

## **Dragan Čalović, Zoran Jevtović**

Megatrend univerzitet, Fakultet za kulturu i medije, Ul. Goce Delčeva 11, RS-11070 Novi Beograd  
dcalovic@megatrend.edu.rs, zjevtovic@megatrend.edu.rs

# **Kriza demokracije u globalnom medijapolisu**

### **Sažetak**

*Ako je u antičkom polisu Platona brinulo što se građani samodovoljno oslanjaju na vlastita uvjerenja o vrlinama, ne tragajući za znanjem, današnjeg žitelja globalnog pseudopolisa opčinjavaju simulirane informacije, slike i uvjerenja koja nezamislivim bujanjem kreiraju društvenu svijest. U sjenci masmedijskih pećina uočavaju se obrisi transformirane demokracije koja je sve izloženija silovitim naletima megakorporativnih interesa, dominantnih geopolitičkih utjecaja, kulturnog determinizma i redefiniranog vjerskog fundamentalizma. Usamljenom pojedincu na Agori sve je teže formirati i sačuvati vlastito mišljenje, ideje i vrijednosti. Infoprostor je pokriven globalnom mrežom informacija i podataka, dok čin razmjene simboličkih sadržaja od čovjeka preuzimaju strojevi! Sloboda izražavanja medija je kisik otvorenog, javnog komuniciranja, stup demokratskih građevina, ali problem je u činjenici što čuvari informacijskih ulaza i dalje stražare, ovoga puta pred cyber-prostorima.*

### **Ključne riječi**

demokracija, komunikacija, medijapolis, mediokracija, moć, znanje

Brojni teoretičari, znanstvenici, istraživači, javne ličnosti, ali i usamljeni pojedinci, govoreći i pišući o pojavama globalizacije, mondijalizacije ili tzv. »novog svjetskog poretka«, često ističu neizbježnu ulogu masmedija i intelektualaca koji svojim činjenjem ili nečinjenjem, pristajanjem ili šutnjom, svjesno ili ne, doprinose promjeni vrijednosnog koda i rađanja agresivno-militantnog diskursa društvene moći. Novo doba<sup>1</sup> donijelo nam je izmijenjenu paradigmu etike i estetike u svim sferama življenja, redefinirani sustav vrijednosti u kojem tradicionalne vrline, ljubav prema vlastitom narodu, religiji, tradiciji, povijesti i kulturi, odlaze u zapećak povlačeći se pred naletima drskih, često samoproglašanih glasnika novog poretka, navodnih 'intelektualaca', 'eksperata' ili tzv. 'analitičara'. Praktično, pred našim očima odvija se tiho restrukturiranje društvenih sustava i ostvarivanje hipostazirane vizije globalnog nadustava zasnovanog na instrumentaliziranim, poslušnim i bezličnim pojedincima spremnim da za mrvice hedonističkih zadovoljstava prihvate dominaciju privilegirane elite koja stvara i diktira nova međunarodna pravila. Filozofija je još s Platonom<sup>2</sup> ukazala na moć stvaranja umnih konstrukcija na osnovi slika koje doživljavamo vizualnom percepcijom, što su novi mediji usavršili

1

Kopernikanski obrt u masmedijskoj sferi geopolitički koincidira s rušenjem Berlinskog zida krajem devedesetih godina prošlog stoljeća, ali i s pojavom interneta, mobilnih telefona i sličnih tehnoloških alata digitalne revolucije.

2

Na kraju VI. knjige *Države* Platon 'bivstvujeće' dijeli na ono što se može vidjeti okom i ono što se može misliti (što razabire um).

do savršenstva. Biološki se ograničen čovjek vremenom tehnološki produžio, osposobljen da na temelju medijskih privida stvara društvene obrasce bitne za socijabilne odnose.<sup>3</sup> Samo tako je moguće da organizirana bogata manjina vlada neorganiziranom siromašnom većinom stvarajući niz umjetnih institucija koje imaju zadatak simuliranja demokracije. Stoga se svaki pokušaj kritičkog osporavanja »kraja povijesti«<sup>4</sup> unaprijed kvalificira »retrogradnim«, a njegovi zagovornici medijski sputavaju, pa čak i socijalno ekskomuniciraju. Hegelov dijalektički koncept prostora i vremena<sup>5</sup> danas je nadvladan jer slike koje do globalnog auditorija stižu satelitskim signalima, kablovima ili digitalnim mrežama planetarnu zajednicu pretvaraju u megalopolis. Elektronske predstave sve više zamjenjuju istinu, umjesto kritičkog promišljanja zbilje stvara se pasivno stado dezorijentiranih individua, dok kormilo daljeg razvoja preuzimaju korporativne metaelite čiji je prvenstveni interes ostvarivanje basnoslovnih profita, bez obzira na civilizacijsku cijenu.

