

Jasna Kolovrat

j.kolovrat@protonmail.com

Manipulativna moć reklama u oblikovanju pristanka na buduće socioekonomske trendove

Sažetak

Reklame u globaliziranom svijetu sve više preuzimaju ulogu kipara percepcije, vrijednosti i stavova, a zahvaljujući tehnologiji 21. stoljeća dobivaju moć nad ljudskim umom kakvu imaju požar ili poplava. Koristeći sve sofisticiranije tehnike zavođenja publike, dostigle su umjetničke razine. Slojevitost, kompleksnost i tehnički izbrušeni audiovizualni doživljaji, omogućeni AI, AR i VR tehnologijom, otvorili su prostor reklamama da prevaziđu okvire svog uvriježenog koncepta, tj. poticanja konzumerizma u cilju brze financijske dobiti. Ubrzani razvoj tehnologije pa time sve oštrija konkurencija u borbi za um kupca, posljedično su stvorili hiperprodukciju i prezasićenost informacijama, a posljedično i skraćivanje raspona pažnje kod primatelja informacije. Potreba za re-analizom dijapazona moći reklama javlja se i zbog preobrazbe odnosa na globalnom nivou koji iz nacionalnih okvira prelaze u nadnacionalne. To reklamama, zbog njihovog kratkog trajanja, tehnički savršenog audiovizualnog doživljaja s jednostavnim porukama i sloganima, koje se konstantnim ponavljanjem utiskuju u svijest potrošača, omogućava neinvazivni oblik indoktrinacije, pa ti

naizgled nepotrebni proizvodi i usluge, putem reklama svoju svrhu proširuju i na oblikovanje pristanka za lakše implementiranje budućih politika.

Ključne riječi: reklama, trend, oblikovanje pristanka, propaganda, manipulacija.

Prema Vertovšek i Tomović, „Reklama u osnovi nema dovoljno moći, ali ni ulogu preispitivati razloge ni probleme turističke (ili neke druge) politike, njena je moć skoncentrirana na konkretnu ponudu; roba i profit su broj jedan u današnjem materijalističkom svijetu“ (Vertovšek - Tomović, 2015, str. 955).

No s obzirom na to da svijet ubrzano ulazi u 4IR⁹⁶, a osvrćući se na navode Dr. Yuhyun Park, autorice članka u Huffington Postu iz 2016. godine:

„Tijekom ovog desetljeća suočit ćemo se s četvrtom industrijskom revolucijom koja sustavno integrira digitalni, fizički i biološki napredak. Ovaj put to doslovno mijenja tko smo. [...] Bionički ljudi, tehnologije za promjenu gena, sintetička biologija i mozak povezan s internetom⁹⁷ natjerat će nas da redefiniramo što znači biti čovjek. Neki bi mogli reći da napokon možemo doseći razinu Boga igrajući ulogu Stvoritelja života. Ili bi netko mogao reći da ljudi više neće biti vladari zemlje, već će njima upravljati strojevi“ (Park, 2016).

ili na frazu koju je 2006. godine skovao Clive Humby i sažeo u jednoj rečenici:

„Podaci su nova nafta“ (Clive Humby, n. d.).

možemo li i dalje sa sigurnošću smatrati da je moć reklame skoncentrirana („samo“) na konkretnu ponudu i brzu financijsku dobit?!

Pitanje se nameće jer se infrastruktura koja omogućuje trasiranje 4IR, između ostalog, temelji i na nosivoj pametnoj tehnologiji te u ubrzanoj digitalizaciji plaćanjem putem aplikacija i QR kodova, a koje se u reklamama, ad nauseam, potenciraju kroz prodaju konkretnih proizvoda i usluga.

Prethodno navedeno otvara nebrojeno dilema, a jedna od onih koja se ističe je, bi li zbog potonjeg i na reklame 21. stoljeća mogli gledati kao na 5GW, tj. informacijski rat, za koji je Daniel Abbot (2010, str. 20) rekao da se ostvaruje „kroz manipulaciju percepcije i mijenjanje konteksta kojim se percipira svijet“.

Ako reklame promatramo u kontekstu oblikovanja pristanka na buduće socioekonomske trendove, njihova manipulativna moć se ogleda u kompleksnoj prirodi njihovog audiovizualnog sadržaja kojim se utječe na percepciju javnosti, odnosno kako je navela Williamson (1978, str. 40), u transformaciji

96 4IR: Revolucija koju karakterizira niz novih tehnologija koje spajaju fizički, digitalni i biološki svijet, utječući na sve discipline, gospodarstva i industrije, pa čak i izazivajući ideje o tome što znači biti čovjek (Schwab K., 2016).

97 Internet of bodies (IoB): prikupljanje naših fizičkih podataka putem niza uređaja koji se mogu ugraditi, progutati ili nositi (World Economic Forum, 2020).

simbola [uključenih u njih] jer svaki simbol nekome nešto znači, kao i u kompleksnim 3P odnosima na globalnom nivou.

Naime, kako korporacije imaju tendenciju globalnog širenja, postale su *ovisne* od kooperacija s administracijama i vlastima nacionalnih država, zbog čega se ukazala 'potreba' za formiranjem javno-privatnog partnerstva. Time je korporativnom kapitalu, svjetskoj oligarhiji, 'elitnim' nadnacionalnim strukturama, takozvanim „1%“ i njihovim istaknutim pojedincima, ali i raznim politikama, omogućeno da uz brzu zaradu kroz reklame vežu i puno šire ideje, politike i ideologije, pa *novododani* manipulativni aspekt prosječnom gledatelju na prvi pogled nije vidljiv.

Sukob politika i stava javnosti, a koji se lomi preko leđa trgovačkih lanaca, proizvođača robnih marki i kupaca, ukazuje na to da su kompanije *prisiljene* proizvode reklamirati i prodavati kroz prizmu pozitivnih ideja koje nisu dijelom klasične poslovne politike i klasičnih metoda oglašavanja, već su stvar nadnacionalnih politika i sežu puno dublje nego je to 'samo' financijska dobit, odnosno, usmjerene su na mijenjanje vrijednosti društva.

Moć dostupnosti informacija o implementaciji korporativno-nacionalnih i nadnacionalnih politika, a koje javnost ima mogućnost sagledati kroz reklamiranje proizvoda, uočavaju se u nedavnim previranjima s kompanijama Bud Light – s pivom koje je do jučer bilo obojano „američkim patriotizmom“ i usmjereno ka „svakodnevnom Amerikancu“, a danas reklamirano od strane transrodne osobe, Dylan Mulvaneyja, ili Adidas - s kupaćim kostimima za žene koje reklamira osoba s muškim genitalijama, namijenjenim homoseksualnim i transrodnim osobama, u kampanji pod nazivom „Tuck it“ (Adidas, 2021) u koju su uključena i djeca. To je od strane kupaca dovelo do bojkota i kompanije Bud Light i robnih marki, ali i trgovina koje prodaju navedene proizvode (Green, 2023).

Konkretni cilj u oba slučaja je dodjeljivanje viših ESG i DE&I bodova kompanijama i institucijama (Krychiw, 2023) jer su uključeni u 17 ciljeva održivog razvoja UN 2030⁹⁸, o čemu je 2017.godine, kada u javnom diskursu nije bilo ni riječi o istima, Larry Fink, CEO BlackRock-a, na upit o poslovanju kompanija u kontekstu „3E“⁹⁹, na koji način pristupiti promjenama te kako bi se 'nedoličan' image mogao odraziti na poslovanje kompanije, rekao:

„Ponašanja će se morati promijeniti i to je jedna stvar koju ćemo tražiti od tvrtki. Morate forsirati [promjenu] ponašanja, a mi u BlackRocku forsiramo [promjenu] ponašanja. 54% dolazne klase su žene, dodali smo još četiri [ESG] boda u smislu raznolikog zapošljavanja ove godine i ono što smo interno radili je, ako ne postignete ove razine utjecaja, vaša bi naknada mogla biti pogođena [...] Morate forsirati ponašanje, a ako ne forsirate ponašanje, bilo da se radi o rodu, rasi ili kako god želite nazvati sastav svog tima, to će utjecati na vas, a to nije samo neregrutiranje, to je razvoj [...] i morat ćemo pospješiti promjene“ (New York Times Events, 2017).

98 UN Sustainable Development Goals—The Leading ESG Framework for Large Companies (Huber, Smith & Comstock, 2018).

99 3 stupa održivog razvoja: ekonomija, okoliš i socijalna jednakost (Mensah & Casadevall, 2019, str. 8).

Još jedan od primjera konflikta interesa javno-privatnog partnerstva je preklapanje javnozdravstvenih politika sa korporativnim interesima i *filantropskim* organizacijama kroz medije i reklame. Taj segment je detaljno istražio Tim Schwab, istraživački novinar koji piše za Columbia Journalism Review, koji navodi da je više od 250 milijuna dolara, od približno 20.000 *dobrotvornih* dotacija Zaklade Gates dodijeljenih do kraja lipnja [2020.godine], otišlo u medijske tvrtke kako bi utjecale na vijesti s jasnom ideološkom agendom (Schwab, T., 2020). Krajem 2021. godine, MintPress News je otkrio da je Zaklada Billa i Melinde Gates (BMGF) kroz više od 30.000 pojedinačnih dotacija dala više od 300 milijuna dolara za *potporu* medijskim projektima (MacLeod, 2021). Opće poznata činjenica je da su elitne strukture uključene u sve. Jedan od njih je i prethodno spomenuti Bill Gates, iako po vokaciji tehnološki mogul, uključen je u sve sfere javno-zdravstvenog života, u sve segmente ekonomije, u prehrambenu industriju¹⁰⁰ i poljoprivredu – kao najveći privatni zemljoposjednik u SAD-u¹⁰¹, u filmsku industriju¹⁰² (Arango & Stelter, 2009), ekologiju i energetiku (Temple, 2022) pa i kreiranje politika SZO-a (Huet & Paun).

