Podijeli](#) [Registrij se](#) kako biste vidjeli što se sviđa vašim prijateljima.

Kako funkcioniraju mas mediji i kako nastaju vijesti koje oblikuju mišljenja milijardi, a samim time i svijet

Mediji kao arhitekt stvarnosti

Mediji djeluju kao **centralni živčani sustav društva**. Ljudi ne percipiraju svijet direktno – nego kroz *filter informacija* koji je dizajniran, doziran i emocionalno strukturiran. Mediji definiraju što mislimo da je važno, kome vjerujemo, koga se bojimo, što smatramo „normalnim“, a što „opasnim“.

Oni određuju:

- koje slike stvarnosti smijemo vidjeti
- kako ih tumačimo
- koje emocije treba potaknuti
- koja rješenja prihvatiti

Mediji su tako postali **temeljni alat sustava konsenzusa** – bez njih nijedna velika društvena promjena ne bi bila moguća (niti digitalni ID, niti pandemijske mjere, niti ratni narativi, niti tehnokratske reforme).

Ovaj članak objašnjava *kako taj mehanizam radi ispod površine*.

Povijest medija i zašto su postali ključni alat moći

Povijest medija je povijest kontrole:

- **Tiskarski stroj**: moćnici su prvi otkupili i monopolizirali tisak jer je omogućavao masovnu indoktrinaciju.
- **Novine industrijskog doba**: vlasnici industrija otvaraju novine kako bi oblikovali radničke stavove.
- **Državna propaganda u ratovima**: formiraju se prvi propagandni odjeli, a laži postaju državna politika.
- **TV era**: najmoćniji alat za kreiranje „kolektivnog sna“ – jedinstveni narativ za cijelu naciju.
- **Internet (prva faza)**: kratko razdoblje decentralizacije.
- **Internet (druga faza)**: potpuna kontrola algoritmima, cenzurom i centralizacijom platformi.

Zaključak: tehnologija medija se mijenjala, ali cilj ostaje isti – **upravljanje percepcijom masa**.

Vlasnici medija: tko stoji iza sustava

Danes mediji nisu odvojene poslovne jedinice – oni su dio šire mreže:

- investicijskih fondova (BlackRock, Vanguard, State Street)
- globalnih korporacija
- farmaceutskih i tehnoloških giganata
- obavještajnih struktura
- političkih elita
- think-tankova i fondacija

Ove grupe imaju djelomično preklapajuće uprave, dioničke odnose i strateške ciljeve. Mediji stoga postaju **instrument strateške komunikacije**, a ne biznis.

Urednici, novinari i hijerarhija moći

1. Urednici kao arhitekti dopuštenog narativa

Urednici su instruktivni sloj sistema. Oni znaju:

- koje teme su „opasne“ za objavu
- što se smije spomenuti samo površno
- koje izjave trebaju dobiti najviše prostora
- čije interese treba čuvati

Njih ne treba direktno kontrolirati – oni *već razumiju pravila*. Sustav ih je oblikovao:

- karijerom
- nagradama
- socijalnim krugovima
- ideološkim okvirom

2. Novinari – tko su zapravo?

Današnji novinari nisu istraživači, nego operatori:

- rade pod pritiskom rokova
- preuzimaju gotove priče iz agencija
- nemaju vrijeme ni resurse za istraživanje
- boje se sukobljavanja s urednicima

Rezultat: vijesti su **nije pisane – nego sastavljene**.

Kako nastaje vijest u 21. stoljeću

1. Agencija (Reuters, AP, AFP) objavi vijest.
2. Urednik bira hoće li se to prikazati.
3. Novinar prepíše i stilizira.
4. Naslov se emocionalno optimizira (klik, strah, moralna panika).
5. Vijest se uklopi u širi narativ (klima, rat, sigurnost, digitalizacija).
6. Algoritmi filtriraju tko će to vidjeti.
7. Fact-checkeri osiguraju da se narativ ne odstupi.

Mediji tako proizvode *konsenzus*, ne informaciju.

I tako dolazimo do...