Čovjek danas sve manje čita, a sve više gleda,<sup>6</sup> sve više vjeruje, a sve manje sumnja; sve više šuti, a sve manje komunicira. Televizija, kompjutor, *online*-novine, mobilni telefoni i drugi moderni uređaji sve se više međusobno nadopunjuju. Tako mediji pokušavaju zamijeniti knjižnice, roditelje, profesore, svećenike, čitanje, pisanje, druga znanja i iskustva, razvijajući nove sposobnosti koje utječu i na političko-sociološke procese. Ljudska se pažnja sve više usmjerava masmedijskim ceremonijama i obredima koji publiku zasjebaju proizvodnjom novih odnosa moći. Medijsko komuniciranje preobražava jer nadilazi puko vizualno i verbalno značenje, kako ga mnogi naivno shvaćaju. Ekranizirane slike materijaliziraju apstraktne ideje što u globalnoj epohi znači da prenošenjem, oblikovanjem i difuzijom simbola transformiramo duh auditorija. Kopernikanski je obrat u neograničenoj vidljivosti običnog pojedinca koji postajući junak *realityja* ili sličnih *showova* postaje fetiš koji drugi oponašaju. Izolirani, otuđeni pojedinci zaključani u vlastitom hramu iluzija, informacija i opsjena, izloženi neprekidnom djelovanju slika koje reproduciraju život, lako postaju plijen medijskih lihvara. Iako se pojam 'interakcija' često koristi u komunikacijskoj praksi, moglo bi se reći da je riječ o još jednoj lingvističkoj zamci jer u globalnom društvu mediji sve manje nude neposredni kontakt među sudionicima komunikacije. Za razliku od antičke demokracije u kojoj se »gladovalo« za informacijama, u globalnom se selu u njima gušimo, ali običnom građaninu nikada nije bilo teže spoznati što je istina.

Svaka država, politička stranka ili dominantna elita prikriva moć svog utjecaja, ali je ona evidentna i sofisticirana. Multicipirajući važnost informacija, stavljajući na pijedestal brzinu njihova prijenosa, uz prioritet samog čina oblikovanja i kontrole, dobivamo jasnu viziju bitke za pridobivanjem javnog mnijenja. Umjesto mislećih ljudi koji čine kreativni kapacitet, stvara se pasivni, podanički auditorij spreman ropski prihvatiti duhovno nasilje koje se jeftino rasprodaje u svim žanrovskim oblicima. Globalnim medijskim mrežama love se duše i svijest opčinjene publike koja, zavedena sofisticiranim slikama seksa, senzacija i smrti, neselektivno i neoprezno prima medijalizirane snove koji im se kroz ekranizirane spektakle nude u neograničenim količinama. Države se razgrađuju elektronskim fantazijama, dirigiranim rijekama informacija koje, vješto pripremane i selektirane prema interesima moćnih gospodara, mijenjaju konvencionalni pristup informacijama nudeći lijepo upakirane i dizajnirane privide. U političkom životu preokret se izražava u novoj raspodjeli uloga pri čemu vlade kontroliraju infrastrukturni rast, dok korporativni kapital upravlja preraspodjelom radne snage. Demokracija je pred ozbiljnim izazovima jer, opredjeljujući se pod dojmom privida koji im se obilno nude na medijskoj trepi, građani ostaju gladni istine o složenosti svijeta u kojem obitavaju. Za-

dah simulacije skoro da se i ne osjeća jer se pogledi vještim manipulacijama usmjeravaju vladarima, prikrivajući dubinu problema. Globalni procesi ne dozvoljavaju slabim i »nedemokratskim« državama da same vode svoju politiku jer njihova nestabilnost proizvodi posljedice za globalni sustav te dolazi do niza »plišanih revolucija« i posljedičnih promjena. Broj konflikata sve je veći, ali globalna javnost zna samo za one koje su masmediji prikazali. Otuda ključ novog vremena postaje kontrola medijskih sadržaja jer potrošački razmažene mase vlastiti informacijski prostor grade konzumirajući vijesti i slike koje su im najbliže, najprihvatljivije i najpristupačnije. Ako smo nekada bili željni pravih informacija kako bismo donijeli pravedne odluke, danas smo u suprotnoj poziciji: ušuškani u toplini domova, okruženi hiperobiljem masmedijskih alata, teško ćemo u informacijskoj mećavi pronaći najvrednije.<sup>7</sup>

Temeljni je uvjet za spoznaju bivstvjućega razumijevanje informacija koje su otkrivene našim čulima. Nimalo slučajno Platon, koristeći parabolu o pećini, kroz igru sjenki na zidu objašnjava svijet spoznaje njezinih stanovnika. Dio njih, fizički sputan, s pogledom usmjerenim zidu (»ekranu«), vidi samo sjenke rijetkih zraka svjetla koje dopiru unutra ili predmeta koje drugi stanovnici pronose. Slike koje upijaju očima za njih predstavljaju realni svijet, a sve koji bi pokazali skepticizam ili želju za drugačijim pogledom proglašavaju smiješnima, ludima, opasnim za zajednicu. U pećini sveznanja ljudski se razum povlači pred nametljivošću privida, dok obilje sjenki kreira lažnu matricu stvarnosti. Razlika između znanja i vjerovanja krije se u mogućnosti logičkog objašnjenja, ali u slučajevima degenerirane komunikacije istina ostaje po strani. Uostalom, Aristotel svjedoči kako se državni poreci mijenjaju nasiljem i obmanama demagoga<sup>8</sup> koji svoje medije (govor) koriste kako bi nagovorili ljude da ih *od svoje volje puste da se njima vlada*.<sup>9</sup> U polisu je manipulacija bila ograničena vještinama i znanjem govornika koji su na agorama i sličnim mjestima javnih okupljanja vodili relativno ravnopravnu bitku sa svojim protukandidatima. Persuazivnost se krila u nadahnutim govorima,

3

Ovaj fenomen posebno je razmatran u: Dragan Čalović, »Kiborgizacija vs. evolucija«, u: Dragan Žunić (ur.), *Tradicionalna estetska kultura: telo i odevanje*, Centar za naučna istraživanja SANU, Univerzitet u Nišu, Niš 2008.