Neizostavna infrastruktura za trasiranje i implementiranje 4IR je AR, VR i AI tehnologija.

Spajanjem digitalnih i fizičkih javnih prostora na kojem se temelji iskustvo korištenja proširene stvarnosti, cijeli svijet koji doživljavamo osjetilno postat će jedna konstantna, ogromna reklama.

Osim što su AR i VR zanimljivi iz perspektive trasiranja digitalne budućnosti, zanimljivi su i iz razloga ogromnog potencijala za promijene u načinima poslovanja u mnogim industrijama pa, na primjer, pored podataka koje informiraju o stanju na cesti, putnici u samovozećem automobilu mogu pratiti zabavne sadržaje na holografskom AR vjetrobranskom staklu¹⁰³ (WayRay, 2020).

Iako je tehnologija za komercijalnu proširenu stvarnost (CAR) prisutna od kraja '60-ih (Javornik, 2016), početkom 2010-ih godina postala je jako popularna u komercijaliziranju satova, nakita i kozmetike zbog mogućnosti (virtualnog) isprobavanja gotovo neograničenog broja proizvoda. Takav način testiranja i kupovine iz naslonjača rezultirali su time da su kupci koji su testirali ruževe na AR sučelju, u usporedbi s kupcima koji su testirali ruževe pomoću testera proizvoda, proveli gotovo 50% više vremena na uređaju za testiranje (Syniverse Moderator, 2023).

100 1. Zašto Bill Gates ulaže u jaja bez pilića (Aubrey, 2013), „Pokušavamo potpuno isključiti životinju iz jednadžbe, rekao mi je Josh Tetrick, osnivač i izvršni direktor Hampton Creek Foodsa.“

2. Bill Gates i Richard Branson klade se da bi meso uzgojeno u laboratoriju moglo biti hrana budućnosti (Morgan, 2018).

3. Bill Gates počeo je graditi poziciju u Beyond Meat u trećem kvartalu 2019. [...] Investitor je prodao sve svoje dionice u četvrtom tromjesečju 2019. i više ne posjeduje nijednu dionicu u Beyond Meat-u (Stockcircle, n.d.).

4. Gates je uložio u brojne tvrtke visokog profila u ovom području, uključujući Beyond Meat (NASDAQ:BYND), Impossible Foods i Upside Foods, bivši Memphis Meats (Raisinghani, 2023).

101 Izvješće The Land Reporta iz 2021. godine (O'Keefe), tvrdi da je Gates tiho nadmašio ostale Amerikance kao najveći zemljoposjednik u zemlji. Trenutačno Gatesov portfelj uključuje više od 242.000 hektara američkog poljoprivrednog zemljišta, kao i blizu 27.000 hektara drugog zemljišta raspoređenog u 18 različitih država.

102 Zakulisni utjecaj novca BMGF-a na stavove javnosti prema javnozdravstvenim pitanjima (širenje zaraznih bolesti), korišten je za razvoj scenarija za epizode „Hitne pomoći“, „Zakon i red: SVU“ i „Privatna praksa“.

103 YouTube prezentacija holografskog zaslona AR na vjetrobranskim staklima automobila (WayRay, 2019).

Još jedna velika prednost poduzeća koje svoje proizvode i usluge reklamiraju putem AR tehnologije je povećanje zarade, budući da se put od produkta/usluge do kupca bilježi elektronički pa se anuliraju posrednici, čime se skraćuje put produkta, stvara izravna veza između produkta/usluge i kupca i posljedično smanjuju troškovi poslovanja.

Teoretska prednost AV i AR tehnologije je da se u komercijalne svrhe može koristiti za sve, od procesa planiranja izgradnje objekata do pregleda prostora komercijalnih nekretnina, uređenja interijera i eksterijera, u kojoj potencijalni kupci stoje ispred postojećih prostora, dok im AV i AR tehnologija omogućuje vizualizirati obnovu s potencijalnim stanarima, čime se do krajnosti mijenja i način reklamiranja proizvoda i usluga. No problem AR i VR tehnologije ogleda se u zapanjujućem spektru mogućnosti zlorabe aplikacija instaliranih na osobnoj imovini (telefoni, pametni satovi, naočale, trake, slušalice, odjeća i sl.) i iz razloga što, između ostalog, mogu biti i u sukobu s pravima vlasništva (Duddu, 2021) jer nije odgovoreno ni na pitanje o kreatorima sadržaja: Tko stvara, posjeduje i koristi sadržaje koji se koriste u uređajima? Sami korisnici? Medijska tvrtka koja prodaje sadržaj? Proizvođač tehnologije? Netko treći?

Iako postoje mnogi korisni načini upotrebe AR i VR tehnologije koji služe kao argument za implementiranje te tehnologije u raznim industrijama, raste zabrinutost oko toga kako ona može utjecati na ponašanje ljudi i štetiti im, a da toga nisu svjesni, jer je AR tehnologija napravljena da zadrži interes korisnika virtualnim okruženjem, zamagljujući granice stvarnosti, budući da stvarni i virtualni svijet stapa u jedan. Zbog impresivnosti iskustva, AR doživljaji mogu dovesti do pretjeranog korištenja i odvrćanja korisnika od njihovih svakodnevnih zadataka i odgovornosti, dok se psihološke opasnosti AR tehnologije manifestiraju kroz otuđenje od najbliže socijalne okoline, zatim kroz gubitak perspektive što je stvarno, a što virtualno, kao i kroz osjećaj depersonalizacije.

Usljed ograničenog znanja korisnika o AR tehnologiji te ograničene kontrole nad načinom na koji aplikacije i AR uređaji i korporacije prikupljaju, koriste, dijele naše osobne podatke, korisnici mogu biti izloženi krađi identiteta i drugim oblicima kibernetičkog kriminala, pa i potencijalnim rizicima za osobnu i financijsku sigurnost, zbog čega pitanja sigurnosti korisnika postaju sve dublja i problematičnija. Iskustvo vremena provedenog u AR je da je ono često vrlo stimulativno i nagrađujuće¹⁰⁴, što rezultira osjećajem realiziranosti i zadovoljstva koje je teško postići u stvarnom svijetu.

Jedan od najkonkretnijih primjera za opasnosti koje nosi AI, AR i VR tehnologija ogleda se u igrici Pokémon Go.¹⁰⁵

Google-ov ulazak u ovu novu industriju započeo je s Johnom Hankeom, voditeljem Google Geo divizije, koji je radio na razvijanju Google karata, tj. Google Earth-a i Google Street View-a - koji je

¹⁰⁴ Aplikacije AR omogućuju korisnicima otkrivanje lokalnih atrakcija i restorana fotografiranjem okoline. Međutim, to može dovesti do brzog izgorijevanja potrošača. Stoga bi oglašivači trebali nuditi posebne ponude ili popuste, umjesto stvaranja nereda s logotipom na Google kartama ili Google Street View. (Mies, 2010)

¹⁰⁵ YouTube prezentacija prve Pokémon Go reklame (The Official Pokémon YouTube channel, 2015)

fotografirao svaku ulicu. Njegovu kompaniju indikativnog naziva „Keyhole“ (Ključanica), financiranu od strane CIA-e, Google je otkupio 2004. godine, što sugerira da je cijeli projekt prvobitno bio namijenjen vojnoj industriji (Biddle, 2016). Iz te operacije je proizašla igrica Pokémon Go.

Google je preuzeo kontrolu nad svim javnim površinama putem Street Viewa, besplatno i bez ičijeg pristanka. U svakom od primjera, aplikacija je korištena za interakciju s korisnicima u stvarnom vremenu i prostoru, pa je tako igrica Pokémon Go sadržavala GPS koordinirane „PokéStops“, odnosno lokacije na kojima su igrači mogli zaraditi bodove. Bili su *pogurkani* (nudged) nagradama i kaznama, u igri privlačenja posjetitelja ka konkretnim objektima i lokacijama koji su plaćali stvarnu prisutnost posjetitelja, dok je posjetitelj bio uvjerenja da samo prati Pokémone kako bi ostvario što bolji rezultat (vpro documentary, 2019, str. 14).

Korisnik se izvrsno zabavljao sudjelujući u velikom eksperimentu koji je koristio alate za daljinsko, automatizirano upravljanje i oblikovanje ponašanja, sa ciljem realizacije interesa drugih i trećih strana. Koliko je pojava „zauzetosti zabavom“ istinita i zastrašujuća, te koliko je igrica PokémonGo bila zarazna i otišla u krajnost, možda najbolje govore objave nevladine organizacije (Posavina bez mina, 2016) koja je u nastojanju da ljude odvraća od lova na Pokémone ulaženjem u minska polja,¹⁰⁶ bila primorana stavljati objave na Facebook i druge medije.

Kreatori igre nisu ništa fizički umetnuli na platformu napravnice u vlasništvu kupca, kao ni u fizički prostor, ali je otkriveni problem kapitalizma nadzora, zbog preuzimanja kontrole, pokrenuo i pitanja o vlasništvu i monopolu, odnosno: Tko zna? Tko odlučuje? (Zuboff, str. 117)

Korištenjem bihevioralnog viška, što su sve informacije koje su prvobitno smatrane informacijskim otpadom, kompanije mogu započeti s predviđanjima o preferencijama određenih skupina bez njihovog znanja i suglasnosti (Zuboff, str. 91).

Tu je i sve šire područje hakiranja uređaja proširene stvarnosti, neovlaštenog audio i video nadzora te snimanja bez znanja korisnika,¹⁰⁷ što za sobom povlači etička i pravna pitanja vezana uz upotrebu AR tehnologije.

Zbog prethodno navedenog, način reklamiranja AI, AR i VR tehnologije ovisit će i od kvalitete digitalne infrastrukture, poput infrastrukture 5G mreže i sl., što će se odraziti na legislativu, odnosno propise vezane za medije, poput onih na razini nacionalnih država ili razini EU-a, zbog zaštite javnog prostora kao javnog dobra, kao i zbog zaštite privatnosti i zaštite podataka, što može utjecati i na tehnička svojstva uređaja, ali i njihov dizajn.

