

Sead Alić

Petrovogorska 16a, HR-10000 Zagreb
sead.alic@phenomedia.org; www.seadalic.com

Masovno slobodni

Sažetak

Ideja rada je predstaviti razmišljanja o bitnim promjenama slobodnoga vremena u kontekstu pojavljivanja mas medija.

Ironičnost naslova sugerira kritički pristup ovog rada koji želi ukazati na temeljne promjene razumijevanja osnovnih pojmova kao što su sloboda, igra ili dokolica.

Rad želi podsjetiti na neke suvremene oblike zavođenja i manipuliranja koji su za svoje područje rada odabrali upravo »slobodno vrijeme«.

Kritičke dimenzije teorija medija, te još strože filozofije medija, u ovom području pronalaze ključne dokaze pretvaranja suvremenog građanina i subjekta u promatrača/gledatelja/potrošača, kao novog proletera oblikovanog za vremena »prvobitne akumulacije medijskog prostora«.

Ključne riječi

medij, igra, sport, dokolica, masa, slobodno vrijeme, masmedij

1

Govor o igrama jednog društva – govor je o snagama, silnicama kretanja interesa i oblicima najčešćih ponašanja tog društva. Marshall McLuhan nas je davno upozoravao da se u igrama zrcale dinamizmi društva, njihove pokretačke snage, odnosno da najpopularnije igre (sportske, odnosno društvene) ocrtavaju središnje protoke energije tog društva.¹ Igra riječi pogađa tako bit stvari: igre jednog društva su – društvene igre.

Profesionalni sport i igra dva su naizgled slična pojma, koja međutim pripadaju dvama različitim sferama/ishodištima. Treba ih razumjeti kao dva suprotstavljena načina realiziranja osobnih i/ili društvenih interesa. Za profesionalni sport zaduženi su ljudi *businessa* i marketinga,² a za igru promicatelji realizacije bitnih ljudskih moći.

1

McLuhan, Marshall, *Culture is our Business*, Ballantine Books, New York 1972., str. 118.

2

George Ritzer u *McDonaldizaciji društva*, među ostalim, piše: »Mijenjanjem obilježja nekih sportova, njihova je kvaliteta uvelike žrtvovana isplativosti. Ponajprije, promijenjena je priroda nekih sportskih manifestacija zbog potrebe za ogromnom dobiti od propagandnog oglašavanja tijekom njihova televizijskog prijenosa. Plaće činovnika pojedinih sportskih momčadi uvelike ovise o ugovorima s televizijskim kućama pa se u ime ispunjavanja tih

ugovora žrtvuju interesi publike sa stadiona.« Dobar primjer takvog postupka je takozvani »televizijski time-out«. Davno su, naime, prošla vremena kad su se reklame emitirale tijekom stanki koje nalaže priroda utakmice, kao što je pravi time-out ili poluvrijeme. Takvom praksom propagandne poruke su bile isprekidane i nedovoljno učestale, što nije donosilo veliku dobit. Zbog toga je u košarci i nogometu uveden redoviti »televizijski time-out«. Ritzer, George, *McDonaldizacija društva*, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb 1999., str. 107.

McLuhan se nadao da će doba elektriciteta i elektronike ponovno osloboditi elemente igre unutar procesa edukacije. I sam pojam škole, podsjetio je u *Culture is our Business*, izvedenica je iz grčke riječi *shole* koja u osnovi znači igru/zadovoljstvo.³ No čini se da je podcijenio ulogu korporacija koje su svijet zabave, opuštenosti i igre preuzele kao područje prostora za industriju zabave: sadržaji raznih igara, zabave i spektakla najbolje i najuspješnije popunjavaju vrijeme između blokova reklama kao osnovnih odredbenih razloga postojanja masmedija.

Popodnevno ili večernje sjedenje ispred televizora nema, osim formalnih, nikakvih bitnih veza sa slobodnim vremenom.⁴ Vrijeme provedeno pred televizorom u pravilu je vrijeme ukradeno građanima nesvjesnim snage i manipulirajućih sredstava suvremenih masmedija.

Sjedeći sami u svom boravku pred ekranima građani su dio nove medijima oblikovane mase. Stadioni su preseljeni u dnevne boravke. Najbolji dokaz za to su visoka potrošnja piva nedjeljom popodne i izumi poput »navijačke fotelje«.

Onako kako su igre maska za gomilu,⁵ tako je i samoća privid samostalnosti suvremenog građanina pretvorenog u gledatelja. Igra je, umjesto sredstva prožimanja s harmonijom univerzuma, postala sredstvom razdora – dijeli građanstvo na navijačke grupe koje poput nacionalnih zastava oko sebe skupljaju i bude strast.