4

Pojam američkog futurologa i teoretičara političkih nauka Francis Fukuyame koji je u istoimenoj knjizi (1992) trijumfalno objavio pobjedu kapitalizma na svjetskoj političkoj sceni da bi se nekoliko godina kasnije ispravio.

5

Prvo predanjem naslijeđeno opširno izlaganje vulgarnog razumijevanja vremena nalazi se u Aristotelovoj *Fizici*, dok Hegel, istražujući uzajamnost relacije linija–površina, prvi ističe *punktualnost*, zaključujući kroz negaciju negacije da se čovjekov duh pojavljuje u vremenu, dok prostoru pripadaju ideje prirode (Hajdeger, 2007: 490–496).

6

Podaci dobiveni empirijskim istraživanjem Medium Galupa i Fakulteta za kulturu i medije

o dnevnoj ekonomiji vremena građana Srbije starijih od 12 godina pokazalo je da prosječan građanin krajem 2008. godine 32% ukupnog dnevnog vremena provede u spavanju, 30% posveti svakodnevnim poslovima i obavezama, 19% provede u praćenju medija, 9% čini slobodno vrijeme, a 11% posveti aktivnostima i stanjima koja se ne mogu razvrstati ni u jednu od spomenutih grupa. Televizija odnosi 55% ukupnog vremena posvećenog medijima, radio 24%, internet 11% i tisak 9%!

7

Peter Atteslander istraživanjima je došao do zaključka da *gledatelj konzumira* uvijek jednu istu količinu informacija, zbog čega je sve teže u mogućnosti savladavanja *plime događaja i činjenica* kojim nas mediji svakog trenutka obasipaju (Anders, 1996).

8

U antičkom društvu demagog je vođa naroda, dok danas ovaj pojam ima pogrdno značenje.

9

Aristotel, 1988: 165.

moć je ležala u okrilju prisutne publike, a snaga je otkrivala veličinu čovjeka. Sve je bilo prirodno i označeno te je građanin mogao biti samo čovjek koji sudjeluje u javnom životu. Propaganda i zavođenje lukavo su se kamuflirali u niske rečenice, ali samo su prisutni mogli odlučiti treba li im vjerovati. To znači da su informirani i slobodni ljudi stvarali demokratsko društvo sa savjetodavnom i sudskom vlašću!

Filozofija, sociologija, politologija, komunikologija, pravo, psihologija, umjetnost, etika, estetika i druge društvene znanosti zato dobivaju odgovoran zadatak multidisciplinarnе analize informacijske zajednice. Brzina promjena u kojima i sami sudjelujemo oduzima dah, a planetarno širenje neoliberalnog poretka u direktnoj je ovisnosti o razvoju komunikacijske mreže. Još od kasnih šezdesetih godina prošlog stoljeća i postavljanja prvih satelita iznad Zemlje, počeo je enormni rast difuznih kanala koji je kasnijim uspostavljanjem digitalne mreže i interneta planet istinski sveo na 'globalno selo'.<sup>10</sup> Mentalna zagađenost upotrebom globalnih medija prijeti istinski kritičkoj javnosti koja se pred silovitim naletima bahatih, elektronsko-digitalnih 'dobošara' postupno povlači shvaćajući da novu stvarnost definiraju oni koji vladaju, a ne oni koji je razumiju! Pomodnost, poniznost i podaništvo čine trijadu pseudointelektualaca koji, kombinirajući egoizam, samoljublje, narcisoidnost i političku slavu, zaslijepljeni reflektorima javne pažnje, zaboravljaju na odgovornost prema vlastitim građanima i biračkom tijelu. Zaklanjajući se paravanom brige za ljudskom egzistencijom, pravima i slobodama, promoviraju kamuflirani intervencionizam sile u svim sferama ljudskog djelovanja rušeći vlastite države, nacionalni suverenitet, religiju i obitelj. Raskalašeni i moralni relativizam širi se globusom, klimatske promjene najavljuju katastrofu, broj je vjerskih sekta, fundamentalista i kontroverznih nevladinih organizacija u porastu, siromaštvo i glad prijete većini ljudi; rak, sida, ptičje, svinjske i slične gripe i druge laboratorijske bolesti postupno prorjeđuju stanovništvo, dok statističari evidentiraju sve veći broj ubojstava i samoubojstava, silovanja, trgovine ljudima, baš kao i rast žrtava droge koja je sve jeftinija i dostupnija.

Društvena povijest medija<sup>11</sup> odavno ukazuje na dijalektičku povezanost namjera, strategija i taktika onih koji komuniciraju (subjekata) i sadržaja, odnosno efekata (utjecaja) na one kojima se sadržaji komunikacije distribuiraju (objekata). Unutar čovjekove zajednice mediji su otpočeta pratitelji elita: od totema i dimnih signala u indijanskim plemenima, tam-tam bubnjeva u džunglama ili doboša u srednjovjekovnim tvrđavama, preko oglasnih ploča i plakata u gradovima, do satelitskih mreža i suvremenih digitalnih tvrđava u globalnim prostorima. Ključari komunikacijskih putova uvijek su držali vlast u svojim sredinama, što znači da su indirektno upravljali i ostalim oblicima moći jer na javnost utječu samo događaji koji joj se prezentiraju. Hegel je još u *Fenomenologiji duha* tumačio:

»Pošto je um sav realitet u značenju apstraktnog svojatanja, a ono što je drugo jeste za nj nešto ravnodušno tuđe, to je u nj postavljeno upravo ono znanje uma o nečem drugome, koje se javlja kao mnjenje, kao opažanje i kao onaj razum koji shvata ono što je zamišljeno i ono što je opaženo.«<sup>12</sup>

Zbog toga se uvijek čuvao monopol nad spoznajom jer je najopasnija od svih! Tehnološko ubrzanje izvelo je prijenos s napisane na izgovorenu riječ, s knjige i tiska na telefon i radio, s fotografije i filma na televiziju i internet. Tek s novim funkcijama i karakteristikama koje sa sobom nose masovna sredstva komunikacija informacije vrše invaziju u privatnu sferu građana doprinoseći neslućenom rastu formalnog obrazovanja.