Sve ove problematike, pitanja i dileme proizlaze iz činjenice da su obim i uspješnost upotreba proširene stvarnosti, u obliku reklama na javnim površinama, u međuovisnosti odnosa između tehnologije, ekonomije, zakonodavstva, politike i vrijednosti društva, a prethodno je već spomenuto

¹⁰⁶ Iako aplikacija PokémonGo u to vrijeme nije bila službeno dostupna u regiji i nije postojala online podrška za njezino instaliranje na mobilnim uređajima, igrači su se snalazili na način da su ‘skidali’ piratske verzije koje nisu bile pokrivene Google earth lokacijama te su prateći GPS koordinate u potrazi za Pokémonima, ulazili u minska polje.

¹⁰⁷ Apple tužen zbog Siri-nog neovlaštenog snimanja korisnika

da zbog globalizacije korporacije postaju nadnacionalne i spajaju se s nacionalnim vlastima u 3P, što je samo po sebi jako problematično za društvo u cjelini.

„Ako je nešto besplatno, Vi ste proizvod.“¹⁰⁸

Gore navedeni aforizam je u praksi kroz eroziju privatnosti i zaštite osobnih podataka do savršenstva prvi doveo Google, na što je 2009.godine, u intervjuu danom CNBC-u, otvoreno ukazao tadašnji predsjednik Google-a, Eric Schmidt: „Ako imate nešto što ne želite da itko zna, možda to uopće ne biste trebali raditi [...], ali ako stvarno trebate takvu vrstu privatnosti, stvarnost je da tražilice, uključujući Google, zadržavaju te informacije ‘neko vrijeme’, koje, u konačnici, mogu biti prosljeđene i vlastima (Newman, 2009), pogotovo ako se uzme u obzir da su SAD i danas, 22 godine nakon napada 11. rujna, pod Patriot Act-om.“¹⁰⁹

U ranim danima interneta, Google, kao jedna od prvih kompanija s uslugom tražilice, zbog obima posjeta i nastojanja da odgovori na potražnju za informacijama, postao je najveća i najuspješnija ‘big data’ kompanija. No kako je pritisak na zaradu rastao, umjesto uvođenja naknada za Google-ove usluge, čelnici kompanije su se odlučili za model „izvlačenja“ osobnih podataka korisnika kao „sirovine za analizu“, što se realiziralo neuromarketingom uz pomoć algoritama, kroz ciljano oglašavanje, koje bi zatim mogli prodavati trećim stranama, a što je otvoreno ugrozilo privatnost i osobne podatke korisnika. Analizirajući izraz „izvlačenje“, Shoshana Zuboff je istakla da su korištenjem takve terminologije prave intencije zamaskirane iza „ravnodušnosti“ i „nezainteresiranosti“ Silicijske doline spram informacija koje izvlače o korisnicima interneta, pa je izraz problematičan i iz razloga što je „izvlačenje“ jednosmjerni proces, a ne odnos uz suglasnost. „Izdvajanje znači ‘uzimanje od’, a ne ‘davanje’ ili reciprocitet davanja i uzimanja” (Zuboff, 2019, str. 79).

Budući da podaci koje Silicijska dolina „izvlači“ dolaze iz izvora koji je ujedno i krajnji cilj korisnosti koje ti podaci proizvode, može se reći da nam korporacije, nezakonito, prodaju nas.

„Izvlačenje“ osobnih podataka dodatno je potencirano nosivom *pametnom* tehnologijom, o čemu otvoreno govore članci najistaknutijih obrazovnih institucija usmjerenih na inovativne tehnologije,

108 Aforizam pripisivan mnogim osobama. U članku „Little Brother Is Watching You: The Menace of Corporate America“ iz 1999.godine, Claire Wolfe, ispitala je elektronička tržišta osobnih podataka, biometrijske sustave i druge tehnologije koje se koriste za praćenje ljudi i došla do zaključka da ljudi više nisu kupci, već resursi kojim se upravlja radi zarade. „Kupac je sada netko drugi — i to, obično netko tko nema vaše najbolje interese pri srcu.“ U izjavama samohvale čelnici Intela su istakli da je čip Intel Pentium III procesor kompetentan podatke o korisnicima slati administratorima web lokacija te priznali da se i pristupom internetu putem računara s procesorom Pentium III, odnosno, ID-om čipa, može izraditi baza podataka o sklonostima klijenata, pratiti njihovu e-poštu i slično. Ono što je istakla kao najbitnije je da, ako Intel to učini **normom**, a kupnja putem interneta se nastavi povećavati, države će se založiti za višestruke metode identificiranja kupaca unutar svojih granica, što zahtijeva unakrsnu provjeru elektroničkih transakcija. Stoga će biti doneseni **zakoni** koji će zahtijevati da se CPU ID-ovi prenose „namjerno“. Oni koji ne budu „volontirali“ u davanju osobnih podataka, neće moći pristupiti e-trgovini, a neke, ako ne i sve, stranice će se „oglušiti“ (Wolfe, 1999).

109 „Američki Patriot Act“ je revizija Zakona o nadzoru nad građanima SAD-a, donesen samo šest tjedana nakon napada 11. rujna. Proširio je postojeće ovlasti državnih institucija i agencija da špijuniraju vlastite građane, istovremeno slabeći mehanizme provjere i prava javnosti na prigovor vladinim pretragama (American Civil Liberties Union, 2001). Potpisao ga je svaki od američkih predsjednika od 2001.godine do danas, bez obzira na mirnodopsko razdoblje i „ideološko-političke razlike“.

agencije i korporacije u službi zaštite vojnika na ratištima, čelnici nacionalnih vlada i nadnacionalnih organizacija, ali i reklame sa ciljem zaštite djece od zloporabe, kidnapiranja, trgovine djecom ili pronalaženja izgubljene djece u trgovačkim centrima, pa je tako još 2008. godine tvrtka BrickHouse Security, u suradnji sa Duracellom, prezentirala reklamu „Duracell, Sigurnost djece - Ad BrickHouse Child Locator“.¹¹⁰ 2016. godine tu tehnologiju je otvoreno reklamirao i Klaus Schwab, utemeljitelj i generalni direktor WEF-a, na švicarskoj nacionalnoj televiziji (RTS – Radio Télévision Suisse) u emisiji Pardonnez-moi, ukazujući na postupno uvođenje implantabilnih tehnologija koje će dovesti do spajanja našeg biološkog, fizičkog i digitalnog identiteta. S druge strane, Elon Musk u okviru svog projekta Neuralink, još od 2016. godine otvoreno radi na stvaranju sučelja ljudskog mozga i računalne, odnosno AI tehnologije, što upućuje na trasiranje puta ka transhumanizmu. Zagovara ga argumentima da ljudi budućnosti, ako žele biti konkurentni na tržištu AI tehnologije, robotike i robotskih radnika koji zadnju deceniju ubrzano zamjenjuju ljudsku radnu snagu u proizvodnim pogonima, uslužnim djelatnostima (bankarstvo¹¹¹, medicina¹¹², obrazovanje¹¹³, policija, vojska¹¹⁴) pa do područja pravosuđa - umjesto odvjetnika¹¹⁵, sudaca¹¹⁶ i tužitelja¹¹⁷, morat će se podvrgnuti „ažuriranju“ kako bi zadržali svoje poslove i bili adekvatna konkurencija robotima i tehnologiji umjetne inteligencije.¹¹⁸

Od **1986.** godine, kada Puma izbacuje na tržište „Puma COMDEX RS Computer“, prve pametne tenisice za trčanje sposobne za interakciju s računalom i praćenje statističkih podataka o nositelju tenisica – broj koraka i vrijeme nošenja tenisica (DeFY New York, 2018), apostrof na nosivu računalnu tehnologiju postaje intenzivniji i kroz televizijske reklame, pa je tako **2008.** godine kompanija Degree Deodorant objavila reklamu s *pametnom* nosivom tehnologijom, uključenom u infrastrukturu AI, AR, VR tehnologije *pametnih* gradova budućnosti, čiju implementaciju gledamo danas (Channel610, 2008). **2013.** godine, HTC Droid DNA predstavlja reklamu sa prikazom futurističkog laboratorija u kojoj je čovjekova DNK „obogaćena i nadgrađena“ tehnologijom nalik kiborgu (Popisms, **2013**).

Pored „sigurnosti djece“ i „sigurnosti“ općenito, javno zdravstvo je jedan od najučinkovitijih poligona za implementaciju nacionalnih i nadnacionalnih politika i trasiranje *pametne* infrastrukture kroz stvaranje osjećanja (samo)zadovoljstva nastalog kao rezultat građenja odgovornog odnosa prema osobnom zdravlju, a time i zdravlju cijele zajednice.

110 YouTube prezentacija reklame (BrickHouse Security, 2008).

111 Kako roboti mijenjaju lice bankarstva (Aggarwal, 2017).

112 6 najboljih primjena robota u medicini (Crawford, 2016).

113 Što roboti rade u školama (Johal, 2017).

114 Roboti policajci patroliraju korejskim ulicama (Wired Blogs, 2017); proizvođači vojne robotike vide budućnost za naoružane policijske robote (Tucker, 2016).

115 Prvi robotski odvjetnik na svijetu - Ross, angažiran u američkoj odvjetničkoj tvrtki (PTI, 2016).

116 Suci roboti uskoro bi mogli pomagati u sudskim predmetima (Griffin, 2016).

117 Kina stvorila prvog svjetskog AI tužitelja (Petersen, 2022).

118 Sve veća ovisnost čovječanstva o tehnologiji, uključujući srčane stimulatore i pametne telefone, dovela je do uspona transhumanizma, pokreta nadahnutog napretkom u umjetnoj inteligenciji i biogenetici, smatrajući da u socioekološkoj krizi, transhumanizam može donijeti samo dobrobit čovječanstvu (Madorrán Ayerra, 2019).