Čovjek koji se svojom voljom ili uplivom tehnologije na ovaj ili onaj način nađe u masi, ne razmišlja o psihologiji mase, jednako kao što riba ne razmišlja o vodi ili sljedbenik filozofijske struje o diskursu kojim se želi uzdići do istine. Budući da je određen tehničkim pomagalima čovjek postaje njegovim servomehanizmom, u pravilu nesvjestan mehanizama kojima je određen; jednako kao što sljedbenik diskursa nerijetko, pogađajući diskurs, promaši predmet promišljanja.

Čovjek koji je živio u vrijeme Objave (pismom) i koji ju je prihvatio – čovjek je koji je beskrajno vjerovao u pismo kao sredstvo koje će osigurati vječnost (bez piramida i mumificiranja). Antičko suprotstavljanje mitu počiva na vjeri da će zakoni pisma unijeti red u ljudsko iskustvo i onemogućiti proizvoljnost interpretacija božanskoga i ljudskoga. Renesansni čovjek vjeruje kako je u otkriću pravila perspektive otkrio ključ za razumijevanje načina na koji je Bog stvarao svijet. Čovjek reformacije osoba je koja je vjeru hranila tiskarskim strojem. Umnažanje tiskanog teksta (tog vidljivog oblika govora jedne nacije) zahtijevao je oštre granice i omogućavao nacionalističke krajnosti. Čovjek suvremenih medija vjeru zamjenjuje povjerenjem u nogometni, rukometni ili neki drugi nacionalni tim.

Profesionalni sport je svojevrсни Big Brother show u kojemu eutanazirani gledatelj provjerava hoće li višegodišnji treninzi, odricanja, vježbe, dakle rad – omogućiti investitorima vlastitih tijela u *business* sporta preskakanje neke visine, ispravno prebacivanje lopte preko mreže, brže plivanje od plivanja drugih ili točnije pogađanje koša loptom...

Igra je još jedna ljudska ekstenzija. Igra je za McLuhana oblik razgovora kojega društvo vodi samo sa sobom, kojim, gotovo da bi se moglo reći, samo sebi pokazuje gdje je trenutno.

Igra pak profesionalnih sportaša ekstenzija je poslovnih odnosa kamufliranih u obličje nasušne ljudske potrebe kroz koju i u kojoj čovjek jest cjelovito ljudsko biće.

Profesionalna igra profesionalnog sporta samo ponavlja obrasce *businessa* na elementima igre kao takve.

Mediji koji nas oblikuju činili su to i čine svakodnevno svojom strukturom, više nego stavovima koje su prenosili. Izaći iz hipnotičkog poistovjećivanja profesionalnog sporta s igrom, jednako je teško koliko i govoriti o svojim stavovima nekim stranim diskursom, kao i razumjeti uplive tehnologije u vremenu u kojemu živimo. Minervina sova uvijek pričekava večer kako bi razumjela što pripada tehnologiji a što mišljenju i iskustvu općenito.

Onako kako sljedbenici mita ne mogu pobjeći od stečenih, prihvaćenih rituala i stavova (načina doživljavanja i interpretiranja svijeta), tako i mi danas, hipnotizirani elektroničkom slikom, poistovjećujemo pojavno s bitnim. U pravilu zaboravljamo da mediji ne samo da donose sadržaje, nego, još važnije, oblikuju naš način doživljavanja, razmišljanja pa i donošenja sudova. Misleći, često samo ponavljamo obrasce. Stoga, nije čudno da tek prelazeći granice (Hegel), odnosno ostavljajući (Kundera) otvaramo mogućnosti spoznaje. Zabolazimo sebi postaviti pitanja na koja ne želimo odgovoriti. Slijedimo Descartesa. Matematički i geometrijski točno bilježimo koordinate matematički i geometrijski određenoga svijeta.

Nekada su naše igre bile u suglasju sa svemirom. Bili su to obredi u kojima se uspostavljala ravnoteža između čovjeka i univerzuma. McLuhan je skrenuo pozornost na umjetnika i teoretičara Wyndhama Lewisa koji je oduševljen je umjetnošću futurizma u Americi razvio i prema stavu da su znanost i filozofija samo novi oblici mita. U *Razumijevanju medija* McLuhan piše:

»Drevna i nepismena društva igre su prirodno smatrala živim dramskim modelima svemira ili vanjske kozmičke drame. Olimpijske igre bile su izravno uprizorenje *agona*, odnosno, borbe Boga Sunca. Trkači su se kretali po stazi urešeni znakovima zodijskih, oponašajući tako dnevno kruženje Sunčeve kočije. Budući da su igre i drame bile dramska uprizorenja kozmičke borbe, uloga gledatelja bila je očito religijska.«⁶

U igrama su u davnim vremenima ljudi plemena otkrivali modele svemira.⁷ Umjetnost je, smatra McLuhan, postala vrstom civilizirane zamjene za magijske igre da bi pismenost nastavila proces sekulariziranja dovodeći ostatke magijskog u pisane oblike zamjene za liturgiju odnosno obred.