Posjedovanje informacija više ni nije uvjet njihova kvalitetnog korištenja, što znači da u dobu medijske implozije<sup>13</sup> globalna zajednica postaje opterećena

viškom informacija od kojih su mnoge nepouzđane i nepotpune. U Platonovo i Sokratovo vrijeme knjižnice su obično bile smještene po raskošnim građevinama značajnih gabarita jer je to bio jedini način da se tisuće rukopisa na pergamentima i svicima smjeste na police i sačuvaju za nove učenike. Danas se velika većina dokumenata i medijskih sadržaja skladišti na digitalnim medijima,<sup>14</sup> čime komunikacija dobiva na masovnosti, jednoobraznosti, neprekidnosti i jednostavnosti. Međutim čovjek bombardiran gustim rojevima informacija sve manje biva sposoban kritički poimati stvarnost u kojoj obitava, zaveden mnoštvom simbola koji manipulativnim značenjem kreiraju drugačiju atmosferu (simulakrum).<sup>15</sup> Ako je helenska demokracija bila ograničena imovinskom kartom ili spolnom pripadnošću, filozofske pretpostavke postmodernog doba govore o elektronskom javnom forumu gdje svi komuniciraju sa svima, o čemu i kada žele. Aristotel je, postavljajući temelje svoje *Politike*, jasno istaknuo dilemu treba li građane *odgajati razumom ili navikama*,<sup>16</sup> zaključujući kako je i jedne i druge lako *zavesti na stranputicu*. Digitalna je revolucija proizvela eksploziju podataka mijenjajući i političku praksu koja se pod naletima novih medijskih alata polako transformira i prilagođava vjetrovima preobražaja. To znači napuštanje tradicionalno ustrojenih hijerarhijskih odnosa na relaciji subjekt/objekt i izgradnju bitno drugačije filozofske paradigme, gdje će kroz cirkulaciju slika i simbola te korištenjem novih tehnologija čovjek preobražavati sebe i svijet u kojem živi.

U komunikacijskim procesima izgrađen je novi medijski Babilon, sveobuhvaatan, hiperbrz i nevjerovatno moćan. Mnoštvo je medijskih alata, premreživši planet, ukinulo tradicionalno poimanje geografije, odnosno prostora i vremena, čime je komunikacija dobila redizajnirane forme primjerene duhu novog poretka. Zahvaljujući njima, najsloženije procese i ideje moguće je svesti na najjednostavnije izraze. Moć elita teorijski se prenosi na auditorij što znači da pojedinci imaju šansu postati kreatori informacija namijenjenih planetarnoj publici. Međutim da bi podatak kojim raspolažemo postao informacija, mora biti preoblikovan smislom koji će efektivno djelovanje dobiti samo ako bude prenesen nekim masmedijem! To što ćete glasno protestirati u nekom parku u centru grada, izvoditi performanse pred zgradom skupštine ili blokirati važne prometnice, ne proizvodi efekte ako mediji nisu pružili neophodan publicitet. Slika postaje važnija od istine, nova epistemologija forsira djelotvornost

10

Pojam Marshalla McLuhana s vremenom je istrošen, ali i dalje savršeno objašnjava ideju o ponovnom ujedinjenju svijeta u jedno pleme!

11

Ovo je i naslov knjige Ase Briggsa i Petera Burkea kojom se opisuje proces njihova nastajanja od Gutenberga do interneta (Briggs, Burke, 2008).

12

Hegel, 1986: 146.

13

»Danas se odvija implozija, sažimanje, zgušnjavanje društva i njegovih funkcija, zasnovano na elektronskim opštilima«, tvrdio je još prije nekoliko desetljeća kanadski teoretičar medija Marshall McLuhan. (Makluan, 1971: 18)

14

»Na primer, poslovni dokumenti (80% svih novih papirnatih dokumenata), fotografije (95% filmovanih dokumenata) i video trake (20% podataka uskladištenih magnetnim zapisom).« Prema procjeni Hala Variana, čovječanstvo tijekom samo jedne godine proizvede oko jednog egzabita podataka, što je otprilike bilijun, odnosno 1.000.000.000.000 knjiga, ili oko 200 knjiga po glavi stanovnika na čitavom planetu (podaci preuzeti s *Vartan's heroic – and entertaining – study*, dostupne na [www.much-info/summary.html](http://www.much-info/summary.html)).