S tim u vezi, **2013.** godine tvrtka Motorola je predstavila elektroničku tetovažu¹¹⁹ i prototip nosivih proizvoda za „provjeru autentičnosti vitamina“ (Bohn, 2013), tj. tabletu koja, kada se proguta, stupa u interakciju s želučanom kiselinom i emitira 18-bitni signal iz tijela, čineći cijelu osobu uređajem za autentifikaciju. Elektroničku tetovažu, kao i *pametnu* oralnu tabletu koja vas pretvara u ljudsku lozinku, javnosti je predstavila Regina Dugan, prva žena na mjestu direktorice DARPA-e (Slate, 2013), a **2018.** godine na Svjetskom ekonomskom forumu, reklamirao ju je Albert Bourla¹²⁰, direktor Pfizera.

Pored javnog zdravstva, obrazovni sustav je još jedna od platformi podatnih za implementiranje javnih politika i utiranje puta ka sveopćoj digitalizaciji, pa je tako 2019. godine mogućnosti manipulacije pametnom nosivom tehnologijom i neslućenim ovlastima koje su time date kineskim vlastima Wall Street Journal opisao u članku „Kako Kina koristi umjetnu inteligenciju u učionicama“ (Wall Street Journal, 2019). No nisu se zadržali na kritici, pa je ista tehnologija afirmativno reklamirana kao „BrainCo - Traka za glavu za skeniranje mozga - ovaj uređaj vam omogućuje da kontrolirate sve oko sebe“ (Wall Street Journal, 2019).

Još jedna od perjanica akademske zajednice, profesorica i vodeća stručnjakinja za etičke, pravne i društvene posljedice razvoja tehnologije na pravnom fakultetu Duke, Nita A. Farahany, izjavljuje: „Možemo usaditi lažna sjećanja u mozak“.¹²¹

Način na koji bi vlasti mogle iskoristiti potencijale nosive *pametne* tehnologije na području javnog zdravstva, ali i osobne samorealizacije, Nita A. Farahany pobliže je predstavila početkom **2016.** godine u prezentaciji pod nazivom, „Moć mozga“. („Brain Power“, Nita A. Farahany) riječima: „Što ako bi živjeli u svijetu potpune transparentnosti?! Ako čak i ono o čemu sada razmišljate, znate da bih ja mogla znati i da bismo svi mogli vidjeti.“ Isto to je istakla na WEF-u na početku 2023. godine u još konkretnijoj vizualizaciji mogućih scenarija i kontrole produktivnosti na radnom mjestu, u prezentaciji pod nazivom „Borba za vaš mozak“.

U izvješću „Oblikovanje održive digitalne transformacije u općinama“ iz svibnja 2017. godine (Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit, 2017)¹²², Federalnog ministarstva okoliša, zaštite prirode i nuklearne sigurnosti Savezne Republike Njemačke, navodi se da za deset godina uopće nećemo gledati u svoje pametne telefone iz razloga što oni više neće

119 Prototip prve elektroničke tetovaže, MC10, bio je na ruci Regine Dugan, u vezi koje se *našalila* i rekla da „tinejdžeri možda ne žele nositi sat, ali možete biti sigurni da će nositi tetovažu samo kako bi razbjesnili svoje roditelje“ (Slate, 2013).

120 Albert Bourla: „To je, u biti, biološki čip koji se nalazi u tableti i kada uzmete tabletu i otopi se u vašem želucu, šalje signal da ste uzeli tabletu. Dakle, zamislite primjenu toga, povinovanje“ (Scott Cannon WLTH, 2022).

121 „... postoje neka stvarno zanimljiva istraživanja koja pokazuju da možemo usaditi lažna sjećanja u mozak. [...] jedno od novonastalih područja koje je stvarno zanimljivo u pravnoj neuroznanosti je otkrivanje boli, a kada shvatimo sklopove koji uzrokuju bol, pitanje je možemo li također onda usaditi bol i koristiti ga u mnogim prisilnim mjerama u pravnom sustavu“ (Laird, 2023).

122 S obzirom na to da je dokument sa službene stranice Federalnog ministarstva okoliša, zaštite prirode, graditeljstva i nuklearne sigurnosti već nekoliko puta obrisan ili poveznicom vodi na nevaljanu stranicu, priložene su i rezervne poveznice. <https://shorturl.at/jpB36> ; <https://shorturl.at/fhGT3>

postojati, odnosno, njihova funkcija će se integrirati u našu okolinu – pametne gradove. Upućujući već 2017. godine na odlike društva post-IoT, tj. nakon interneta stvari, odnosno, kako su ga nazvali, „Internet bez stvari“, pobliže opisuju odlike **društva nakon (osobnog) izbora** (str. 43), pri čemu će umjetna inteligencija zamijeniti dotadašnji osobni izbor i, na primjer, predložiti najoptimalnije prijevozno sredstvo od točke A do točke B. Segment istaknut u dokumentu je i Post-vlasničko društvo (str. 43) u kojem predviđaju da bi privatno vlasništvo moglo postati luksuz, a kao razlog za društvo bez (osobnog) vlasništva navodi se da posjedovanje *ima manje smisla* zbog zajedničkih resursa dostupnih svima, kako je istaknuto i u članku Ide Auken, članice danskog parlamenta, koji govori o dobrobitima kružne ekonomije, objavljenom na stranicama WEF-a krajem 2016. godine, pod naslovom: „Dobrodošli u 2030. Ne posjedujem ništa, nemam privatnosti, a život nikada nije bio bolji“ (World Economic Forum, 2016). To je sumirano krajem 2016. godine u promotivnom videu WEF-a, pod nazivom „8 predviđanja za svijet 2030: Nećete imati ništa i bit ćete sretni“¹²³ (World Economic Forum, 2017).

U dijelu izvješća okrenutom ka izgledu post-vlasničkog društva (str. 43) navodi se i da bi osobni podaci mogli dopuniti ili zamijeniti novac kao valutu, što još jednom potvrđuje izreku da su podaci nova nafta.

Nadovezujući se na *ideju* o podacima kao platežnom sredstvu, interesantan je patent Microsofta iz 2019., nazvan „Kripto-valutni sustav koji naše biometrijske podatke o tjelesnoj i mentalnoj aktivnosti kvantificira i pretvara u platežno sredstvo“ (Abramson, Fu, & Johnson, 2020).¹²⁴

U dijelu izvješća koji se odnosi na post-energetsko društvo (str. 43), zbog ojačavanja održivog razvoja navodi se da, ako se želi doći do podatkovne revolucije, prikupljanje energije - sposobnost generiranja i pohranjivanja energije na makro, mikro ili nano razini – mora postati uobičajena sa sensorima koji moraju biti energetski učinkoviti i energetski samodostatni.

Iz tog razloga se već skoro deceniju predlaže i pohrana podataka u DNK, zbog količine podataka pohranjive u naš „softver života“ (Templeton, 2016), a što je naviješteno i člankom iz 2015. godine: „DNK uređaj indijskih znanstvenika stvara energiju dodirom“ (The Economic Times, 2015). Što stoji u segmentu izvješća „Vizija društva nakon glasanja“, na globalnom se nivou, pa time i u institucije BiH, polako uvodi pod terminom e-uprava, a u dijelu dokumenta „Oblikovanje održive digitalne transformacije u općinama“ iz svibnja 2017., istaknuto je da, budući da se točno zna što ljudi rade i žele, potreba za izborima većinom ili glasanjem postaje zastarjela (str. 43). O istom je 2017. godine, na godišnjem summitu WEF-a, u razgovoru sa suosnivačem Google-a Sergeyom Brinom, otvoreno

123 Neke od točaka navedene u prezentaciji „8 predviđanja za svijet 2030: Nećete imati ništa i bit ćete sretni su: 1. Ljudi neće posjedovati ništa. Roba je ili besplatna ili se mora posuditi od države; 3. Organi se neće presađivati nego tiskati; 4. Konzumacija mesa bit će svedena na minimum; 6. Da bi se ograničila emisija ugljičnog dioksida, globalna cijena će biti postavljena na pretjerano visoku razinu; 8. Zapadne vrijednosti bit će testirane do točke sloma.

124 Senzor koji je fizički povezan s korisnikovim uređajem (*pametna* tehnologija) ili je ugrađen u njega, može otkriti, izmjeriti i kvantificirati aktivnost njegovog tijela. Kriptovalutni sustav koji je komunikacijski povezan s korisnikovim uređajem može provjeriti ispunjavaju li podaci o fizičkoj aktivnosti korisnika jedan ili više njegovih zahtjeva prije izdavanja kriptovalute, kao platežnog sredstva, korisniku čiji su podaci o fizičkoj aktivnosti potvrđeni.

govorio i utemeljitelj, izvršni direktor Svjetskog ekonomskog foruma, Klaus Schwab¹²⁵ (World Economic Forum, 2017).

I e-uprava, pod kojom je navedeno elektronsko glasovanje, ali i kupovina iz naslonjača, financijske transakcije, pristup zdravstvenim uslugama, izdavanje digitalnih putovnica¹²⁶ putem aplikacije e-građanin¹²⁷, već su uključene u digitalni identitet građana, tzv. ID2020.

Alijansa za digitalni identitet je u svom izvornom nazivu poznata kao ID2020¹²⁸, a utemeljena je od strane John Edge-a.¹²⁹ Projekt je pokrenut 20. 05. 2016. godine u New Yorku pod okriljem UN-a, u okviru globalnih ciljeva za održivi razvoj do 2030. godine (United Nations, 2016). Tijekom sastanka je od strane Monique Morrow, tada glavne izvršne direktorice CISCO-a, prvi puta bila predstavljena ideja „sloboda kao usluga“.¹³⁰

Tehnički sustav podrazumijeva univerzalnu upotrebu koja će se bez ukorjenjivanja vezati za različite kulture i civilizacije, čime će eliminirati starije oblike [kulture] i stvoriti novu kulturu (Ellul, 1990, str. 144) pa se društvo više neće razlikovati prema jezicima, etnicitetima, nacionalnostima, rasama, spolu, već prema kupovnim navikama, broju otkucaja srca, kvaliteti sna i opsegu korištenja aplikacija na pametnoj nosivoj tehnologiji, te prema količini *svojevoljno* danih osobnih podataka.