Lingvističke ikoničke paradigme, sekulariziranje vjere, uvjerenje da vjera nema što tražiti u filozofiji, završava iskrenim priznanjem: U temeljima za-

3

McLuhan, Marshall, *Culture is our Business*, str. 118.

4

»Na pitanje šta goni čovjeka na tu dezorganizovanu radinost, šta tako osamostaljuje njegove pojedinačne funkcije (ili ih čini naizgled autonomnim), je, u stvari, već odgovoreno. Ali da ponovimo: to je *horror vacui*, strah od samostalnosti i slobode, preciznije: strah od toga da mora sam da artikuliše prostor slobode, koji mu dokolica stavlja na raspolaganje, vakuum kojem je dokolicom izložen, da sam ispuni svoje slobodno vreme.

Njegov rad ga je tako konačno navinuo da bude zaposlen, dakle da bude nesamostalan, da u trenutku kada završi posao, nije dorastao zadatku da se sam zaposli: jer ono 'samo' koje bi tu delatnost moglo da preuzme on više ne nalazi. *Svaka dokolica ima danas skrivenu porodičnu sličnost s nezaposlenošću.*«
Gunther, Anders, *Svet kao fantom i matrica:*

filozofska razmatranja o radiju i televiziji, Prometej, Novi Sad 1996., str. 68.

5

McLuhan, Marshall, *Culture is our Business*, str. 118.

6

McLuhan, Marshall, *Razumijevanje medija*, Golden Marketing – Tehnička knjiga, Zagreb 2008., str. 211.

7

Ta se transpozicija lako može provjeriti kod Gahuku-Gama s Nove Gvineje, koji su naučili nogomet, ali nekoliko dana zaredom igraju onoliko utakmica koliko je potrebno da se postigne ravnoteža između izgubljenih i dobivenih utakmica svake strane, što znači da je za njih igra isto što i obred. Claude Levi-Strauss, *Divlja misao*, Golden marketing, Zagreb 2001., str. 44.

padne metafizike leži vjera, bilo mišljena, poput Benjaminove slike teologije koja ispod stola vuče konce, ili Hegelove najave u *Ranim spisima*,⁸ ili Cipri-nog uvida da se smisao (danas) traži u magiji jezika, a ne u mitskom jedinstvu sa svijetom.

Znanje kao prva (mentalna) baza podataka počiva na odnosu znaka i podloge (jedinice i nule). Budući da niti u antičkoj Grčkoj mnogoznalost nije osiguravala mudrost, tako niti danas milijarde podataka na mreži ne donose svojim posjetiteljima/vlasnicima mudrost kao takvu.

Podaci traže nove podatke, kao što proizvodi vuku jedni druge, kao što stadioni privlače mase a kotači mrežu cestovnih pravaca.

Čovjek bez igre, kaže McLuhan, utonuo je u zombijevski trans automatizacije, jednako kao što mi u transu, tonom pripovjednoga karaktera, idemo od rečenice do rečenice.⁹ Čovjek gledatelj biće je koje se elektronički prikapča na impulse strasti koju proizvode sportaši podijeljeni u ekipe, razdijeljeni u tabore, označeni dresovima s brendovima, vođeni napoleonima igre i koordinirani *businessom* klađenja i prodaje reklamnog prostora u medijima koji ih prenose.

Sve ljudske glavne potrebe kojima je čovjek doskora bio djelatan i vođen u odnosu spram svijeta – danas se emitiraju pred njegovim očima. Strast je nešto što se događa negdje drugdje. Ljubav je odnos između dva glumca. Uzbuđenje je stanje koje čovjeka zaokuplja u trenutku kada mala točkica na ekranu uđe među vratnice...

2

Baudrillard je jednom pomalo zločesto prigovorio kako u slikovno predstavljanje Boga u pravilu sumnjaju teolozi koji, dobro upućeni u stvar, znaju da Boga nema, te da ljudi lako mogu povjerovati u ono što im je slikovito, atraktivno, zavodnički dano na dohvat ruke.

Ima li to veze s filozofijskim odustajanjem od metafizike? Je li put posredovanja filozofijskog pojma bio predug za mislioce koji su Istinu željeli dohvatiti silogizmima? Je li nemogućnost otkrivanja Istine postojanja lego-kockicama pojmova otjerala mišljenje u istinu mijene, kao realno dohvatljivu Istinu svake egzistencije ili generacije?

Svako je vrijeme imalo svoje hijerarhije koje su se štitile diskursima manjeviše ispraznog govora i strogih pravila. Jezične su formulacije nerijetko bile ograde cehovskih tvrđava. Kako onih praktičnih tako i filozofskih... Privilegije pjesnika i maga naslijedili su vlasnici pisara i pisma, kasnije hijerarhije pisma i znanja, vlasnici medija... Otvoriti se, znači uvidjeti da je ideologijska dimenzija jezika u jeziku i mišljenju uvijek prisutna i da nas ona tjera da stvari prihvatimo kao zamrznutu zaustavljenu sliku filma kao procesa mišljenja.