15

Eklezijast za simulakrum tvrdi da nikada ne prikriva istinu, već da istine nema. Baudrillard to proširuje tumačenjem sa znakova koji nešto prikrivaju na znakove koji kriju da nema ničega. (Bodrijar, 1991: 10)

16

Aristotel, 1988: 248.

ignorirajući tradiciju, dok internet i slične mreže znanje rasprostiru pred noge informatički obrazovanih, ali logički nepismenih građana. Stvarnost se čita novom dioptrijom pri čemu moć nije podijeljena; ona je samo kamuflirana u rukama elita! Informacijski Rubikon veći je u usporedbi sa svim prethodnim etapama civilizacije jer samo oni narodi i kulture koji pravovremeno raspolazu dovoljnim brojem kvalitetnih činjenica mogu upravljati svojim i globalnim informacijskim okruženjem. Društvo na raskrižju sve je više ugroženo nepouzdanim porukama i podacima koji, diktirani iz arkanskih imperija moći, često nude pogrešne zaključke. Platon se vjerojatno ne bi složio, ali zahtjev za istinitošću danas se sve više mijenja zahtjevom za djelotvornošću (korisnošću). Znanje treba prilagoditi onima kojima je potrebno, a ne obrnuto!<sup>17</sup>

Velika je zabluda kako je stari svijet bio manje izložen političkoj propagandi. Ona je oduvijek postojala, samo su forme bile sporije i ograničenije jer su i masmediji u prostoru i vremenu bili nerazvijeniji i nepristupačniji. Pažljivo čitajući Fukuyamu možete zapaziti tezu napuštanja društva socijalnog blagostanja i izgradnje dinamične socijalne zajednice koja će počivati na »navikama, običajima i moralu ljudi, dakle, od stvari koje se mogu formirati posredno, pomoću svesnog političkog delovanja i koje se mogu odgajati samo putem podizanja svesti«. <sup>18</sup> Umjesto istine nudi se dizajnirana, interesno oblikovana informacija, sve manje se vjeruje vlastitim očima, a sve više elektronskoj slici bez koje nema »prave« javnosti. Tisak, radio, TV, internet i slične platforme uvode nas u carstvo snova i fantazija koje, podilazeći populističkim taštinama, požudama, zavistima i neznanju, grade jedinstveni svijet sivila i prosječnosti. Publika ne zapaža prevaru misleći da misli, vjerujući da vidi, uvjerena da čuje, dok je prava istina sve udaljenija.

Brzim nizanjem slika preko kompleksnih elektronskih mreža mediji danas programiraju masovnu svijest mijenjajući realnost estetiziranim predstavama. Derivati stvarnosti<sup>19</sup> kreiraju hipostazirane vrijednosti socijalne i ekonomske prakse, a neupućena javnost olako daje svoj pristanak, ne uočavajući postupni gubitak sloboda, jer samo kvalitetno informiran čovjek uživa u demokraciji. Posredstvom *mainstream* medija i globalnih političkih elita oblikuje se slika o drugima utemeljena na egzistencijalnom strahu, agresivnosti, barbarskom i sličnim masovnim raspoloženjima koja se stalnim ponavljanjem u različitim formama ugrađuju u podsvijest najskeptičnijih građana kako bi se kreirao opći konsenzus. Specijalno obučeni timovi psihološko-propagandnih stručnjaka, uz ekranske simulacije supermoćnih računala i elektronskih mreža, logički potpomognuti tiskom, knjigama i sličnim tekstualnim formama, u raširenoj mreži koja je praktično interaktivan i međusobno povezan sustav – love mišljenja koja se odupiru univerzalizaciji. U svakodnevnim odnosima prema društvenoj, prirodnoj i kulturnoj sredini, pojedinac je izložen djelovanju 'arhitekata' svijesti koji vode ukalupljenoj kolotečini izjava, vjerovanja i stavova. Poruka se upućuje smišljenom upotrebom psihologije, politologije, religije, tehnologije i novinarstva, uz provociranje emocija i nagona, podsvjesnih slojeva čovjekove psihe, s posebnim težištem k manje obrazovanim slojevima stanovništva i općeg snižavanja korpusa spoznaje. Po ugledu na Platonove mitove u *Feničanskoj bajci*, propagandisti reinkarniraju pojam *korisne laži* zamjenjujući ga *plemenskom laži* kao legitimnim oruđem u obrani vladajućeg modela vrijednosti. Istina postaje privilegija elita, propagandnim diskursom prave vrijednosti nestaju iz medijske svakodnevnice tako da se kontrolom agende sadržaja verificira nova realnost koja ugađa interesima dominantnog ekonomskog i političkog vrha.

Događaji kojih nema u masmedijima kao da se nisu ni dogodili u stvarnom životu. Teorijski primjenjujući tzv. spiralu tišine,<sup>20</sup> gospodari medijskih impe-

rija prešućuju sve što bi njihove propagandne floskule dovelo u sumnju. Njemačka komunikologinja Elisabeth Neumann dobro je zapazila da ljudi rijetko žele iznositi stavove ako su u raskoraku s dominirajućim, pa proizvodnjom tišine pojačavaju drugačija gledišta. Pojedinaac se stapa s masom, mišljenja, vjerovanja, osjećaji, navike i ponašanja toliko se unificiraju da se u obrisima nazire novi identitet globalnog plemena! Profesionalni novinari uče razdvajati činjenice od vrijednosti, ali je u političkim kampanjama teško sve strane zastupati balansirano. Konceptualizacija objektivnosti isključuje pristranost, međutim kodiranje sadržaja informacija i slika toliko je suptilno da se dekonstrukcija stvarnosti gotovo ne primjećuje. Novinarsko je izvještavanje po prirodi subjektivan proces, a kakvo će stajalište pri interpretaciji biti zauzeto, koji će kriteriji biti uvaženi prilikom selekcije i obrade podataka, kao i kakav će smisao informacija dobiti, ovisi o medijskoj politici i instrukcijama koje daju upravljačke elite. U demokratskom društvu realnost ne bi smjela ovisiti o perspektivi onih koji je interpretiraju jer u suprotnom upadamo u zamku hegemonске univerzalnosti. Komunikacija gubi smisao, sadržaji bivaju odvojeni od većinske zajednice, znakovi gube značenje, a čovjek slobodu za koju se tijekom povijesti civilizacije generacijama borio!