Spin doktora: arhitekti percepcije/ključni operativci

Spin doktori su strateški operativci za:

- oblikovanje političkih poruka
- upravljanje krizama
- formuliranje narativa
- psihološku manipulaciju publike

Njih obučavaju:

- obavještajne agencije
- strateški komunikacijski centri
- PR laboratoriji
- međunarodne institucije

Spin doktor stoji između vlade i medija – on je **interpreter politike**.

Spin doktori u tehno-distopijskom sustavu

U tehno-distopijskom poretku – gdje su digitalni ID, centralne valute, algoritamski nadzor i masovno prikupljanje podataka temelji društvene organizacije – spin doktori postaju **ključni operativci režima percepcije**. Ako su političari lice, korporacije mozak, a obavještajne službe ruke sustava, onda su spin doktori **jezik** – oni koji tumače stvarnost u korist sustava.

1. Spin doktor kao digitalni arhont

U tehnokratskom modelu vlasti spin doktor više nije samo PR stručnjak; on postaje čuvar narativa. Njegova uloga:

- upravljanje informacijama koje se smiju pojaviti u javnosti
- prilagođavanje jezika kako bi se izbjegla panika, ali potaknula poslušnost
- spajanje tehnologije s moralom ("tko se protivi digitalnom ID-u, prijetnja je društvu")
- emocionalno kodiranje populacije na željene obrasce ponašanja

On je posrednik između arhitekture moći i uma građana.

2. Suradnja s algoritmima, agencijama i obavještajnim strukturama

U tehno-distopijskom sustavu spin doktor nije sam. On djeluje kroz mrežu:

- **algoritamskih filtera** (što vidiš, a što ne)
- **fact-checking aparata** (program za ispravljanje percepcije)
- **medijskih kuća** (megafoni narativa)
- **obavještajnih ureda za stratešku komunikaciju** (operativni centri psihološkog ratovanja)
- **globalnih organizacija** (WHO, UN, EU centri za „borbu protiv dezinformacija“)

Spin doktor postaje dirigent – algoritmi su instrumenti.

3. Uloga u normalizaciji novih tehnologija kontrole

Svaka tehnokratska reforma zahtijeva emocionalnu pripremu populacije. Spin doktor dizajnira:

- strah koji otvara prostor za prihvaćanje
- pozitivni narativ koji uljepšava posljedice
- moralne etikete koje utišavaju kritičare
- „stručna mišljenja“ koja daju legitimitet unaprijed donesenim odlukama

Primjer logike:

1. **Stvori problem:** kriminal, hakeri, pandemije, migracije.
2. **Ponovi prijetnju:** narativ mora biti konstantan.
3. **Ponudi rješenje:** digitalni ID, nadzor, biometrija, automatizacija.

4. Psihološke tehnike koje spin doktori koriste

- **Framing:** definira se okvir kroz koji se smije misliti.
- **Priming:** emocija se aktivira prije nego se javnosti predstavi rješenje.
- **Narativno sidrenje:** istu tehnologiju povežeš s pozitivnom vrijednošću (sigurnost, zdravlje, moderno društvo).
- **Diskreditacija otpora:** protivnici postaju „radikalni“, „opasni“, „dezinformatori“.
- **Sintetički konsenzus:** stvara se percepcija da se većina slaže.

5. Zašto su nezamjenjivi u distopijskom sustavu

Tehnokracija ne može funkcionirati samo silom. Ona treba **pristanak** – ili barem percepciju pristanka.

Zato spin doktori postaju:

- arhitekti priča
- menadžeri emocija
- kreatori uvjerenja
- čuvari sustava

Bez njih ne bi bilo moguće uvesti digitalno ropstvo uz osmijeh javnosti.

U tehno-distopijskom sustavu, istina nije ono što se dogodilo – nego ono što je spin doktor uspio uvjeriti ljude da se dogodilo.

Kako prepoznati spin doktora u praksi

On nikad ne govori spontano – sve je skriptirano

Spin doktor koristi fraze koje zvuče kao spontana komunikacija, ali su zapravo memorirane konstrukcije:

- „Struka kaže...”
- „Svi relevantni podaci pokazuju...”
- „Moramo zaštititi najranjivije...”
- „Dezinformacije ugrožavaju demokraciju...”

Njegov govor nije razgovor – to je *programirana poruka*.