Promjene su slikovitije i jasnije se vide na primjeru sporta. Tehnologija industrijskog društva, kako kaže McLuhan, na pijedestal diže bejzbol, igru linijskog slijeda poteza, uzroka i posljedice, čvrstih pozicija igrača, koji fragmentirane zadatke odrađuju predvidivim i očekivanim redom. Momčadska igra elektroničkog doba je, kaže McLuhan, američki nogomet u kojemu igrači mijenjaju uloge i mjesta, razvijaju ideju jednog gotovo plemenskog jedinstva.¹⁰

U odnos svakog subjekta i predikata ugrađeno je *jastvo*, posjedovanje, skretanje u sporednost s puta prema bitnome, ugrađena je mogućnost nadgradnje koja je odredila sudbinu znanja a onda i znanosti i sudbinu suvremenosti. Lego kockice simbol su slagalice jezika. Moguće je složiti figure od kom-

patibilnih dijelova; na kraju ćete uvijek znati da je nastala figura složena od dijelova takvog sustava. Pobjeći se od zidova medija ne može. Jezik je danas postao kuća prepuna umjetnina u koju smo se sklonili od lopova, zabarikadiralni, i onda shvatili – da smo u zatvoru. Mediji su »zatvori bez zidova«, rekao bi McLuhan.

Nesreću započetu s prvim krugom nacrtanim na zemlji uz kojeg je izrečena riječ – *moje!* – subjekt rečenice, govora i pisma, učinio je trajnom. Krugovi *moga* i *tvoga* postali su figure koje zaklanjaju pozadinu, onako kako igrači na terenu zaklanjaju publiku, kako igre novca zaklanjaju igre duha i tijela.

U procesu mišljenja procesuiramo bazu podataka, nerijetko uzdižući ovo procesuiranje na razinu otkrivenja. A u bazi su samo podaci koje smo sami pohranili. Kao što su naši jezici samo naši jezici, samo mediji koje izoštravamo u sučeljavanju sa svijetom.

Bilo kako bilo, spoznaja da se jezikom i filozofijskim sustavima ne dohvaća ništa više (niti manje) od istine iskazane u sustavu jezika, odnosno, filozofijskog sustava – otvorila je prostor razumijevanju upliva idola teatra na filozofijski diskurs i razumijevanje danoga.

Ti idoli teatra danas su uznapredovali do idola spektakla, koji nam u područje pojma igre poturaju pojam sport-biza, dakle *businessa* koji se provodi kroz sport.

Spoznaja kojom se ulazilo u novo doba da su idoli lažni pojmovi, uznapredovala je do svijesti da i pojmovi mogu biti idoli kojima se pomažemo (koji nam odmažu) u pronalaženju smisla vlastitog postojanja.

3

Od Descartesove *Rasprave o metodi*, misli McLuhan, teče svojevrsno odustajanje filozofije od filozofskih razmišljanja nesvodivih na jednostavnost usporedivu s jednostavnošću geometrije odnosno matematike. Od Feuerbacha naovamo, zbiva se stalno propitivanje odnosa oblika mišljenja spram stvarnosti iz koje to mišljenje proizlazi, odnosa kritike kritičara prema materijalnoj okolini iz koje ta kritika proizlazi. Marx je smatrao da mišljenju koje se probije do stvarnosti ni filozofija više nije potrebna. Slično misli i McLuhan kada kritizira filozofe i filozofiju kad i ukoliko ne promišljaju ishodište determiniranosti vlastitoga mišljenja.

Višestoljetno pozivanje na racionalnost promišljanja mislivoga, rodilo je tehnološku racionalnost koja je, kako je i Marcuse mislio, razvijajući jednodimenzionalnost – reducirao privatni prostor unutarnje slobode. U tom se kontekstu ne može misliti da je postavljanje pitanja o ljudskom području života,

8

»Jedan viši duh, duh poslat s neba, mora među nama zasnovati ovu novu religiju, ona će biti posljednje veliko djelo čovječanstva.« G. W. F. Hegel, *Rani spisi*, V. Masleša, Sarajevo, 1982, str. 178.

9

Onako kako svaki novi medij uzima za svoj sadržaj neki stari medij i današnje čitanje (u elektroničko doba) proizvodi posljedice linijskog i utilitarnog razmišljanja unatoč činjenici da pripovijedanje kao takvo u osnovi pripada prošlosti. U knjizi *Culture is our Business* McLuhan bilježi: »U električnom dobu veze

u pripovijedanju i umjetnosti su zanemarene kao uostalom i u telegrafskoj vijesti. Nema linije pripovijedanja u modernoj umjetnosti ili vijestima. Postoji samo vremenski rok. Nema prošlosti ni budućnosti, samo sveuključujuća sadašnjost.« McLuhan, Marshall, *Culture is Our Business*, str. 112.