Pluzije da će moćne megakorporacijske kuće u svojim programima rado dati prostor ljudima drugačijih političkih stavova treba se osloboditi na vrijeme! To je dio bajke namijenjene malim, medijski neobrazovanim narodima kojima se nameće teza o »slobodnim i nezavisnim medijima« otvorenim za sve ideje i građane. Kolika je ona prisutna u američkom miljeu prosudite sami:

»Dvadeset kompanija posjeduje pola od 61 milijuna primjeraka dnevnih novina koje se prodaju u SAD-u, a drugih dvadeset dobiva preko pola dohotka od 61 tisuće objavljenih revija. Tri tvrtke kontroliraju većinu prihoda televizije, deset kontrolira radio, 11 izdavačku djelatnost, a četiri filmsku produkciju.«<sup>21</sup>

Ako biste zagrebali ispod površine, lako biste došli do podataka da su dioničari, pa ponekad i većinski vlasnici ovih informativnih divova internacionalne korporacije, tajne sigurnosne službe ili nevladine organizacije, a u praksi nevidljivi produženi prsti službene politike. Ilustrirajmo to primjerom Intelsata (International Telecommunications Satellite Consortium) gdje se 60% dionica nalazi pod kontrolom kompanija ili pojedinaca iz SAD, 20% drže Francuzi, Englezi i Nijemci, a samo petinu sve ostale zemlje svijeta. U društvima organiziranim na načelima profitno-financijskog gospodarstva potreba za vladanjem najvidljivija je kroz potrebu za posjedovanjem medija. Time se kupuju tuđi stavovi, zadovoljavaju narasle želje i stvara simbolički ugled.

Planetarno društvo s kontroliranim informacijama stvara novi globalni poredak (*pseudopolis*) koji se hrani »izvozom demokracije«,<sup>22</sup> koja ukida klasič-

17

»U vreme Platona znanje je bilo logično dostignuće, ali danas znanje je roba koja se može kupiti, prodati, kojom se može upravljati, investirati, razvijati je i podsticati.« (O'Hara, 2003: 62)

18

Fukujama, 1997: 14.

19

»Normativna estetika, transcendentna kritika i neskrivena medijska manipulacija, koja deluje u rasponu od najprimitivnijeg oblika advertising-a do tzv. 'alternativnih događaja'

u obliku popularnih rok-koncerata, predstavljaju samo najupadljivije derivate agresivnog procesa valorizovanja-konstituisanja stvarnosti.« (Vuksanović, 2007: 104)

20

Noelle-Neumann, 1974.

21

Simons, 1997: 63.

22

U Washingtonu naprimjer postoji kvazivladina organizacija National Endowment for De-



ne državne granice. Riječ je o temeljnoj promjeni medijske filozofije, *novoj dioptriji političkog gledanja svijeta koja traži nova znanja i mišljenja*<sup>23</sup> pri čemu više nije važan sam događaj već način njegove medijske interpretacije. Otuda izvori informacija i promotori novih ideja stižu iz vlasti koje, simulirajući agoru, osiguravaju količinu i kvalitetu poželjnih informacija brinući se da stignu u predviđenim vremenskim rokovima. Sve veći broj vijesti rezultat je obrađenih priopćenja za javnost ili informacija dobivenih iz vladinih ureda za odnose s javnošću, glasnogovornika i sličnih službi, a značajno raste i broj intervjuja dobivenih telefonskim putem. Tako mediji neprimjetno sve više postaju ovisni o rutiniziranim izvorima jer se na njih mogu osloniti, sigurni da će im brzo dostaviti tražene podatke, osiguravajući popunjavanje medijskog prostora.<sup>24</sup> Analiza priloga u *New York Timesu* otkrila je snažno oslanjanje na službene izvore: od 57,2% do 72,5%,<sup>25</sup> što je potvrđeno sličnim istraživanjima tekstova, 23 izvjestitelja u sedam velikih američkih novina, gdje su u 75% slučajeva izvori bili državni.<sup>26</sup> Industrijalizacija novinarstva nameće novi imperativ: stvarati što više informacija sa što manje troškova, pa prividno »besplatni« paketi podataka i fotografija koji svakog trenutka stižu u redakcije postaju moćna oruđa u obradi javnog mišljenja. Takvi tekstovi sve su češći jer predstavljaju »činjenice koje nije trebalo prikupljati, priče koje nije trebalo napisati i fotografije koje nije trebalo snimiti«.<sup>27</sup> Službeni izvori vrše nadziruću funkciju u zajednici, bez bojazni da će ih netko prozvati za kršenje ljudskih prava, osiguravajući javnu podršku za svoje programe.