Stoga vrijednost *pametne* nosive tehnologije nije u samoj stvari, već u percepciji vrijednosti koju smo joj mi pripisali u ovisnosti od naših uvjerenja, sustava vrijednosti, okruženja, edukacije ili zdravstvenog stanja. Identificirajući se s grupom, koja u njegovom sustavu vrijednosti zauzima posebno mjesto, pojedinac se podvrgava u korist održavanja kohezije grupnih interesa pa njegove individualne kritičke sposobnosti bivaju oslabljene utjecajem grupne psihologije. To je Gustave Le Bon je obrazložio mišlju: „Osjećaji i ideje svih okupljenih poprimaju isti smjer i njihova svjesna individualnost nestaje [...] Formira se kolektivna inteligencija, nesumnjivo prolazna, ali s vrlo dobro definiranim karakteristikama [...] cijeli jedan narod, iako nema vidljive aglomeracije, pod djelovanjem određenih utjecaja može postati gomila.“ (Le Bon, *The crowd : a study of the popular mind*, 2001, str. 2)

Čini se da danas više nego ikada postoje sile koje djeluju kroz mainstream medije, popularnu kulturu i reklame, pokušavajući povećati sklonost pojedinca da sudjeluje u identifikaciji s određenim

125 Klaus Schwab: „Digitalne tehnologije uglavnom imaju analitičku moć. Sada [idemo] u prediktivnu moć, a Vaša je tvrtka jako uključena u to. Ali tada bi sljedeći korak mogao biti prelazak na preskriptivni režim, što znači da više ne morate čak ni imati izbore, jer znamo kakav će biti rezultat“.

126 Stiže hrvatska digitalna putovnica – među prvima u EU (Anđelković, 2023).

127 Uputa za izradu (e)putovnice (Ministarstvo vanjskih i europskih poslova, n.d.)

128 Bez identiteta, pojedinci su često nevidljivi - ne mogu glasati, pristupiti zdravstvenoj skrbi, pravnim pitanjima, otvoriti bankovni račun ili se školovati - i snose veći rizik od trgovine ljudima. Alijansa ID2020 razvila je prototip digitalnog identiteta, koristeći blockchain i biometriju za modernizaciju upravljanja identitetom. Sustav je usmjeren prema etičkom pristupu digitalnoj identifikaciji i uklanja potrebu za središnjim tijelom za identifikaciju osobe. Interoperabilan je s drugim bazama podataka i radi s mobilnim uređajima (ID2020 Alliance, 2017).

129 John Edge, (4:30): „Ovo je početak 15-o godišnje ambicije“, 4:42: „... ako imamo cilj koji je 15 godina dug, tada morate izgraditi proces ili sustav koji odgovara toj ambiciji...“ (United Nations, 2016).

130 Anuja Kochar Singh - vodi tehničku prodaju za NYC – posao vlade i obrazovanja za Cisco Systems (Cisco Blogs, n.d.), izvor fotografije: Twitter (Singh, 2016).

grupama pa time od pasivnog potrošača i gledatelja i sam nesvjesno postaje dijelom propagandne kampanje. Stoga oblikovanje pristanka možemo smatrati snagom koja u suvremenim demokracijama ljude i njihova mišljenja kontrolira protokom pomno odabranih informacija, a umjesto korištenja nasilnih sredstava i aktivnosti, koristite se sofisticirane metode koje bude i usmjeravaju naše svjesne i podsvjesne želje, preispituju i oblikuju naše vrijednosti, a što se može ogledati i kroz reklamiranje proizvoda ili usluga.

Krajnji cilj fokusa, u koji je pojedinac stavljen u reklamama, usmjeren je na što veće prihvaćanje pametne nosive tehnologije od strane cjelovitog društva jer se u demokraciji narod ne može kontrolirati silom, pa implementiranje javnih politika ovisi od odobrenja javnosti (Bernays L., str. 114), stoga je učinkovit način kontrole - kontrola misli, ovladavanjem sredstvima komunikacije.

Poticanjem i usmjeravanjem novih želja kroz komercijalne reklame, oblikovanjem percepcija dobrog i lošeg, potrebnog i nepotrebnog, bitnog i nebitnog, formiraju se nove vrijednosti, time i novi obrasci ponašanja u gradirajućem procesu, koji u svojim etapama ne kontroliraju konačno ponašanje već sklonost ka ponašanju (Skinner, Walden Two, 2005, str. 215-216), što je srž proizvodnje pristanka.

Oblikovanje pristanka kroz oglašivačku magiju utkanu u proizvode i usluge, hipnotizer i bihevorist Paul McKenna sumirao je izjavom: „[Jer] da bi se bilo što dogodilo u stvarnom svijetu, prvo se mora dogoditi u imaginarnom svijetu“ (Strategies for influence, 2019).

Bojazan koja proizlazi iz toga je da će se ulica pretvoriti u mjesto za sveopće promicanje prodaje i oglašavanje usluga ili proizvoda, a naši stanovi u maštovite digitalne zatvore bez zidova i bez želje pojedinca za otporom,¹³¹ opravdana je trijumfom Baudrillardovog potrošačkog društva, u kojem su elektroničke slike zauzele mjesto svake stvarnosti i značenja, generiranjem modela realnog, bez podrijetla tog „realnog“, i postale stvarnije od fizičke stvarnosti, ostavljajući iza sebe samo „pustinju stvarnog“ (Baudrillard, Simulacra and Simulation, 1981, str. 1), ali i spoznajom u kojoj Edward Bernays ukazuje da, pod pritiskom kriza i odluka, vladajući ne mogu čekati da ljudi postanu dovoljno educirani i time svjesni potrebe za promjenama društvenih ciljeva pa se implementiranje politika, koje će dovesti do ostvarenja tih promjena, realiziraju oblikovanjem pristanka koji se može smatrati nadopunom obrazovnog procesa (str. 114-115), između ostalog i kroz medije, odnosno adekvatnim reklamiranjem proizvoda i usluga, kontrolirajući i usmjeravajući ‘želje’ i ‘potrebe’ ka ciljanim promjenama.

U tom procesu, ne zaboravljajući na socioekonomske trendove 4IR, mediji, a time i reklame, postaju neinvazivni mehanizam za uvođenje i novih javnih politika kojima bi se javnost inače opirala.

131 „Sada kada znamo da pozitivni poticaj djeluje, a negativni poticaj ne, možemo biti promišljeniji i stoga uspješniji u svom kulturnom dizajnu. Možemo postići neku vrstu kontrole u kojoj se kontrolirani, iako slijede kodeks, mnogo pažljivije nego što je to ikada bio slučaj sa starim sustavom, ipak osjećaju slobodnima. Oni rade ono što žele raditi, a ne ono što su prisiljeni raditi. To je izvor ogromne snage pozitivnog poticaja - nema suzdržanosti ili pobune. Pažljivim kulturnim inženjeringom ne kontroliramo krajnje ponašanje, već sklonost ponašanju - motive, želje, požude. Zanimljivo je da se u ovom slučaju pitanje slobode nikada ne postavlja“ (Skinner, Walden Two, 2005, str. 215-216).

Nosivom *pametnom* tehnologijom te aplikacijama za pristup javnim uslugama integriranim u najavljene jedinstvene digitalne iskaznice kao i *pametnim* uređajima instaliranim u naše stanove i kuće, povezanim sa našim pametnim dolčevitama i satovima putem 5G mreže, i sami fizički postajemo integrirani u fizičke prostore *pametnih gradova* – digitalnih panoptikuma, odnosno zatvora bez fizičkog nasilja i bez zidova, o čemu je prema konstruktivnom panoptikumu Jeremyja Benthama¹³² pisao Michel Foucault u svom eseju „Nadzor i kazna: Rađanje zatvora“.

Benthamov panoptikum u digitalnom stoljeću postaje čudesan stroj koji osim usađivanja discipline putem nadzora jača unutarnju samoregulaciju pojedinca, jer pojedinci u dijadi kontrolor/nadzirani u sebi važu odnos moći, u kojem istovremeno igraju obje uloge; postaju i princip i svoje vlastito podjarmljivanje (Foucault, str. 137). Upravo onako kako mediji, internet i društvene mreže te pametna tehnologija koja diktira samo-kontrolu i samo-disciplinu nad psihofizičkim zdravljem utječu na samo-regulaciju i autocenzuru, odnosno kako AR i VR kupovina iz naslonjača utječu na prividnu povezanost i bliskost jedinki sa okolnim svijetom, a u stvari su njegovo apsolutno otuđenje.