Koristi moral kao oružje

Spin doktor ne ulazi u raspravu činjenicama – on ulazi moralom. Ako se protiviš njegovom narativu, ti postaješ:

- neodgovoran
- ekstremist
- teoretičar zavjere
- prijetnja društvenom poretku

On uvijek raspoređuje *etikete umjesto argumenata*.

Kontrolira tempo informacija

Spin doktori koriste tri taktike:

- *preplavlivanje* (previše informacija odjednom)
- *suša* (skrivanje ključnih podataka)
- *tempiranje* (puštanje vijesti kada je publika emocionalno ranjiva)

Kad primijetiš da se vijesti pojavljuju u „savršeno prikladnim trenucima”, gotovo sigurno je uključen spin doktor.

Stvara umjetni konsenzus

Ako odjednom svi mediji, stručnjaci i političari govore istu stvar – to nije slučajnost. To znači:

- koordiniranu kampanju
- usklađene talking-pointove
- centralizirano upravljanje porukom

Umjetni konsenzus je najjači alat kontrole percepcije.

Manipulira emocijama, ne činjenicama

Primijetit ćeš da spin doktor:

- uvodi strah kad treba kontrolu
- uvodi empatiju kad treba popuštanje
- uvodi bijes kad treba podjele
- uvodi nadu kad treba poslušnost

On ne radi s istinom – radi s tvojim emocionalnim softverom.

Njegove „greške“ nikad nisu slučajne

Svaka „krivo izrečena riječ“, curenje informacije, gaf ili mjera koja djeluje pretjerano – test je.

Spin doktor promatra:

- otpornost publike
- reakciju u komentarima
- statistiku emocija
- raspoloženje mase

Ako reakcija bude prejaka – narativ se prilagođava.

Ako prođe – ubrzava se.

Ima bliske veze s obavještajnim, PR i političkim centrima moći

Spin doktor je spojnica između:

- politike
- medija
- sigurnosnih agencija
- Big Techa
- think tankova

Ako netko istovremeno ima pristup urednicima i političarima – to je spin doktor.

Prepoznaje se po odsutnosti autentičnosti

On nikada:

- ne odgovara direktno
- ne dopušta da razgovor ide izvan okvira
- ne upotrebljava vlastite misli
- ne pokazuje sumnju
- ne govori iz srca

Sve je **funkcionalno**, ništa intimno.

Uvijek gura rješenje koje ograničava slobodu

Najveći znak: rješenje koje predlaže nikada ne povećava slobodu.

Uvijek:

- više nadzora
- više digitalizacije
- više centralizacije
- više regulacije

Spin doktor se prepoznaje po smjeru, ne po riječima.

Spin doktora prepoznaješ kad shvatiš da je njegova uloga jednostavna:

ne da ti kaže što da misliš – nego kako da misliš.

Kako se upravlja percepcijom i stvarnošću

Upravljanje percepcijom i stvarnošću u suvremenim medijima djeluje kroz sofisticiranu mrežu tehnika koje povezuju psihologiju, tehnologiju i strategiju moći. Cilj nije samo informirati, nego **usmjeravati mišljenje, oblikovati emocije i kontrolirati ponašanje.**

1. Agenda-setting

Mediji biraju što je važno. Ne radi se samo o vijestima koje se izvještavaju, nego o tome što uopće postoji kao tema u javnom diskursu. Time se definira "granica stvarnog".

2. Framing

Svaka vijest, čak i činjenica, može se interpretirati kroz odabrani okvir. Primjeri:

- „Sigurnost djece“ = opravdanje nadzora
- „Ekološki kriminal“ = opravdanje kontrole potrošnje
- „Ekonomija u krizi“ = potreba za centraliziranim intervencijama

3. Emocionalno sidrenje

Povezivanje teme s jakim emocijama (strah, moral, krivnja) stvara automatski psihološki odgovor. Emocija preuzima ulogu racionalnog odlučivanja.

4. Usmjerena krivnja

Formira se „krivac“ za problem: pojedinac, grupa, država. Ovakvo pojednostavljivanje pomaže sustavu da usmjeri javni bijes ili strah prema željenim ciljevima, a ne prema strukturi moći.

5. Fokusiranje pažnje

Izborom što se prikazuje, a što skriva, mediji oblikuju fokus mase. Primjer: prikazivanje samo dijela ekonomske krize dok se sustavne uzroke prešućuje.