Masmediji sve više zamjenjuju imperatorske arene društvenog života tako da je gotovo nemoguće precizno odgovoriti koliko slobodnog vremena oduzimaju suvremenom čovjeku. Kada u kupaonici slušate prve vijesti, kada, vozeći se na posao, čitate aktualne tiskovine, kada na poslu ili fakultetu razmjenjujete informacije s prijateljima i kolegama, bilo verbalno bilo internetom, kada do kasne večeri gledate neki film ili ponoćnu informativnu emisiju, izloženi ste njihovu opijajućem djelovanju kojim vam nameću što ćete, kada, zbog čega i kako razmišljati, neprimjetno vas usmjeravajući zaključcima za koje trebate pomislite da su vaši! »Mediji nisu postali oruđe prikupljanja i širenja informacija koje neko drugi proizvodi, već proizvođač, kontrolor i gospodar informacija«, tvrdi Aleksandar Zinovjev,<sup>28</sup> uočavajući postojanje »nevidljive ruke« koja njima upravlja. Rešeto je tako gusto, a kontrolora tako mnogo da usamljeni disonantni glasovi koji pozivaju na razum i toleranciju gotovo nemaju šanse ugledati svjetlo javnosti. U globalnom poretku više nije važno kakvo je pravilo, nego kolika je moć onih koji ga ne primjenjuju! Međutim sila nije u informacijama kao nizovima vrijednosnih simbola, nego u pravilima javne prezentacije kojom dobivaju pragmatičnu vrijednost. Medijima se sve više daje lingvističko-vizualna municija koja kreira evolucije i revolucije, ljubav i sukobe, pa nije svejedno jesu li u funkciji obavljanja globalnih ili etničkih ciljeva, obnavljanja kulturno-komunikacijskih socijalnih zajednica ili stvaranja potrošačkog duha.

Da bi se nova doktrina pokazala ispravnom, neophodno je njezino znanstveno pa, između ostaloga, i pravno utemeljenje. Izmijenjena uloga i priroda nacionalne države zahtijevaju i redefiniranje prava na komuniciranje, stvaranje globalne medijske politike koja će jasno omeđiti granice javnih intervencija.<sup>29</sup> Internet i metamediji potaknuli su novo čitanje političkih odnosa. Očekivanje da će državu smijeniti civilno društvo već se sada pokazuju preuranjenima jer internacionalni korporativizam snažno utječe na protok informacija. UNESCO-ova *Konvencija o zaštiti, promociji i izražavanju kulturne raznolikosti*, koja je stupila na snagu u ožujku 2007., potvrđuje promjena o kojima govorimo, jer »države i organizacije civilnog društva sklapaju jedan oblik savez-



ništva»<sup>30</sup> kako bi sačuvale značaj u političkom utjecanju. Globalna medijska industrija prelazi konvencionalno mapiranje političkih interesa čineći moćan instrument u rukama elita.

U megasvijetu predstava, slika i informacija dominiraju propovjednici globalnog evanđelja. Prije gotovo jednog stoljeća rodonačelnik komunikologije, kanadski teoretičar masmedija i profesor književnosti Marshall McLuhan, proročki je najavio »kraj geografije« jer će posredstvom tehnološki snažnih masmedija svi građani planeta jednog trenutka gledati iste slike i poruke. Hollywood, Microsoft, BBC, CNN i drugi svjetski komunikacijski servisi gospodare snovima, mišljenjima i navikama stotina milijuna informativnih konzumenata gradeći paralelni svijet u kojem mnoga značenja gube smisao eksplodirajući nizom novih supstitucijskih predstava. Istovremeno, velikim korporacijama trebaju mediji koji, privlačeći ogromnu publiku, promoviraju njihova shvaćanja, planove, ideje, tiho vodeći ideološkim pritiscima.

Multiplikacija postindustrijskih alata, od mobilnih telefona do laptopa, neprimjetno stvara informativni mjehur pristupačan brojnim korisnicima, ali pravo je pitanje što ako jednog trenutka dođe do sloma elektronskog Babilona, odnosno mogu li naši nasljednici tumačiti budućnost novim skupovima predstava i činjenica do kojih će doći samo klikom miša? Umjesto s klikerima i lopatama neki novi klinici rastu uz kompjutorske igrice i mobilne telefone, čime se njihov način mišljenja neslućeno ubrzava. Promatrajte djecu oko sebe i vidjet ćete kako nevjerovatnom brzinom koriste tipkovnice digitalnih alata sazrijevajući i prije nego što shvate da im je djetinjstvo nepovratno isteklo, obučeni da dobivaju gotove informacije, ali ne i da ih stvaraju sami! Njihova mentalna struktura poprima neslućene kapacitete memorije, uz realnu pretpostavku da se neprimjetno mijenja i struktura moždane mase. Nove generacije reagiraju brže od svih prethodnih, ali često su to uvježbani pokreti intuicije, a ne procesi logičkih spoznaja i mišljenja. Rijetki pojedinci uočavaju nestajanje kritički obrazovanih osobnosti, ali i sve intenzivniju serijsku proizvodnju kloniranih likova koji se odijevaju, govore i misle poput automata u hijerarhijski organiziranoj tvrtki. Ovdje je ključ daljeg razvoja: ne proizvode mediji demokraciju, već je demokracija potrebna medijima!

## Literatura

Anders, Ginter (Günther Anders), *Svet kao fantom i matrica: filozofska razmatranja o radiju i televiziji*, Prometej, Novi Sad 1996.

Aristotel, *Politika*, SNL, Zagreb 1988.

mocracy (NED) čiji je zadatak promoviranje demokracije širom svijeta. Značajan finansijski fond raspodjeljuje se političkim strankama, medijima, nevladinim organizacijama, vjerskim zajednicama, sindikatima i sličnim organizacijama, djelujući po preporukama Vlade SAD, bez javnog polaganja računa.