10

Bejzbol nije taktilan nego je vizualan i pojavom elektronike on prestaje biti najvažnijim. Istovremeno interes za nogomet raste. McLuhan, Marshall, *Culture is our Business*, str. 118.

odnosno proširenju etičkog pitanja kako ga tumači Kangrga, bitno različito od ranijih diskursa upozoravanja na etičku dimenziju, moral, odnosno konkretne probleme ljudske zajednice. Pozivanje na slobodu umjetnika, slobodu forme – u okvirima estetičkih propitivanja – također zastaje na vrsti saznanja i diskursu kojega je već avangarda s početka 20. stoljeća stavila u pitanje (raskrinkala).

Hegelovsko napredovanje pojma, ironijom sudbine, natrčalo je na tržište neoliberalnog kapitalizma – na kupnju riječi i sintagmi od strane malih i velikih korporacija. Riječi su postale zaštitni znak. Neke su kupljene i zaštićene riječi, toliko puta ponavljane da uvijek iznova izazivaju asocijaciju na određeni proizvod ili korporaciju. Ulazeći u svojevrstan kupoprodajni odnos, riječi se presvlače, mijenjaju ruho, pa i značenje. Ubrzavanje komunikacije dovodi nas u stanje u kojemu svaka nova generacija treba pisati svoju vlastitu fenomenologiju duha, logiku, odnosno rječnik promijenjenih ili prihvaćenih značenja riječi.

Kako je s ostalim riječima i pojmovima, tako je i sa sportom i zabavom i slobodnim vremenom, a samim tim i mišljenjem koje želi obuhvatiti svoje vrijeme pojmovima.

Put prema samorazumijevanju vodi preko razumijevanja drugoga. Naši se pokreti, pogledi, grimase, riječi upućuju prema drugome poput sondi. U našoj smo komunikaciji raspeti između želje za posebnosti (koja ponekad vodi do ekstremne isključivosti) i prihvaćanja od strane drugih (što zna odvesti u identificiranje s masom).

Razinu poopćavanja koja se kroz povijest filozofije uzdiže od danog i osjetilnoga do apsolutnog duha – prati kroz historiju tehnologijsko razvijanje sprava za postizanje sve lakšeg – jednoglasja konsenzusa mnijenja suglasja među ljudima (pjesma, rečenica, zaključak, pismo, tisak, električni, elektronički, digitalni strojevi). Mišljenje ogrezlo u zaboravu promišljanja tehnika koje ga određuju danas je kažnjeno preuzimanjem i/ili propisivanjem smisla od strane tehnologije same. Kada Jaspers kaže da su tehnika i masa proizvele jedna drugu,¹¹ on implicite podržava tezu o bitnom uplivu tehnologije na oblike napredovanja ljudske svijesti. Tehnika i masa zajednički sudbinu dijele ponajprije u masmedijima, ali i u masovnom sportu koji je iz područja igre odavno otputovao prema *businessu*.

Je li krajnja svrha svijeta sloboda (kako je mislio Hegel) ili sloboda medija kako nam sugeriraju medijske korporacije koje na tom izborenom horizontu prodaju ideologiju liberalnog kapitalizma, vrijeme, proizvode, marke i nas kao gledatelje?

Filozofija se do Hegela, a eksplicitnije uz njega i poslije – bavila razumijevanjem svijeta kao »poimanjem«. Tako je svjetska povijest – postala povijest napredovanja svijesti o slobodi, a rast spoznaje zamijenjen je napredovanjem pojma. Danas je na djelu napredovanje zaborava pitanja o slobodi i ideologijsko preodgajanje građanina kao gledatelja za one oblike slobode koji završavaju u slobodnom izboru ponuđenih programa i igara...

Danas bi bilo važno postaviti filozofijsko-medijsku dimenziju poznatog, retoričkog pitanja: može li nam netko drugi dati slobodu? Poruka televizijskog ekrana je nedvosmislena, ali to je poruka sjene koju svjetlost baca na ljudsko lice. Sloboda biranja programa, spektakla i sportskih igara povezana je s hipnotičkim učinkom svakog elektroničkog medija koje nam istinu nudi na svom kraljevskom dlanu. Sloboda, međutim, od Hegela nadalje ne postoji kao nešto neposredno, nego kao rezultat u igri posredovanja.