6. Kontekstualno izbacivanje

Informacije koje bi dovele do drugačijeg zaključka se marginaliziraju ili cenzuriraju. Tako se stvarnost oblikuje selektivno, a ne objektivno.

7. Prestimulacija

Pretrpavanje javnosti informacijama, grafovima i stalnim vijestima, dovodi do „mentalne zamagljenosti“. Ljudi se povlače u jednostavne narative, jer im je previše teško analizirati kompleksnu realnost.

8. Konstrukcija „norme“

Mediji koriste ponavljanje i društvene simbole da stvore osjećaj da je određeni stav ili ponašanje normalno. Primjeri:

- svi koriste digitalni ID, pa je to društveno prihvatljivo
- svi cijepljeni, pa je to moralni imperativ

9. Spirala šutnje i lažna konsenzualnost

Kada se stvori percepcija da je većina „na istoj strani“, oni koji misle drugačije povlače se. Rezultat: iluzija širokog pristanka i „neupitne istine“.

10. Retrospektivna manipulacija

Nakon što je narativ oblikovan i akcija provedena, mediji kreiraju dojam da je to bio jedini mogući ishod. Povijest se prepisuje tako da izgleda kao organski proces društvene volje.

11. Digitalna integracija

Algoritmi društvenih mreža, personalizirani feedovi i filter baloni dodatno pojačavaju kontrolu percepcije. Ljudi vide informacije koje jačaju postojeći narativ i osjećaj „prihvaćenog mišljenja“.

12. Svrha

Sve ove metode zajedno oblikuju **percipiranu stvarnost**, ne objektivnu realnost. To omogućava sustavu da:

- uvodi kontroverzne ili represivne mjere bez otvorene pobune
- stvori privid demokratskog konsenzusa
- normalizira tehnologije i politike koje mijenjaju društvo i slobodu pojedinca

Mediji kao dio tehnokratskog sustava

Mediji u tehnokratskom poretku ne djeluju samo kao sredstvo informiranja — oni su operativni mehanizam **kondicioniranja javnosti** i oblikovanja poželjnog ponašanja. Njihova uloga je pripremiti stanovništvo da *prihvati ono što je još jučer bilo neprihvatljivo*, i to kroz niz psihološki precizno konstruiranih faza.

1. Faza: Normalizacija ideje (prozor Overton)

Najprije se tema uvodi na način koji izgleda bezopasno — članci, kolumne, „stručna mišljenja“, panel rasprave.

Sve je postavljeno kao neutralno ispitivanje, ali cilj je **pomaknuti granicu dopuštenog**.

Primjer: prije uvođenja digitalnog ID-a javnost se upoznaje s “problemom sigurnosti”, “potrebom modernizacije”, “zaštitom djece”.

2. Faza: Problem → Rješenje

Mediji prikazuju pažljivo odabrane incidente i probleme. Zatim nude rješenje koje se savršeno uklapa u plan sustava.

To je klasična formula:

- **stvoriti problem**
- **pojačati strah**
- **ponuditi rješenje** koje je već davno pripremljeno.

3. Faza: Stručni konsenzus

Kada je javnost emocionalno „omekšana“, uvodi se novi element: **stručnjaci**. Uvijek isti profili — analitičari, „neovisni stručnjaci“, nevladine organizacije.

Njihova uloga:

- stvoriti privid objektivnosti,
- dati težinu unaprijed određenom narativu,
- delegitimirati svako drugačije mišljenje.

4. Faza: Stvaranje suprotnog pola (polarna dinamika)

Da bi nešto postalo prihvatljivo, potrebno je stvoriti **neprijatelja**:

- oni koji se protive digitalnoj valuti opisuju se kao ekstremisti,
- roditelji koji propituju digitalnu verifikaciju djece — kao neodgovorni,
- kritičari sustava — kao teoretičari zavjere.

Javnost se uvodi u binarni svijet: „razumni“ vs. „opasni“.

5. Faza: Pristanak većine (spiralna šutnja)

Činjenica da mediji kontroliraju vidljivost određuju što izgleda kao većina.

