**INSTRUMENTI MANIPULACIJE U MEDIJIMA**

**Prikriveno oglašavanje u videospotovima**

U mnogim filmovima, emisijama, čak i crtićima možemo naići na elemente manipulacije, ali ih mnogo puta ne primjećujemo. Manipulacija je kada nekoga uvjerimo u nešto što mi želimo, a da on nije svjestan naše namjere.

Manipulacija u medijima može se ostvariti na razne načine; prikrivenim oglašavanjem, izostavljanjem informacija, uporabom stereotipa… Manipulacija može prouzročiti mnoge probleme, pogotovo ako je publika mlada. Zbog stereotipnog prikazivanja, mladi često misle kako je njihov život dosadan, u njihovim se mislima stvaraju imaginarne potrebne za određenim stvarima jer su vidjeli svojeg uzora/idola kako ima/koristi te stvari ili proizvode. U glazbenom videospotu pjesme *Wake Me Up* (<https://youtu.be/IcrbM1l_BoI>) u više se kadrova može vidjeti kako se koristi određeni tip mobitela – marka mobitela Sony Xperia. Također se u spotu promovira modna tvrtka Denim & Supply jednog od najpoznatijih američkih dizajnera Ralpha Laurena.

To je samo jedan od mnogih primjera prikrivenog oglašavanja kakvi se mogu naći u kratkim videima na YouTube platformi, najpopularnijoj među mladima.

**Česta reklama za marku zvučnika i slušalica u videospotovima**

Poruke koje primamo iz medija utječu na naša razmišljanja. Često se prikrivenim reklama nastoji utjecati na stavove i postupke potencijalnih primatelja medijske poruke. Prikrivenim reklamama oglašivači stvaraju slike kakve oni žele da mi imamo u našim glavama. Pritom se koriste slavnim osobama kako bi u njihovo ime reklamirali neke proizvode njih te ubacili sliku proizvoda u podsvijest gledatelja.

Primjer prikrivenog oglašavanja je videospot pjesme *Bang Bang* (<https://youtu.be/0HDdjwpPM3Y>) izvođača Jessie J, Ariane Grande i Nickie Minaj u kojoj se pokazuje marka određenog zvučnika. Riječ je o marki Beats by Dr. Dre.To je marka slušalica i zvučnika koju su osnovali hip hop glazbenik Dr. Dre i predsjednik diskografskih kuća Interscope-Geffen-A&M, Jimmy Iovine. Postoji šest vrsta slušalica koje sve proizvodi i distribuira Monster Cable Products po posebnoj licenci. Kao dio marketinške strategije zvane prikriveno oglašavanje, slušalice se često pojavljuju u glazbenim spotovima, filmovima, reklamama i drugim medijima.

Mediji znaju da gledatelji, najčešće djeca i mladi, kopiraju svoje neke idole, pa pokušavaju na taj način prodati što više proizvoda.

**Primjer prikrivenog oglašavanja u zabavnoj emisiji**

Manipulacija je postupak kojim se na nekoga utiječe da promišlja i radi u skladu s interesima i ciljevima inicijatora, a ne vlastitim interesima. Prikriveno oglašavanje kao primjer manipulacije u medijima osobito se često javlja u videospotovima, emisijama lakog sadržaja, objavama influencera i sl.

U emisiji *Tri, dva, jedan kuhaj!* (<https://www.youtube.com/watch?v=mqlvez7pcNY>), koja se prikazuje na RTL-u ponedjeljkom i četvrtkom u 20:45 možemo primjetiti kako voditeljica, natjecatelji i žiri obavljaju svoje funkcije te riječima i djelima ništa ne sponzoriraju, već je u njihovom studiju, gdje kuhaju i ocijenjuju jela, na zidovima i na pregačama natjecatelja istaknut logo trgovačkog lanca Konzum i logo tvrtke Gorenje. Na ovaj se način promoviraju njihovi proizvodi i usluge. Reklama nije posebno označena kao reklama, već je umetnuta u zabavnu emisiju i indirektno nastoji utjecati na ponašanje potencijalnih kupaca namirnica i uređaja za kućanstvo.

Manipulacije u medijima najmudrije možemo izbjeći na način da gradimo vlastiti stav prema svakoj informaciji, provjeravamo izvore i kritički se odnosimo prema sadržajima koji nam se nude posredstvom medija.

Sara Višak, Ana Marija Buhić i Dunja Bajrić

Novinarska grupa

OŠ „Đuro Ester“ Koprivnica