Nekantovsko i nehegelovsko shvaćanje i razvijanje ideje slobode od strane nekritičkih masmedija ima za rezultat eskaliranje površno shvaćene slobode kao proizvodnosti. Slobodni smo. Budući da smo slobodni, mediji to razvijaju tako da nesvjesno ili svjesno potenciraju postavljanje dinamita uz automobile, ubijanje u miru kao i u ratu, lažno predstavljanje, igranje nepriličnih uloga. Sloboda medija preti se u slijevanje masa na stadionima, razvija oblike prijetnje masom i vlastitim sudjelovanjem u masi, priključivanjem na fluidnu energiju mase. Masmediji nas spuštaju do razina Hegelovog određivanja žudnje.

Gomile huligana danas su utočište pronašle iza marki gradskih i nacionalnih timova. Svetinja postaje ime iza čijih kulisa kraljuje tek Sveti Euro. Kritika i društveni televizijski kroničari plaše se kadrova mase. U strahu od odmazde, sportski novinari postaju medijski odvjetnici ovih grupa. Mediji podržavaju iskazivanje negativne i rušilačke – takozvane slobode, slobode mase koja prijete, mase koja se danas-sutra može okrenuti na bilo koju stranu ako joj se obeća pozornost za njen rušilački nastup. Oblik je to pomaknute reakcije iskaljivanja bijesa prema označenom neprijatelju u okružju porasta (samo)ubojstava, ubojstava adolescenata prema scenarijima igrice, *cipelarenja* u najboljoj maniri američkih filmova, fakinizacije političkog rječnika, pojavljivanja eufemizama medija koji zločince nazivaju dečkima iz kvarta, ubojice profesionalcima u čijim se pristupima pronalazi nešto što oni nazivaju talentom – za ubijanje.

Mediji su naša nova priroda. Kada s tim stavom zaronimo u Hegelovu kritiku, »u prirodu utonule duhovnosti te time surovosti i neslobode«, postaje nam jasno da Hegela možemo i moramo čitati i na razini promišljanja promjena koje su u zbilju unijela masmedijska posredovanja.

Sloboda naime leži samo u refleksiji duhovnoga u sebe, njegovu razlikovanju od prirodnoga i njegovu refleksu na prirodno. Mediji su se danas ustoličili kao obrasci naše nam vlastite refleksije koja se vrti pred našim očima brzinom našeg mišljenja. Uz takvo (izvanjsko) ali ipak postojanje refleksije, čovjek kao gledatelj gubi potrebu odnositi se spram viđenoga dublje od navođenja medijskih zbivanja i medijima posredovanih stereotipa promišljanja.

4

Svaka je kultura vezana za svoju tehnološku osnovicu koja je omogućuje. Kultura mita i muza bila je moguća prije pisma. Kultura subjekt-objekta i Istine u okviru filozofskog sustava bila je moguća samo nakon Gutenberga. Totalitarna društva 20. stoljeća bila su moguća tek nakon tiska i radija. Globalizacija nakon premrežavanja svijeta suvremenim medijima do sada nepoznate brzine distribuiranja informacija. Čovjek kao promatrač-invalid u svojim kolicima s gumbima na upravljanje moguć je tek odnedavno. Svijest o nužnosti filozofije medija moguća je tek nakon osvještavanja sveukupnosti kontaminiranja ljudskoga svijeta proizvodima suvremenih masmedija.

Riječ je medij. Diskurs je škola. Ponavljanje.

Oblik mišljenja (kao društvene djelatnosti) određen je tradicijom koja izrasta na tehnologijama koje ga određuju.

Skok u vis ide pod ruku s motkom rađenom posebnom tehnologijom.

Uzročno-posljedično dokazivanje proizvod je linearne rečenice, pisma i tiska. Elektronička tehnologija budi ponovno plemena u nama.

Kreirali smo dakle takve tehnologije koje javnost, pa i proletarizirani srednji sloj, ponovno pretvara u masu. Knjigu i poniranje u slijed rečenica (aktivnu proizvodnju mentalnih slika) zamijenio je slijed telefilmskih kadrova koji misle našom brzinom gledanja. (U sportskim prijenosima na raspolaganju su nam uvijek mudrosti komentatora.)

Jung je u *Prilozima analitičkoj filozofiji* pojasnio da naše okruženje, koliko god mi i upravljali njime – utječe na našu psihu. Pokazuje kako su Rimljani, bogati i slobodni, okruženi robovima, nesvjesno poprimali ponešto od psihologije robova i time, tako zaraženi, i sami na neki način postajali robovima.¹² Pred očima su im se odvijale sapunice uživo; slike ropstva dočekivale su ih na koju god stranu oni okretali glavu; ropski govor bio je njihovo usmeno okruženje...

Govornu riječ McLuhan inače smatra prvom tehnologijom uz pomoć koje se čovjek oslobađa svoje sredine.¹³ Riječ, dakle, prva razvija tu »tehnologiju eksplicitnosti« kojom se osjetilno iskustvo u svakom trenutku može uz pomoć glasovnih simbola prizvati u svijest.