23

Jevtović, 2003: 306.

24

Tapsall, Varley, 2001: 11–12.

25

Zhang, Cameron, 2003: 96.

26

Hallin, Manoff, Weddle, 1993: 755.

27

Newsom, Scott, 1985: 230.

28

Zinovjev, 2003: 134.

29

Pod ovim pojmom uže podrazumijevamo državne i vladine aktivnosti, ali i utjecaj korporativnih elita koje komercijalnim aranžmanima sve više vežu medije za vlastite interese!

30

Raboj, 2009: 27.

- Bodrijar, Žan (Jean Baudrillard), *Simulakrumi i simulacija*, Svetovi, Novi Sad 1991.
- Briant Lee, Elisabeth B.; McClung Lee, Alfred, *The Fine Art of Propaganda. A Study of Father Coughlin's Speeches*, Harcourt, Brace & Co., New York 1939.
- Brigs, Asa; Berk, Piter (Asa Briggs, Peter Burke), *Društvena istorija medija*, Clio, Beograd 2008.
- Čalović, Dragan, »Kiborgizacija vs. evolucija«, u: Dragan Žunić (ur.), *Tradicionalna estetska kultura: telo i odevanje*, Centar za naučna istraživanja SANU, Univerzitet u Nišu, Niš 2008.
- Debord, Guy, *The Society of the Spectacle*, Zone Books, New York 1967.
- Fukujama, Francis (Francis Fukuyama), *Kraj istorije i poslednji čovek*, CID, Podgorica 1997.
- Hajdeger, Martin (Martin Heidegger), *Bitak i vreme*, Službeni glasnik, Beograd 2007.
- Heidegger, Martin, *Temeljni problemi fenomenologije*, Demetra, Zagreb 2006.
- Hallin, D. C., Manoff, R. K., Weddle, J. K., »Sourcing Patterns of National Security Reporters«, *Journalism Quarterly* 70 (4/1993), str. 753–766.
- Haton, Vil; Gidens, Entoni (Will Hutton, Anthony Giddens), *Na ivici – živeti sa globalnim kapitalizmom*, Plato, Beograd 2003.
- Hegel, Georg Vilhelm Fridrih (Georg Wilhelm Friedrich Hegel), *Fenomenologija duha*, BIGZ, Beograd 1986.
- Jevtović, Zoran, *Javno mnjenje i politika*, Akademija lepih umetnosti, Centar za savremenu žurnalistiku, Beograd 2003.
- Johnson, Chalmers, *The Cost and Consequences of American Empire*, Henry Holt & Co. New York 2000.
- Kellner, Douglas, *Media Spectacle*, Routledge, New York 2003.
- Makluan, Maršal (Marshall McLuhan), *Poznavanje opština – čovekovih prođužetaka*, Prosveta, Beograd 2007.
- Newsom, D., Scott, A., *This is PR: The Realities of Public Relations*, Wadsworth Publishing Company, Belmont 1985.
- Noelle-Neumann, Elisabeth, »The Spiral of Silence. The Theory of Public Opinion«, *Journal of Communication* 24 (2/1974), str. 43–51.
- O'Hara, Kieron, *Platon i internet*, Esoteria, Beograd 2003.
- Platon, *Fedar*, Dereta, Beograd 2002.
- Raboj, Mark, »Globalna medijska politika – pojmovno određenje«, *CM* (10/2009), str. 25–30.
- Shoemaker, Pamela J.; Reese, Stephen D., *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content*, Longman, New York 1991.
- Simons, Anna, »Democratisation and Ethnic Conflict: The Kin Connection«, *Nations and Nationalism* 3 (2/1997), str. 273–289.
- Tapsall, Suellen; Varley, Carolyn, »What Is a Journalist?«, u: Tapsall, Suellen; Varley, Carolyn (ur.), *Journalism: Theory in Practice*, Oxford University Press, Oxford 2001.
- Vuksanović, Divna, *Filozofija medija*, Institut za film, radio, pozorište i televiziju Fakulteta dramskih umetnosti, Čigoja štampa, Beograd 2007.
- Zhang, Juyan; Cameron, Glen T., »Study Finds Sourcing Patterns in Wen Ho Lee Coverage«, *Newspaper Research Journal* 24 (4/2003), str. 88–101.
- Zinovjev, Aleksandar, *Slom ruskog komunizma*, BIGZ, Beograd 2003.

**Dragan Čalović, Zoran Jevtović**

**Crisis of Democracy in Global Mediapolis**

**Abstract**

*If Plato was upset that people leaned on their own convictions about virtues, without seeking knowledge, present resident of global pseudo-polis is obsessed by simulated information, pictures and convictions, which create social consciousness with their hyper-production. In shadow of mass-media's caves, contours of transformed democracy can be seen. This democracy is more and more exposed to the interests of mega-corporations, dominant geopolitical influence, cultural determinism, and redefined fundamentalism. Under such circumstances, to some lonely individual, "in Athena's Agora", is even more difficult to form and keep his or her own opinion, ideas and values. Info-space is covered by global network of information and facts; the process of symbolic exchange is taken off humans by machines. Freedom of speech in media is the air of open, public communication, the pillar of democratic structures, but problem is that watchmen of "information gates" still standing guard, but this time in front of cyber spaces.*

**Key words**

democracy, communication, mediapolis, mediocracy, power, knowledge