Danas je ta psihofizička disciplina, odnosno „zatvor bez nasilja“, rafinirano utkana i kroz reklame, percepcijom korisnosti, kroz dobrobit samo-nadzora, dobrobit promjene prehrambenih navika konzumiranjem ‘zdrave’ hrane nižeg karbonskog otiska, koji će biti pridruženi našoj ID2020 i bezgotovinskim platežnim sredstvima¹³³, zbog izbacivanja plastike iz uporabe u cilju očuvanja okoliša i smanjenja troškova tiskanja novca, uz kvalitetnije iskorištenje vremena kupovinom ‘iz naslonjača’, a koje zbog ‘praktičnosti’ takve kupovine sve otvorenije najavljuju i nacionalne i nadnacionalne institucije ultimativnim rješenjem – digitalnom valutom centralnih banaka, CBDC-jem (Jung B., 2023), kojom će svi posrednici između fizičkih osoba – kupaca – klijenata i banaka biti ukinuti.¹³⁴ To će direktno utjecati i na likvidnost svake fizičke osobe jer će programabilnost koju omogućava digitalni novac omogućiti i nagrađivanje, ali i sankcioniranje građana utemeljeno na ponašanju,¹³⁵ po uzoru na kineski sustav socijalnog kredita, zbog čega će biti i ograničenog roka trajanja. Centralne banke će imati uvid u sve transakcije svakog pojedinca - u stvarnom vremenu. Samodisciplina će biti nagrada zbog koje ćemo na sebe gledati kroz percepciju više vlastite društvene vrijednosti, morala i svijesti, u odnosu na one koji to ne čine, a da bi taj proces bio uspješan, potrebno je prethodno [de]senzibiliziranje javnosti za one slike svijeta koje proizvode oblik otuđenja kroz suvremenu tehnologiju, jer je tehnologija postala pokretačka sila novog društvenog poretka i objekt vjerskog obožavanja u dvostrukom religioznom fenomenu (delirij potrošnje - obožavanje tehničkog predmeta), koji je svoj izraz i posvećenost pronašao u reklami (Ellul, str. 146-148).

132 Panoptikum zatvorski sustav je mehanizam društvene kontrole, oživljen u obliku središnje promatračnice smještene unutar kruga zatvorskih ćelija (The ethics centre, 2017). Postat će sveobuhvatni simbol modernog autoriteta i discipline u zapadnom svijetu.

133 DO Black - prva kreditna kartica na svijetu s karbonskim limitom (Akristersson, 2019)

134 Izravni CBDC privlačan je zbog svoje jednostavnosti jer eliminira ovisnost o posrednicima tako što ih ukida. (Auer & Böhme, 2020).

135 Zamjenik upravnog direktora MMF-a, Bo Li: „Programiranjem CBDC-a, novac se može precizno usmjeriti prema onome što ljudi mogu posjedovati i što [ljudi mogu raditi]“ (Muchai, 2022).

Slijedom toga, analogno se dobiva i zaključak da je potencijal reklama za oblikovanje pristanka na buduće socioekonomske trendove neosporan.

Povezivanjem i animiranjem ulica sutrašnjice omogućit će se nove aktivnosti i novi načini međusobnog upoznavanja i stvaranja društvenih veza - nova hiperrealnost. Nositelji javnih i reklamnih kampanja više neće biti influenceri iz miljea pop-kulture, već „neutralna“ *inteligencija* pametnih gradova koja se oslanja na interakciju ljudi s digitalnim platformama i nosivom tehnologijom, te na komunikaciju tih platformi između sebe, čime će se potaknut opći merchandising¹³⁶ urbanog prostora.

Tako oblikovane reklame oslikavaju sveobuhvatnu sliku društva pa time igraju suptilnu ulogu i u redefiniranju onoga što se smatra dominantnim, bitnim, ispravnim i, unatoč tomu što nisu pokretač društvenih promjena, igraju važnu ulogu u procesu oblikovanja pristanka javnosti na buduće socioekonomske trendove jer vrijednost i moć reklama nisu u paljenju vatre nego u raspirivanju plamena.

Stoga, „Ako sami ne preuzmete odgovornost za vlastito programiranje, netko drugi hoće“ (McKenna & Azman, 2023).

Bibliografija

- Abbott, D. (2010). *The handbook of fifth-generation (5GW): a fifth generation of war* (2 izd.). Ann Arbor, Michigan: Nimble Books LLC. Preuzeto 10. 10. 2020.
- Abramson, D., Fu, D., & Johnson, J. E. (2020). *Cryptocurrency System Using Body Activity Dana*, 26. 3 2020., Preuzeto 2021 iz WIPO: <https://patentscope.wipo.int/search/en/detail.jsf?docId=WO2020060606>
- adidas (2021). *Pride Swimsuit*. Preuzeto 16. 8. 2023. iz adidas United States: <https://www.adidas.com/us/pride-swimsuit/IA3339.html>
- Aggarwal, N. (2017) *How robots are changing the face of banking.*, 22. 2 2017., Preuzeto 15. 6. 2020. iz www.theasianbanker.com: <https://www.theasianbanker.com/updates-and-articles/how-robots-are-changing-the-face-of-banking>
- Akristersson, A. (2019). *DO Black - the world's first credit card with a carbon limit*, 30. 4. 2019., Preuzeto 6. 2022. iz www.mastercard.com: <https://www.mastercard.com/news/europe/sv-se/nyhetsrum/pressmeddelanden/sv-se/2019/april/do-black-the-world-s-first-credit-card-with-a-carbon-limit/>
- American Civil Liberties Union (2001). *Surveillance Under the USA/PATRIOT Act*, 23. 10. 2001., Preuzeto 20. 5. 2020. iz American Civil Liberties Union: <https://www.aclu.org/documents/surveillance-under-usapatriot-act>

¹³⁶ Merchandising - aktivnost povećanja svijesti ljudi o proizvodima i povećanje prodaje putem oglašavanja, posebnih projekcija ili događaja (Cambridge Dictionary, 2023).

- Anđelković, K. (2023) *Croatian Digital Passport Coming - Among First in EU*, 3. 10. 2023. Preuzeto 5. 10. 2023. iz Total Croatia: <https://total-croatia-news.com/news/croatian-digital-passport-coming-among-first-in-eu/>
- Arango, T., & Stelter, B. (2009). *Messages With a Mission, Embedded in TV Shows*. 1. 4 2009. Preuzeto 10. 2021. iz The New York Times: <https://www.nytimes.com/2009/04/02/arts/television/02gates.html>
- Aubrey, A. (2013). *Why Bill Gates Is Investing In Chicken-Less Eggs*, 13. 6. 2013. Preuzeto 7 2022 iz NPR: <https://www.npr.org/sections/thesalt/2013/06/13/191029875/why-bill-gates-is-investing-in-chicken-less-eggs>
- Auer, R., & Boehme, R. (2020). The technology of retail central bank digital currency. Preuzeto 14. 03. 2023. Wwww.bis.org. https://www.bis.org/publ/qtrpdf/r_qt2003j.htm
- Baudrillard, J. (1981). *Simulacra and Simulation*. Ann Arbor: The University of Michigan Press. Preuzeto 5. 2022 iz http://net-workingworlds.weebly.com/uploads/1/5/1/5/15155460/simulacra_simulation.pdf
- Bernays L., E. (1947). The Engineering of Consent. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 250(1), 113-120. doi:10.1177/000271624725000116
- Biddle, S. (2016). *Privacy Scandal Haunts Pokemon Go's CEO*, 9. 8. 2016. Preuzeto 4. 2020. iz The Intercept: <https://theintercept.com/2016/08/09/privacy-scandal-haunts-pokemon-gos-ceo/>
- Bohn, D. (2013). *Motorola shows off insane electronic tattoo and 'vitamin authentication' prototype wearables*, 29. 5. 2013. Preuzeto 2. 12. 2021. iz The Verge: <https://www.theverge.com/2013/5/29/4377892/motorola-shows-electronic-tattoo-and-vitamin-authentication-prototypes>
- BrickHouse Security (2008). *Duracell Child Safety Ad BrickHouse Child Locator*, 24. 7. 2008., Preuzeto 21. 4. 2021. iz [www.youtube.com: https://www.youtube.com/watch?v=hGCv7RzEwR8](https://www.youtube.com/watch?v=hGCv7RzEwR8)
- Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit. (2017). *BMUB und BBSR Studie: „Smart City Charta: Digitale Transformation in den Kommunen nachhaltig gestalten“ | Bundesvereinigung der Landes- und Stadtentwicklungsgesellschaften e.V.* Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit, Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) im Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (BBR). Bonn: Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit. Preuzeto 2022. iz DE.DIGITAL - Smart City Charta Digitale Transformation in den Kommunen nachhaltig gestalten: http://neu.bvleg.de/sites/default/files/3BMUB_Smart_City_Charta_Digitale_Transformation_in_den_Kommunen_nachhaltig_gestalten.pdf
- Cambridge Dictionary (2023). *merchandising*, 10. 5. 2023. Preuzeto 2. 6. 2023. iz @CambridgeWords: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/merchandising>