Istraživanja pokazuju da ljudi mijenjaju mišljenje kako bi se uklopili u percepciju dominantnog stava. To je spirala šutnje:

- ako misliš da nisi većina, štitit ćeš,
- ako mediji tvrde da si usamljen, povući ćeš se.

Time se stvara osjećaj da „svi podržavaju“ rješenje.

6. Faza: Normalizacija represije

Kada je pristanak većine oblikovan, uvodi se represija kao *logičan, nužan korak*.

Primjer:

- „Privremene mjere“.
- „Nadzor radi sigurnosti djece“.
- „Ograničenja radi zaštite društva“.

Ono što je nekad bilo nezamislivo postaje svakodnevica.

7. Faza: Retrospektivna manipulacija

Najopasnija faza. Kada se odluka donese, mediji prepisuju povijest:

- „Ovo je bilo neizbježno.“
- „Svi su stručnjaci to predviđali.“
- „Bilo je jasno što treba učiniti.“

Javnost dobiva iluziju da je odluka bila organska i općeprihvaćena.

Mediji kao psihološka infrastruktura tehnokracije

U tehnokratskom sustavu mediji rade isto što i:

- **digitalni ID** u identitetu,

- CBDC u financijama,
- IoT u nadzoru.

Mediji su **infrastruktura percepcije**.

Bez njih — nijedna politika ne može proći.

Bez njih — nijedna laž ne može postati „činjenica“.

Bez njih — nijedna distopija ne može izgledati kao napredak.

Zato je kontrola medija prvi korak svakog sustava koji teži potpunoj dominaciji nad ljudskom sviješću.

Kako se iznuđuje pristanak javnosti (PROŠIRENO)

Faza 1: Problematizacija

Kreiranje osjećaja krize ili prijetnje.

Faza 2: Medijski pritisak

Masovno ponavljanje jedne poruke.

Faza 3: Rješenje

Ono što je unaprijed planirano.

To je proces „manufacturing consent“.

Zašto novinari ne propituju

Novinari ne istražuju jer:

- ovise o urednicima
- ovise o plaći

- nemaju resurse
- ne žele riskirati karijeru
- žele biti dio sistema, a ne njegov neprijatelj
- podložni su grupnom mišljenju

Pravo, duboko novinarstvo postalo je endemska vrsta.

Mediji i iluzija pluralizma

Iako izgleda da postoji mnogo medija, svi koriste:

- iste izvore
- isti vokabular
- iste agencije
- iste „stručnjake“
- iste interpretacije

Pluralizam je iluzija – postoji **centralni narativ**.

Kako izgleda budućnost medija (2025–2030)

Očekivani trendovi:

- AI urednici
- personalizirane verzije stvarnosti
- cenzura u ime „sigurnosti“
- regulacije koje ograničavaju slobodu govora
- digitalni identitet kao uvjet pristupa informacijama
- smanjenje anonimnosti

Mediji postaju digitalni svećenici novog poretka.

Kako se osloboditi medijske iluzije

Put slobode počinje kada čovjek:

- prepozna sustav
- nauči čitati između redova
- razumije motive
- odbije emocionalnu manipulaciju
- razvije unutarnju percepciju
- pita „tko ima koristi?“

Znanje razara iluziju. A kada iluzija padne – sloboda počinje.

Studije slučajeva – kako je narativ konstruiran u pandemiji, ratu, digitalnom ID-u

Pandemija: kako je izgrađen globalni konsenzus

1. **Centralizirane točke istine** – WHO, CDC, ECDC postaju jedini dopušteni izvori, dok se sva odstupanja označavaju kao dezinformacije.
2. **Uloga nacionalnih spin doktora** – Vlade zapošljavaju komunikacijske timove koji koordiniraju poruke s Big Tech platformama.
3. **Fokus na emociju, ne podatke** – narativ se gradi na strahu, hitnosti, moralnoj dužnosti („štiti druge“).
4. **Sustavno suzbijanje drugačijeg mišljenja** – demonizacija liječnika koji odstupaju, uklanjanje sadržaja, kontrola algoritama.
5. **Reframing pitanja** – umjesto „Je li ovo mjera razumna?“ narativ postaje: „Želiš li ubiti starce?“

Rat: stvaranje prijatelja i neprijatelja

1. **Crno-bijeli okvir** – moralno jednostavna podjela na „agresora“ i „žrtvu“ kako bi se spriječila svaka analiza dubljih uzroka.
2. **Kontrola vizualnog materijala** – koordinirano plasiranje slika patnje, selektivni uvid u realne posljedice.
3. **Heroizacija jedne strane** – vođe postaju simboli otpora, dok se druga strana prikazuje kao neljudska.
4. **Preusmjeravanje krivnje za ekonomske posljedice** – recesija, inflacija i energetska kriza prikazuju se kao isključiva posljedica neprijatelja.
5. **Spin doktori na terenu** – PR stručnjaci koji kreiraju priče, izmišljaju događaje ili selektiraju informacije prema cilju.

