

Niebezpieczny neuromarketing

10 stycznia 2018

„Jestem nowoczesną i wyzwoloną kobietą. Kupuje ten krem ponieważ jest on dla mnie niezbędny. Jego nakładanie to rozkosz. Chodzę do tamtego baru fast-food i korzystam z tego biura podróży” – tak zaczyna się [film dokumentalny](#) dotyczący słabo znanego i dość niebezpiecznego zagadnienia. Zagadnienia neuromarketingu. Tak naprawdę padamy ofiarą manipulacji codziennie. I to nie jeden raz, ale nawet setki razy w ciągu dnia.

Popatrz uczciwie na swoją kuchnię, lodówkę, spizarkę, łazienkę czy toaletę. A potem siądź przed telewizorem w godzinie 19:30 – 20:20 i obejrzyj kilka przerw reklamowych. Ile masz tam nachalnie reklamowanych produktów znanych marek? Ile z nich wcale nie jest lepszej jakości niż te mniej „markowe”? Ile z nich kupiłeś po znacznie zawyżonej cenie?

Nie popieram jednak jakiegoś minimalizmu czy innego oszołomstwa, bo zasługujemy na wszelkie bogactwo, na miłość i szczęście, na dobrej jakości produkty. To system przekonuje nas, że nie zasługujemy, że tylko elita na to zasługuje. A to jest kłamstwo. Namawiam Cię jedynie do zauważenia pewnego mechanizmu. Ile z tych produktów kupiłeś świadomie? Ile z nich naprawdę Ci służy? Może chociaż część z nich dałoby się zastąpić mniej znanymi, polskimi odpowiednikami? Ile wtedy byś oszczędził w skali roku?

Proponuję Ci coś innego. Poszukaj w internecie materiałów o nauce widzenia w 3D. Jeśli chodzisz do kina na filmy w 3D, gdzie na wejściu rozdają specjalne okulary do ich oglądania, to wiesz o co chodzi. Ale tutaj ważne jest takie widzenie w 3D, by nie potrzebować do tego okularów. Gdy znajdziesz te materiały i zdobędziesz tę umiejętność, to popatrz uważnie na logo znanych korporacji, np na mieście. Możesz doznać niemałego szoku.

PSYCHOMANIPULACJA JEST WSZĘDZIE, NAWET JEJ NIE DOSTRZEGASZ

Z socjotechniką, inżynierią społeczną czy Public Relations mamy do czynienia wszędzie, w każdej dziedzinie życia. W Polsce która jest potężnym rynkiem zbytu dla farmacji, koncerny farmaceutyczne zatrudniają sztaby psychotechników i mają własne studia filmowe niczym te z Hollywoodu. Służą to oczywiście produkcji reklam. Najbardziej „rozchwytywany” jest czas w godzinach 19:30 – 21:30. To właśnie wtedy miliony Polaków zasiadają przez TV w oczekiwaniu na telenowełe.

I właśnie w tym czasie emitowane są najbardziej psychomanipulacyjne reklamy. Same telewizje wycwaniły się, by podczas aż 15-minutowego oczekiwania na telenowełę przykuć uwagę widza, chwilowo wyrwać go ze snu. Otóż co dwie reklamy telewizja emituje kilkusekundową zajawkę z melodią z serialu. Pojawia się plansza „Zapraszamy na naszą telenowełę o 20:15” i ta specyficzna melodia „nana nana na na”.

Widz zajęty np. rozmową, kolacją czy czytanie gazety, jest nagle wybijany ze stanu pół-snu przez tę melodię, bo myśli, że zaczyna się serial. I wtedy co kilku sekundach emisji tej planszy i tej melodii, emitowane są następne dwie reklamy. Jest to strategia nowa, takie „zastrzyki czujności” w postaci tej melodii z telenoweli, podawane co jedną minutę lub co półtorej minuty, czyli co dwie reklamy.

TRWA WOJNA O SŁOWO

Socjotechnika i PR to także wojna o obowiązującą narrację i wojna o słowo. Obecnie pomimo pierwszych symptomów skreślenia w prawo, obowiązuje narracja lewicowo-liberalna. Ważne jest to, że nawet najbardziej zatwardziali nacjonaliści, konserwatyści, PiSowcy, katolicy itp itd, funkcjonują w obrębie narracji lewicowo-liberalnej. Ponieważ to ona nadaje znaczenie słowom. To ona tworzy przestrzeń „codziennej zwyczajności”, w której myślą i poruszają się lewicowcy, prawicowcy, anarchiści, nacjonaliści, katolicy, ateści, ezoterycy i reprezentanci

wszystkich innych doktryn.

Każda obowiązująca narracja inaczej definiuje słowa. Każda epoka, każda obowiązująca narracja, każdy naród, każda opcja polityczna i w końcu każdy z nas z osobna inaczej te słowa rozumie i definiuje. Ale tylko Ci, którzy mają władzę nad słowem, narzucają ich znaczenie innym i tym samym pełnią rząd dusz. To słowa są potęgą każdej elity, ponieważ są nośnikami wiedzy i określają całą naszą codzienność. Kto ma władzę nad obowiązującą narracją i nad słowami, ten dyktuje innym co jest dobre a co złe. Co jest „normą społeczną”, a co jest „zachowaniem aspołecznym”. Co jest „totalitarnym faszyzmem” czy „wstrętnym socjalizmem”, i w konsekwencji czego można nie lubić. Znaczenie słów zmienia się w zależności od tego, kto ma władzę nad słowami i kto dyktuje swoją wersję.

To, co dziś jest normalnością, i co z pełnym oburzeniem bronimy, jutro czy za 100 lat może być uosobieniem najgorszych możliwych wzorców. Czy też uosobieniem „dawnych, niewolniczych czasów”, przed którymi nasi potomni będą ostrzegali dzieci i wnuki. Toczy się globalna wojna o słowo. Słowa tworzą mapy rzeczywistości, a mapy te tworzą wspomnianą wyżej codzienność. Mapy rzeczywistości to oczywiście ideologie, religie i tym podobne. Mapa rzeczywistości to także ekonomia, która nie jest nauką ścisłą, ale bardziej sztuką iluzjonistów czy manipulacją.

Autorstwo: Jarek Kefir

Źródło: Jarek-Kefir.org