- Channel610 (2008). *Degree - Absolute Protection (It won't let you down)*, 9. 5. 2008. Preuzeto 24. 3. 2022. iz [www.youtube.com](https://www.youtube.com/watch?v=3FwuxXjGmpY): <https://www.youtube.com/watch?v=3FwuxXjGmpY>
- Cisco Blogs (n.d.). *Anuja Singh*. Preuzeto 18. 7. 2022. iz Cisco Blogs: <https://blogs.cisco.com/author/anujasingh>
- Clive Humby (n.d.). Preuzeto 15. 10. 2022. iz [www.sheffield.ac.uk](https://www.sheffield.ac.uk/dcs/people/academic-visitors/clive-humby): <https://www.sheffield.ac.uk/dcs/people/academic-visitors/clive-humby>
- Crawford, M. (2016). *Top 6 Robotic Applications in Medicine*, 14. 9. 2016. Dohvaćeno iz [Asme.org](https://www.asme.org/topics-resources/content/top-6-robotic-applications-in-medicine): <https://www.asme.org/topics-resources/content/top-6-robotic-applications-in-medicine>
- DeFY New York. (2018). *The First Computerized Running Shoe 1986: The Puma COMDEX RS Computer*, 26. 3. 2018. Preuzeto 23. 7. 2022. iz [www.youtube.com](https://www.youtube.com/watch?v=qd9BR4fvguM): <https://www.youtube.com/watch?v=qd9BR4fvguM>
- Duddu, P. (2021). *Augmented Reality (AR): Regulatory Trends identified by GlobalData*, 22. 12. 2021. Preuzeto 11. 2022. iz Retail Banker International: <https://www.retailbankerinternational.com/comment/augmented-reality-ar-regulatory-trends/>
- Ellul, J. (1975). *The New Demons*. New York: Seabury Press. Preuzeto 11. 11. 2022. iz http://www.newhumanityinstitute.org/pdf-articles/Jacques_Ellul-New-Demons.pdf
- Ellul, J. (1990). *The technological bluff*. (G. W. Bromiley, Prev.) Grand Rapids, Michigan: W.B. Eerdmans. Preuzeto 11. 11. 2022. iz https://monoskop.org/images/5/50/Ellul_Jacques_The_Technological_Bluff.pdf
- Foucault, M. (1977). *Discipline and punish: The birth of the prison*. (A. Sheridan, Prev.) New York: Vintage Books. Dohvaćeno iz https://monoskop.org/images/4/43/Foucault_Michel_Discipline_and_Punish_The_Birth_of_the_Prison_1977_1995.pdf
- Green, D. (2023). *Target learns the Bud Light lesson: Go woke, go broke*, 2. 6. 2023. Preuzeto 23. 7. 2023. iz Washington Examiner: <https://www.washingtonexaminer.com/opinion/target-learns-the-bud-light-lesson-go-woke-go-broke>
- Griffin, A. (2016). *Robot judges could soon be helping out with court cases*, 24. 10. 2016. Preuzeto 30. 9. 2020. iz The Independent: <https://www.independent.co.uk/tech/ai-judge-robot-european-court-of-human-rights-law-verdicts-artificial-intelligence-a7377351.html>
- Huber, B. M., Smith, H., & Comstock, M. (2018). *UN Sustainable Development Goals—The Leading ESG Framework for Large Companies* 4. 10. 2018. Preuzeto 11. 2022. iz The Harvard Law School Forum on Corporate Governance: <https://corpgov.law.harvard.edu/2018/10/04/un-sustainable-development-goals-the-leading-esg-framework-for-large-companies/>
- Huet, N., & Paun, C. (2017). *Meet the world's most powerful doctor: Bill Gates*, 4. 5. 2017. Preuzeto 23. 9. 2020. iz POLITICO: <https://www.politico.eu/article/bill-gates-who-most-powerful-doctor/>

- ID2020. (22. 8 2019). *Announcing ID2020 2019 Summit – Rising up to the “Good” ID Challenge*. Preuzeto 3. 10. 2020. iz ID2020: <https://medium.com/id2020/announcing-id2020-2019-summit-rising-up-to-the-good-id-challenge-aa3a4669b139>
- ID2020 Alliance. (2017). *Committed to improving lives through digital identity*, 11. 2017. Preuzeto 10 2020 iz ID2020 Alliance: <https://www.konjunktion.info/wp-content/uploads/2018/01/ID2020Alliance-Doc-Nov2017.pdf>
- Javornik, A. (2016). *The Mainstreaming of Augmented Reality: A Brief History*, 4. 10. 2016. Preuzeto 10 2022 iz Harvard Business Review: <https://hbr.org/2016/10/the-mainstreaming-of-augmented-reality-a-brief-history>
- Johal, W. (2017). *What are robots doing in schools?*, 29. 6. 2017. Preuzeto 21. 9 2021 iz BOLD: <https://bold.expert/what-are-robots-doing-in-schools/>
- Jung, B. (2023). *G20 Announces Plan to Impose Digital Currencies and IDs Worldwide*, 12. 9. 2023., Preuzeto 13. 9. 2023. iz <https://www.ntd.com>: https://www.ntd.com/g20-announces-plan-to-impose-digital-currencies-and-ids-worldwide_941560.html
- Krychiw, J. (2023). *ESG Scores: The good, the bad, & why they matter*, 13. 2. 2023. Preuzeto 4 2023 iz Conservice ESG: [https://esg.conservice.com/esg-scores-why-they-matter/#:~:text=An%20ESG%20score%20is%20a,inclusion%20\(DE%26I\)%2C%20and%20human%20rights](https://esg.conservice.com/esg-scores-why-they-matter/#:~:text=An%20ESG%20score%20is%20a,inclusion%20(DE%26I)%2C%20and%20human%20rights)
- Laird, A. (2023). *Nita A. Farahany - Planting False Memories / Inducing Pain*, 12. 4 2023. Preuzeto 15. 4 2023 iz www.youtube.com: <https://www.youtube.com/watch?v=235pZTcc14w>
- Le Bon, G. (2001). *The crowd : a study of the popular mind* (2nd izd.). Mineola, New York: Dover Publications. Dohvaćeno iz <https://ratical.org/PandemicParallaxView/mp3s/The-Crowd-A-Study-of-the-Popular-Mind-by-Gustave-Le-Bon.pdf>
- MacLeod, A. (2021). *Revealed: Documents Show Bill Gates Has Given \$319 Million to Media Outlets*, 15. 11. 2021. Preuzeto 2022. iz MintPress News: <https://www.mintpressnews.com/documents-show-bill-gates-has-given-319-million-to-media-outlets/278943/>
- Madorrán Ayerra, C. (2019). *An Eco-Social Perspective on Transhumanism.*, 16. 8 2019. Preuzeto 21. 3. 2023 iz Green European Journal: <https://www.greeneuropeanjournal.eu/an-eco-social-perspective-on-transhumanism/>
- mattyivanovic (2022). *TRANSHUMANISM #5: Klaus Schwab Predicts the Next Decade, 10/1/2016*. Preuzeto 2022. iz rumble.com: <https://rumble.com/vrwbb7-transhumanism-5-klaus-schwab-predicts-the-next-decade-1012016.html>
- McKenna, P., & Azman, T. (2023). *But Really, Is Hypnosis Real? Hypnotist Paul McKenna Explains*, 15. 8. 2023. Preuzeto 21. 9 2023 iz Mindvalley Blog: <https://blog.mindvalley.com/is-hypnosis-real/>

- Mensah, J., & Casadevall, S. R. (2019). Sustainable development: Meaning, history, principles, pillars, and implications for human action: Literature review. (S. Ricart Casadevall, Ur.) *Cogent Social Sciences*, 5(1), 1-21. doi:10.1080/23311886.2019.1653531, 8. 9. 2019.
- Mies, G. (2010). *Skeptical Shopper: Enhanced Advertising in Augmented Reality*, 21. 6. 2010. Preuzeto 18. 9. 2022. iz PCWorld: https://www.pcworld.com/article/507354/skwptical_shopper_enhanced_advertising.html
- Ministarstvo vanjskih i europskih poslova (n.d.). *UPUTA ZA IZRADU PUTOVNICE*. Preuzeto 6. 10. 2023. iz template.gov.hr: <https://mvpep.gov.hr/konzularne-informacije-106796/uputa-za-izradu-putovnice/106850>
- Morgan, R. (2018). *Bill Gates and Richard Branson are betting lab-grown meat might be the food of the future*, 23. 3. 2018., Preuzeto 1. 2 2022 iz CNBC: <https://www.cnbc.com/2018/03/23/bill-gates-and-richard-branson-bet-on-lab-grown-meat-startup.html>
- Muchai, F. (2022). *Watch: IMF deputy managing director's opinion on CBDC – Cryptopolitan*, 17. 10. 2022. Preuzeto 25. 10 2022 iz www.cryptopolitan.com: <https://www.cryptopolitan.com/imf-deputy-managing-directors-opinion-cbdc/>
- New York Times Events. (2017). *DealBook 2017: The Economy, Consumers and Redefining the Long Term*, (9. 11. 2017. Preuzeto 2022 iz www.youtube.com: <https://youtu.be/-cCs9Kh2Q08?t=1667>
- Newman, J. (2009). *Google's Schmidt Roasted for Privacy Comments*, 11. 12. 2009. Preuzeto 2 2022 iz PCWorld: https://www.pcworld.com/article/515472/googles_schmidt_roasted_for_privacy_comments.html
- O'Keefe, E. (2021). *Bill Gates is America's Largest Farmland Owner*, 11. 1. 2021. Preuzeto 21. 9 2022 iz The Land Report: <https://landreport.com/farmer-bill>
- Park, Y. (2016). Preuzeto 12. 4 2019 iz HuffPost: https://www.huffpost.com/entry/the-fourth-industrial-rev_b_11325636
- Petersen, M. (2022). *China has created the world's first AI prosecutor*, 5. 1. 2022. Preuzeto 10. 9 2022 iz ZME Science: <https://www.zmescience.com/science/china-has-created-the-worlds-first-ai-prosecutor/>
- Popisms (2013). *Verizon Wireless Commercial for HTC Droid DNA - Pop Culture Cross-References and Connections on @POPisms*, 2. 2013. Preuzeto 6. 11 2022 iz www.popisms.com: <https://www.popisms.com/TelevisionCommercial/68423/Verizon-Wireless-Commercial-for-HTC-Droid-DNA-2013>
- Posavina bez mina (2016). *PokémonGo* 18. 7. 2016. Dohvaćeno iz Facebook: <https://www.facebook.com/pbmbrecko/posts/360086957448425/>