Digitalni ID: normalizacija nadzora kroz praktičnost

1. **Narativ praktičnosti** – „manje čekanja“, „manje papirologije“, „sigurnije“ – sve usmjereno na emocionalnu udobnost.
2. **Korištenje kriza kao katalizatora** – pandemija i sigurnosni izazovi koriste se kao opravdanje za uvođenje novih digitalnih slojeva.
3. **Spin strategija: postepeno uvođenje** – prvo e-građani, potom digitalne vozačke, zatim digitalni novčanici, pa tek onda centralizirani ID.
4. **Stvaranje iluzije pristanka** – „građani su tražili bolja rješenja“, iako ništa nije bilo predmet slobodne rasprave.
5. **Uloga medija** – prikazivanje digitalnog ID-a kao tehnološkog napretka, dok se nadzorna razina prešućuje.

Što sve tri studije slučaja imaju zajedničko

- Koriste krizu kao polugu za ubrzanje društvenih promjena.
- Stvaraju jedinstveni narativ bez prostora za raspravu.
- Emocija je važnija od činjenica.
- Spin doktori oblikuju što je „normalno“ i što „odgovoran građanin treba učiniti“.
- Sustav koristi percepciju da bi dobio pristanak, a ne silu.

Kako je konstruiran narativ o klimatskoj nuždi

1. Polazišna točka: redefiniranje „normalnog vremena“

Klimatski narativ nije započeo alarmom – već **postepenim pomicanjem referentnog okvira**. Svaka ekstremna vremenska pojava – koja je postojala kroz povijest – reinterpetirana je kao dokaz sustavne krize.

2. Medijski okvir: „Ekstremno“, „najtoplije ikad“, „kod crveno“

Urednici dobivaju jasne smjernice: *šiljke* u temperaturi prikazivati kao *trend*, a *anomalije* kao *novo normalno*. Grafovi često počinju u godinama koje vizualno pojačavaju porast.

3. Spin doktori i framing

Spin doktori uvode ključni frame:

- problem = pojedinac (tvoj automobil, tvoj plin, tvoja kuća)
- rješenje = centralizirane tehnološke mjere (digitalni ID ugljika, pametna mreža, ograničenja potrošnje)

4. Tko preuzima narativ

Think-tankovi, financirani od istih centara koji guraju digitalnu transformaciju, integriraju klimatski narativ s:

- pametnim gradovima
- digitalnim identitetima
- ograničenjima potrošnje energije
- 15-minutnim zonama

5. Cilj narativa

Usmjeriti mase da *traže* rješenja koja ograničavaju slobodu – jer vjeruju da se radi o moralnoj dužnosti.

Kako se konstruira narativ o AI regulacijama

1. Kreiranje straha

Mediji prvo stvaraju sliku: AI kao izvor kaosa, prijetnja radnim mjestima, oružje dezinformacija. Ovo stvara emocionalno tlo.

2. Faza „zaštite“

Isti akteri koji ubrzavaju razvoj AI-ja predlažu regulacije: govore da štite građane, ali regulacije prvenstveno:

- uvode licenciranje tehnologije
- zatvaraju tržište malim igračima
- centraliziraju nadzor nad modelima

3. Narrativ o sigurnosti

Terminologija: „alignment“, „sigurni AI“, „provjereni modeli“. U praksi se uvodi **filter stvarnosti** – jedinstven narativ koji AI smije reproducirati.

4. Kraj igre

Regulacijom AI postaje *čuvar narativa*. Isporučuje samo ono što je „normativno ispravno“.