Svaka tehnološka specijalizacija vrši raslojavanje. Robovi antičke Grčke specijalizirani za određene proizvode značili su veliki porast proizvodnje, ali i prestanak postojanja određenog broja neovisnih slobodnih ljudi.¹⁴ Veliki filmski studiji istim obrascem gutaju male, trgovački lanci zatvaraju kvartovske dućane. Elementi slobode uvijek su kroz povijest bili uvjetovani među ostalim i aktualnim tehnologijama.

Svakom novom tehnologijom, kaže McLuhan, »mijenja se i sam okvir, a ne samo slika unutar tog okvira«.¹⁵ Stroj i automobil oslobodili su konja, automatizacija oslobađa čovjeka... »Pokretna traka doživjela je sudbinu muškaraca koji uz plesni podij čekaju slobodnu partnericu.«¹⁶

Promjene tehnologija i svjetonazora, (McLuhan bi rekao i pozadina *backgrounda*) dovode do promjene značenja pojmova ili zadržavanja starih imena uz bitno promijenjene sadržaje.¹⁷

Kultura i agrikultura su, podsjeća McLuhan, dugo kroz povijest bili sinonimi.¹⁸ Zdravi duh u zdravu tijelu, danas je uznapredovao do steroida i dopinga naj-suptilnijih vrsta u tijelu predodređenom i pripremanom za trenutne bljeskove. Duh hrvatskog sportaša u hrvatskom novčaniku, dio je globalnog trenda. Riječ 'sport' ustupila je mjesto riječi 'sport-biz'.

Vlasnici satelita velikih medijskih korporacija i tehnologija vjerojatno su sretni što se gladijatori koji se sa svih strana svijeta slijevaju na olimpijske igre – još uvijek pozivaju na nacionalne zastave. Tako se bolje skriva njihova uloga statista u spektaklima koji se kao najbolja roba prodaju po cijelom planetu.

Milijarde ljudi u svojim kućama svjedoče da ih je elektronička slika sportskog prijenosa – stjerala u fotelju. Oslobodili smo se potrebe da trčanjem, skakanjem, plivanjem, živimo svoju tjelesnost. Stisnuto u masi gledatelja, srce kuca jače, a da tijelo nije učinilo nikakav fizički napor.

Onog trenutka kad smo pomislili da bi se televizija mogla uključiti kao pomagalo u procesu obrazovanja, televizija je – kaže McLuhan – već preuzela proces obrazovanja. Samo što mi to ne želimo priznati, jer sadržaji kojima ona odgaja nisu u skladu s našim željama. Poput djece zatvaramo oči rukom i ne vidimo da nas i našu djecu televizija odgaja i obrazuje odvođeci nas u svom smjeru.¹⁹

Dijete prepušteno ekranima odgleda godišnje tisuće reklama, sudjeluje u ogromnom broju ratova, uživi se »sapunati« u niskim strastima telenovela, »obogaćuje« svoj jezik uz stanare *reality show* programa. U njihovo slobodno vrijeme šire se multinacionalne korporacije čiji je osnovni zadatak porobljavanje slobodnog vremena.

Djeca već od najranije dobi postaju radnici čiji je zadatak pronositi okolinom slogane korporacija, obavljanje PR-a za igrice, podizanje cijene nogometašima, odnosno postajanje dijelom mase novog konzumerskog proletarijata. Kako je to moguće?

Dok proces oficijelne edukacije u školama i na fakultetima počiva na niskim ulaganjima (kako u sredstva tako isto i u ljude), za jednu sekundu prave multimedijske, televizijske, filmske edukacije brine se desetine stručnjaka najrazličitijih profila (od dizajnera, tekstopisaca, glumaca, redatelja, psihologa, sociologa, scenografa, tehničara raznih profila itd., itd.).

Na djelu je obrat. Proces onoga što želimo vidjeti kao edukaciju u pravilu je dosadan, reduciran na govor, utemeljen na jednom davno postignutom znanju, a proces nepriznate edukacije je spektakularno interesantniji.

Medij govora takav je da evocira u slušatelju slike ili misli. Za razliku od toga televizijska, a posebno filmska ili reklamna slika ne traži neku posebnu aktivnost: tehnika sama okreće slike brzinom naše percepcije. Događaji se smjenjuju tako brzo da ne uspijevamo ni o čemu imati sud. Reklamne poruke su utoliko bolje ukoliko su manje eksplicitne. Televizijski ekran ne nagovara, on zavodi. Hipnotizira. U nama samima razvija našu predaju, odustajanje...

Čovjek doba elektroničkih medija ne reagira na životne situacije jer mu korporacije dobacuju sočne odreske života u njihovom gotovo pa idealnom obliku. U okružju u kojemu se znanstvenici, kao i svi ostali, utrkuju u trgovini s vlasnicima medijskih vremena, a političari gomilanjima afera svaku aferu učine bespredmetnom – u tom okružju pitanje medija postaje presudnim.