- PRNOTW. (2008). *Revolutionary BrickHouse Child Locator Sells Out in 48 Hours After National Duracell Ad Campaign Airs*, 9. 7. 2008. Preuzeto 25. 1 2020 iz Security Info Watch: <https://www.securityinfowatch.com/home/news/10552855/revolutionary-brickhouse-child-locator-sells-out-in-48-hours-after-national-duracell-ad-campaign-air>s
- PTI (2016). *World's first robot lawyer ROSS hired by US law firm*, 16. 5. 2016. Preuzeto 25. 7 2021 iz mint: <https://www.livemint.com/Politics/bQNLHR96A5G4Kvg81JwWFM/Worlds-first-robot-lawyer-ROSS-hired-by-US-law-firm.html>
- Raisinghani, V. (2023). *Bill Gates says fake meat products will eventually be 'very good' – here are 3 stocks to take advantage*, 24. 1. 2023. Preuzeto 21. 6 2023 iz moneywise.com: <https://moneywise.com/investing/stocks/bill-gates-is-betting-on-fake-meats>
- Schwab, K. (2016). *The Fourth Industrial Revolution*, by Klaus Schwab. Preuzeto 2020 iz World Economic Forum: <https://www.weforum.org/pages/the-fourth-industrial-revolution-by-klaus-schwab>
- Schwab, T. (2020). *Journalism's Gates keepers*, 21. 8. 2020. Preuzeto 2021. iz Columbia Journalism Review: <https://www.cjr.org/criticism/gates-foundation-journalism-funding.php>
- Scott Cannon WLTH (2022). *Pfizer CEO Albert Bourla explains Pfizer's new tech to Davos crowd ingestible pills*, 14. 6. 2022. Preuzeto 20. 6 2022 iz [www.youtube.com](https://www.youtube.com/watch?v=k9OeZTBUFaY): <https://www.youtube.com/watch?v=k9OeZTBUFaY>
- Singh, A. (2016). *Powerful concept - freedom as a service*, 20. 5. 2016. Preuzeto 18. 7. 2022. iz Twitter Publish: <https://publish.twitter.com/?query=https%3A%2F%2Ftwitter.com%2Fanujaksingh%2Fstatus%2F733725226517794817&widget=Tweet>
- Skinner, B. (2005). *Walden Two*. Indianapolis: Hackett Publishing. Preuzeto 29. 5. 2022. iz <http://www.iakovlev.org/zip/skinner.pdf>
- Slate (2013). *The Swallowable Pill That Makes You Into a Human Password*, 31. 5. 2013. Preuzeto 21. 12 2020 iz [www.youtube.com](https://www.youtube.com/watch?v=Etdk3_t7_FE): https://www.youtube.com/watch?v=Etdk3_t7_FE
- Stockcircle (n.d.). *Bill Gates: 2 Beyond Meat transactions (Bill & Melinda Gates)*. Preuzeto 30. 5. 2023. iz [stockcircle.com](https://stockcircle.com/portfolio/bill-gates/bynd/transactions): <https://stockcircle.com/portfolio/bill-gates/bynd/transactions>
- Strategies for influence (2019). *Paul McKenna - I Can Make You*, 28. 10. 2019. Preuzeto 15. 2 2023 iz Strategies for influence: <https://strategiesforinfluence.com/paul-mckenna-i-can-make-you/>
- Syniverse Moderator (2023). *How Augmented Reality (AR) is Transforming the Hospitality Industry*, 5. 3. 2023. Preuzeto 5. 2023. iz The Syniverse Blog: <https://www.syniverse.com/blog/mobile-marketing/augmented-reality-hospitality-industry/#:~:text=The%20survey%20shows%20that%2061>

- Tepleton, G. (2016). *How DNA data storage works - ExtremeTech*, 8. 7. 2016. Preuzeto 21. 9 2022 iz ExtremeTech: <https://www.extremetech.com/extreme/231343-how-dna-data-storage-works-as-scientists-create-the-first-dna-ram>
- Temple-West, P. (2023). *S&P drops ESG scores from debt ratings amid scrutiny*, 8. 8. 2023. Preuzeto 15. 8 2023 iz Financial Times: <https://www.ft.com/content/9426937e-28d3-4846-8440-c30583524d4c>
- The Economic Times (2015). *Indian scientists' DNA device generates power from touch*, 16. 8. 2015.) Preuzeto 28. 6 2022 iz The Economic Times: <https://economictimes.indiatimes.com/news/science/indian-scientists-dna-device-generates-power-from-touch/articleshow/48500875.cms>
- The ethics centre (2017). *Ethics Explainer: The Panopticon - What is the panopticon effect?* 18. 07. 2017. Preuzeto 24. 09 2022 iz THE ETHICS CENTRE: <https://ethics.org.au/ethics-explainer-panopticon-what-is-the-panopticon-effect/>
- The Official Pokémon YouTube channel (2015). *Discover Pokémon in the Real World with Pokémon GO!*, 10. 09. 2015. Preuzeto 19. 10. 2022. iz www.youtube.com: <https://www.youtube.com/watch?v=2sj2iQyBTQs&t=3s>
- The Random Archivist 2023). *WEF 2023 "The Battle for Your Brain"*, 24. 1 2023. Preuzeto 1 2023 iz www.youtube.com: <https://www.youtube.com/watch?v=YJe-dUFYUGo&t=35s>
- Tucker, P. (2016). *Military Robotics Makers See a Future for Armed Police Robots*, 11. 7. 2016. Preuzeto 22. 10 2021 iz Defense One: <https://www.defenseone.com/technology/2016/07/military-robotics-makers-see-future-armed-police-robots/129769/>
- United Nations (2015). *The 17 sustainable development goals*. Preuzeto 2020 iz United Nations: <https://sdgs.un.org/goals>
- United Nations (2016). *United Nations Office for Partnerships (UNOP) on ID 2020: Harnessing the Power of Digital Legal Identities for Global Good - Press Conference | UN Web TV*, 20. 5. 2016. Preuzeto 12. 5 2021 iz media.un.org: <https://media.un.org/en/asset/k17/k17peww8gf>
- Vertovšek, N., i Tomović, A. (2015). *Medijsko zavođenje u suvremenom društvu spektakla i manipulacije. In medias res : časopis filozofije medija*, 4(6), str. 955. Preuzeto 15. 11 2020 iz <https://hrcak.srce.hr/151830>
- vpro documentary (2019). *Shoshana Zuboff on surveillance capitalism | VPRO Documentary*, 21. 12. 2019. Preuzeto 3 2020 iz www.youtube.com: <https://youtu.be/hIXhnWUmMvw?t=841>
- Wall Street Journal (2019). *Brainco-The Brain Scanning Headband*, 1. 10. 2019. Preuzeto 2021 iz YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=JMLsHI8aVog>

- Wall Street Journal (2019). *How China Is Using Artificial Intelligence in Classrooms* | WSJ, 1. 10. 2019. Preuzeto 2021 iz YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=JMLsHI8aVog>
- WayRay (2019). *Future is closer than you think with WayRay*, 7. 1. 2020. Preuzeto 10 2022 iz [www.youtube.com](https://www.youtube.com/watch?v=gZTPhV3nUYk): <https://www.youtube.com/watch?v=gZTPhV3nUYk>
- WayRay (7. 1 2020). *WayRay | CES 2020: WayRay to unveil the first-ever full-color holographic AR display, announce a strategic partnership with Covestro, and move beyond automotive industry applications thanks to a new collaboration with Doosan Bobcat*. Preuzeto 10 2022 iz WayRay : <https://wayray.com/press-releases/ces2020>
- Wired Blogs (2017). *Robot Cops to Patrol Korean Streets*, 17. 1. 2017. Preuzeto 30. 07. 2020 iz Wired: <https://www.wired.com/2006/01/robot-cops-to-p/>
- Wolfe, C. (1999). *Wolfe's Lodge - Essays - Little Brother is Watching*. Preuzeto 15. 04. 2022 iz [billstclair.com](https://billstclair.com/lodge/E_LittleBrother.shtml): https://billstclair.com/lodge/E_LittleBrother.shtml
- World Economic Forum (2016). *Welcome To 2030: I Own Nothing, Have No Privacy And Life Has Never Been Better*, 11. 11. 2016. Preuzeto 1 2017 iz [web.archive.org](https://web.archive.org/https://www.weforum.org/agenda/2016/11/shopping-i-can-t-really-remember-what-that-is/): <https://web.archive.org/https://www.weforum.org/agenda/2016/11/shopping-i-can-t-really-remember-what-that-is/>
- World Economic Forum (2016). *Brain Power* | Nita A. Farahany, 16. 2. 2016. Preuzeto 11 2022 iz [www.youtube.com](https://www.youtube.com/watch?v=RkCQMYTwLoc): <https://www.youtube.com/watch?v=RkCQMYTwLoc>
- World Economic Forum (2017). *8 Predictions For The World In 2030*, 6. 2. 2017. Preuzeto 10. 2 2020 iz Internet Archive: <https://archive.org/details/8-predictions-for-the-world-in-2030>
- World Economic Forum (2017). *Davos 2017 - An Insight, An Idea with Sergey Brin*, 19. 1. 2017.). Preuzeto 15. 6 2021 iz [www.youtube.com](https://youtu.be/ffvu6Mr1SVC?t=595): <https://youtu.be/ffvu6Mr1SVC?t=595>
- World Economic Forum. (2020). *The Internet of Bodies Is Here: Tackling new challenges of technology governance*, 6. 8. 2020. Preuzeto 10. 2020. iz World Economic Forum: <https://www.weforum.org/reports/the-internet-of-bodies-is-here-tackling-new-challenges-of-technology-governance/>
- Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. New York, New York: Public Affairs, (15. 1. 2019. Preuzeto 12. 12 2022.

The Manipulative Power of Advertisements in shaping Consent to future Socioeconomic Trends

Abstract

In a globalized world, commercials are increasingly taking on the role of sculptors of perceptions, values and attitudes, and, thanks to the technology of the 21. century, they are gaining the power over the human mind that fire or flood have. Through increasingly sophisticated techniques they have reached artistic levels in seducing audiences. Layers, complexity and technically polished audiovisual experiences, made possible by AI, AR and VR technology, opened up space for commercials to go beyond the framework of their established concept, i.e. encouraging consumerism with the aim of quick financial gain. The accelerated development of technology and thus increasingly fierce competition in the battle for the customer's mind, have consequently created hyperproduction and oversaturation of information, thereby shortening the attention span of the recipient of information. The need for a re-evaluation of the power range of commercials arises also due to the transformation of relations at the global level that go from national frameworks to supranational ones. Short duration, technically perfected audio-visual experience with simple messages and slogans, that are imprinted on the consumer's mind through constant repetition, enables commercials to become a non-invasive form of indoctrination, so these seemingly unnecessary products and services are able to expand their purpose on engineering of consent towards easier implementation of future policies.

Key words: commercials, trend, engineering of consent, propaganda, manipulation.



This journal is open access and this work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.