Kako je konstruiran narativ o CBDC i kraju gotovine

1. Pripremna faza: demonizacija gotovine

Mediji godinama povezuju gotovinu s kriminalom. Svaka akcija protiv gotovine prikazuje se kao „borba protiv sive ekonomije“.

2. Uvođenje digitalnih novčanika kao „benefita“

Praktičnost, brzina, popusti, gamifikacija. Isti obrazac: prvo „udobnost“, poslije „obaveza“.

3. Spin narativ: „modernizacija fiskalnog sustava“

CBDC se ne predstavlja kao nadzor, nego kao:

- inovacija
- stabilnost
- zaštita potrošača
- brža transakcija

4. Izostavljeno iz narativa

- programibilnost
- ograničenja potrošnje
- ukidanje anonimnosti
- mogućnost zamrzavanja

- uvjetovana potrošnja

5. Primarni cilj

Stvoriti dojam da se radi o tehničkoj evoluciji – ne o promjeni društvenog ugovora.

Završna riječ

Mediji, spin doktori, algoritmi i tehnokratski sustavi moći zajedno oblikuju našu percepciju stvarnosti. Ova knjiga je pokazala kako se vijesti kreiraju, kako se upravlja emocijama, kako se stvaraju konsenzusi i kako se javnost postupno priprema da prihvati ono što bi u slobodnom društvu bilo neprihvatljivo.

Sustav ne napada istinu direktno; on oblikuje **percipiranu stvarnost** tako da istina postane nevidljiva ili nevažna. Njegov cilj je kontrola uma, tijela i izbora, dok javnost misli da djeluje slobodno i razumno.

Ipak, postoji izlaz: **svijest i znanje**. Razumijevanjem mehanizama manipulacije, ljudi mogu prepoznati spin, manipulaciju i obmane, te zadržati unutarnju slobodu i kritičko mišljenje.

Ova knjiga nije poziv na strah, nego na jasnoću. Svijest o načinima na koje mediji i tehnokracija upravljaju nama je prvi korak ka povratu kontrole nad vlastitim životom i razumijevanju svijeta kakav stvarno jest, izvan filtera i narativa koji nam se serviraju.

Na kraju, sustav može manipulirati informacijama, ali ne može nadjačati **unutarnji izvor čovjeka** – njegovu sposobnost opažanja, razumijevanja i svjesnog izbora. To je temelj slobode koji ostaje neuništiv.

OPĆA DEKLARACIJA O LJUDSKIM PRAVIMA – Članak 19.

Svatko ima pravo na slobodu mišljenja i izražavanja; to pravo uključuje slobodu zadržavanja mišljenja bez uplitanja i slobodu traženja, primanja i širenja informacija i ideja putem bilo kojeg medija i bez obzira na granice.

Sviđa mi se

Podijeli

[Registrij se](#) kako biste vidjeli što se sviđa vašim prijateljima.

0 komentar

Sortiranje prema **Najstariji**

Komentirajte...

Facebookov dodatak za komentare

TAGGED CENZURA MEDIJI NARATIV PR PROPAGANDA SPIN DOKTORI

EDIT

RELATED POSTS



10 NAJVEĆIH ISKRIVLJENJA DUHOVNOSTI KROZ SUSTAV

10. prosinca 2025.



REFERENDUM: JEDINO ORUŽJE KOJE TEHNOKRACIJA NE MOŽE KONTROLIRATI

9. prosinca 2025.



„Moramo to zaustaviti na sljedećim izborima...” – e pa mi nemamo vremena do sljedećih izbora!

9. prosinca 2025.

PREVIOUS ARTICLE

KONTEKSTOGRAF ANALIZA: Novi EU zakon o razmjeni financijskih podataka – što se krije ispod priče o “transparentnosti” ZDRAVLJE



DOKUMENTARNI FILM – “Neugodna studija”

3. studenoga 2025.



Profesor s MIT-a poziva na trenutačnu obustavu covid mRNA “cjepiva”

1. veljače 2023.