Doba slike svijeta, doba je medijski posredovane slike nove medijske slike svijeta. Ako ne uđemo u njene virove i ne mislimo je, bit ćemo ruke grnčara koji oblikuje glinene posude koje više nitko ne cijeni, treba, voli, traži... Ne zato što nisu lijepe ili zato što nisu dovoljno ljudske. Upravo suprotno. Svaka nova tehnologija razvija okružje u kojemu proizvodi starih tehnologija odlaze u prošlost.

Masmediji se naravno neće nikada baviti Kantovim ili Hegelovim razumijevanjem slobode. Ali će se baviti slobodom medija jer ona omogućuje *business*. Mediji danas pripadaju oglašivačima i politici. Sve što nije u interesu ovim

12

McLuhan, Marshall, *Razumijevanje medija*, str. 24, 25.

13

Isto, str. 55.

14

Isto, str. 60.

15

Isto, str. 194.

16

Isto, str. 311.

17

Riječi nemaju nikada svojstveno značenje; njihovo je značenje »pozicijsko« i uvjetovano je

poviješću i kulturnim kontekstom s jedne, i strukturom sustava u kojem sudjeluju, s druge strane. Claude Levi-Strauss, *Divlja misao*, str. 67.

18

McLuhan, Marshall, *Culture is our Business*, str. 42.

19

Govoreći o televiziji Anders bilježi i sljedeće: »bolji aparat laž još nikada nije posjedovala«. Gunther, Anders, *Svet kao fantom i matrica: filozofska razmatranja o radiju i televiziji*, str. 105.

grupacijama ili je nevažno ili se pojavljuje kao sasvim slučajan, sporadičan eksces.

Od pitanja medijskih sloboda treba se okrenuti pitanju mogućnosti slobode uz masmedije, pitanju mogućnosti slobodnog čina u svijetu masovnih zavodjenja, proizvođenja javnosti u masu, razvijanja i ponavljanja stereotipa, buđenja najnižih strasti, pasiviziranja građanina pretvorenog u gledatelja...

Ako ne prakticiramo slobodu kao pripadnici neke skupine navijača, mase – u prilici smo se suočiti s neslobodom, s nemogućnošću volje da realizira svoje bitne životne potrebe u labirintu u kojemu na svakom skretanju stoji upozorenje: Što nam je činiti?

Misliti medije onako kako je odgovorno u svoje vrijeme Platon promišljao odnos pjesničke i filozofijske istine (pitanje je to medija spoznaje). Raditi na pravu znanosti i kulture da ih mediji ne tretiraju kao zabavu. Tražiti od znanosti i kulture da se ne pokušavaju prilagoditi *edutainmentu*. Istovremeno, uključiti sva znanja medijskog posredovanja Istine, jer je oku educiranom na multimediju, razumu koji je uvidio nedostatnosti linearnog pristupa rečenice, odnosno nužnost rehabilitiranja i slike – potrebno prezentiranje sudova koji će položiti ispit pred medijem komuniciranja svog vremena. Ne možemo više biti muze Gutenberga kad je istina dobila svoje nove perspektive.

Sve što imamo, to je ovaj svijet (kojega ne možemo spoznati) i naši mediji (jezik slika) kojim mu se približavamo. Otuda potreba za reinterpretiranjem mišljenja kroz povijest. Motrenja povijesti filozofije u napredovanju svijesti o medijskim utjecajima na spoznaju svijeta. Razvijanje svojevrstne *Fenomenologije duha*. Otuda potreba naglašavanja važnosti kritičke, spoznajnoteorijske, poetičke i praktične – filozofije medija.

Paralelno, potrebna je povijesno kritička ekonomska analiza boja kapitala grupiranih u poslovima s medijem.

Nekolicina podudarnosti sfera je slučaja.

Pravilo razotkriva tendenciju koja stremlji k pojmu.

Pitanja naših sloboda prevažna su da bi se prepustila samo promišljanju problematike slobode medija, jednako kao što želja za nadnacionalnim promišljanjem oslobođenim nacionalnih uskogrudnosti može biti naivna pred novim pravilima vlasništva u businessu s medijima.

Sead Alić

The Mass Freed

Abstract

The main idea in this paper is to present reflections on some important changes contextually related to appearance of mass-media.

The irony in the title suggests the critical approach of the paper which aims to point at the fundamental changes in understanding basic notions such as freedom, game or leisure.

The idea is to remind us on some contemporary forms of seducing and manipulating whose chosen area of activity is "free time".

Critical dimensions of media theories, or more strictly, philosophies of media, right in this field find the key evidence of transforming the contemporary citizen and subject into an observer/watcher/consumer, as a new proletarian shaped for times of "original accumulation of media space".

Key words

media, play, sport, leisure, mass, free time, mass-media