Zbog epidemije neobičnih oboljenja koja se javljaju samo kod cijepljenih ljudi, doktori iz Južnoafričke Republike traže prekid kampanje cijepljenja sve do završetka neovisne istrage

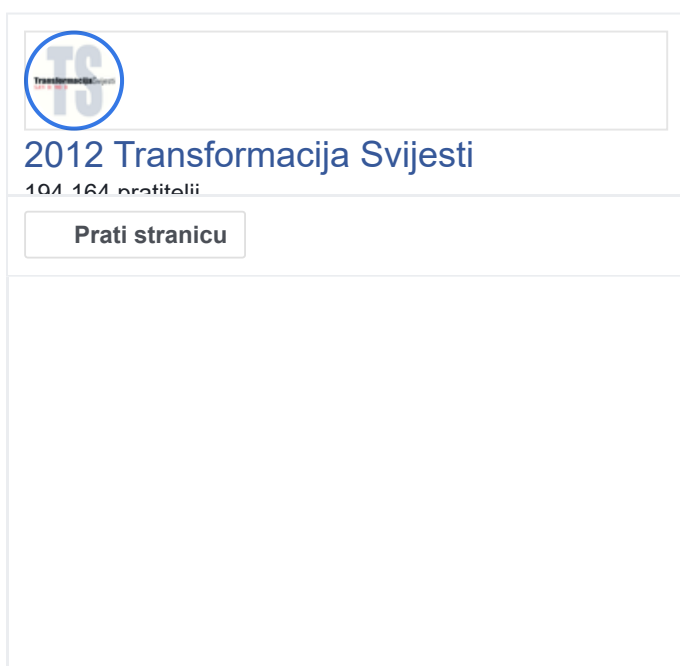
26. siječnja 2023.



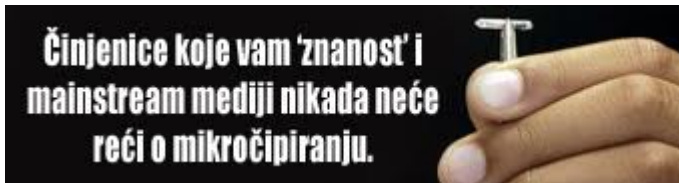
Proglašavanje međunarodne medicinske krize zbog smrti i bolesti povezanih s ‘COVID-19 cjepivima’

17. rujna 2022.

FACEBOOK



LINKOVI



NIJE LI PAMETNA TEHNOLOGIJA SUPER

NIJE LI PAMETNA TEHNOLOGIJ...



00:00

01:26

PREISPITUJTE SVE

Preispitajte sve: Krešimir Mišak ...



00:00

01:59

KINA – DIGITALNA DIKTATURA

KINA - DIGITALNA DIKTATURA



00:00

19:29

ZADNJI ČLANCI

KONTEKSTOGRAF ANALIZA: Novi EU zakon o razmjeni financijskih podataka – što se krije ispod priče o "transparentnosti"

12. prosinca 2025.

Arhonsko upravljanje nakon smrti i što se događa kada svijest odbije reinkarnaciju

12. prosinca 2025.

ŠTO INDEX I OSTALI MEDIJI PREŠUĆUJU, A VEZANO UZ ZABRANU DRUŠTVENIH MREŽA MLAĐIMA OD 16.

11. prosinca 2025.

KLOPKA: KARMA I REINKARNACIJA – VELIKA PETLJA

11. prosinca 2025.

10 NAJVEĆIH ISKRIVLJENJA DUHOVNOSTI KROZ SUSTAV

10. prosinca 2025.

TAGOVI

5G Bog buđenje cjepiva codex alimentarius David Icke Don Miguel Ruiz duhovnost Eckhart Tolle ego EU gmo iluminati iluzija iluzorno ja Istina jedno kontrola kontrola uma koronavirus krešimir mišak kriza laž ljubav manipulacije ljudima mediji metafizika misli nadzor NWO obmane politika rak sada sadašnji trenutak sloboda sreća strah svijest um umjetna inteligencija vjerovanja zdravlje znanje zračenje

O BLOGU

Svjestan da čovječanstvo prolazi kroz veliku sustavnu, fizičku i duhovnu preobrazbu moj cilj je na ovome blogu pružiti što više kvalitetnih informacija koje se ne mogu pronaći u medijima glavne struje, gdje ih se cenzurira ili jednostavno zaobilazi.

Velimir Gašparić, bloger i građanin novinar (citizen journalist)

Copyright © 2025 Transformacija Svijesti.

Powered by WordPress and HitMag.