

УНИВЕРЗИТЕТ У БЕОГРАДУ
ФИЛОЗОФСКИ ФАКУЛТЕТ

Слободан Р. Рељић

*Промена карактера медија у савременом
капитализму: узроци, актери, последице*

Докторска дисертација

Београд, 2012.

UNIVERSITY OF BELGRADE
PHILOSOPHICAL FACULTY

Slobodan R. Reljić

*Changes in the Character of the Media in
contemporary Capitalist Society: Causes,
Participants, Consequences*

Doctoral thesis

Supervised by Professor Slobodan Antonić

Belgrade, 2012

ментор

др Слободан Антонић, ванредни професор
Филозофски факултет, Универзитет у Београду

Чланови комисије

Др Ђокица Јовановић, ванредни професор
Филозофски факултет, Универзитет у Београду

Др Вера Вратуша Жуњић, ванредни професор
Филозофски факултет, Универзитет у Београду

Др Зоран Јевтовић, ванредни професор
Филозофски факултет, Универзитет у Нишу

ПРОМЕНА КАРАКТЕРА МЕДИЈА У САВРЕМЕНОМ КАПИТАЛИЗМУ: УЗРОЦИ, АКТЕРИ, ПОСЛЕДИЦЕ

Апстракт

Савремени капитализам се од предузетничког прометноу у корпоративни, грађанска демократија се трансформисала у масовну и манипулативну, а медији су претрпели адаптацију „либертеријанског концепта“ - у коме им је основна функција „служење народу“, тј. улога „четвртог стуба демократије“ - у „пропагандни модел“ где је превасходни циљ остваривање профита и заштита корпоративног система. Тај друштвени *процес* пратило је низ појединачних *пројеката* у којима су медији: а) преко адвертајзинг-односа везани за крупни капитал и претварани у безрезервног промотера потрошачке културе; б) власништво над медијима је концентрисано у непојмљиво мали број руку; в) и сами медији су постали део корпоративних структура и подведени под истоврсно менаџерско управљање; г) у непосредној производњи вести поред традиционалних начина усмеравања и контроле, уграђених у статус професије и начина организовања редакције, одомаћили су се у јавности невидљиви лобистички притисци, офанзивни ПР механизми као и најсофистициранији метод - спин. Корпоративна држава је за те монополске интереса слоја најбогатијих обезбедила легалитет. Комплекс „индустрије свести“ одржавао је привиде да је се ради о прогресу и очувању највиших вредности друштва. Основно изражајно средство медија није више (слободна) *реч*, што је и основни супстрат (либералне) демократије, већ *слика* која је неупоредиво сугестивнија у манипулацијама масама и пријемчивија тоталитарнијим друштвима, а поред телевизије незаобилазна је и у развоју нових интернет-комуникација и пројеката дигитализације. Најзначајнија последица ових промена је што медији, а „усред једне кризе огромних размера и глобалног значаја“, нису оспособљени да испуне историјски улогу „мајке свих револуција“ и у овом добу буду међу најважнијим носиоцима кључних и далекосежних друштвених промена које се чине неизбежним.

Кључне речи: масовна демократија, индустрија свести, културна индустрија, либертеријански концепт, манипулација, спектакл

CHANGES IN THE CHARACTER OF THE MEDIA IN CONTEMPORARY CAPITALIST SOCIETY: CAUSES, PARTICIPANTS, CONSEQUENCES

Abstract

Modern capitalism has changed from a competitive and entrepreneurial model into a corporate one, civil democracy has become manipulative mass democracy, and the media have from a 'libertarian concept,' where their basic function was to 'serve the people' and be the 'fourth pillar of democracy' - turned into a 'propagandist model' whose principal objective is profit and protection of the corporate system. The social *process* has been accompanied by a series of individual *projects* in which the media/the press: a) are tied to big corporations by advertising revenue and transformed into an unquestioning promotional machine of consumerism; b) media ownership has been concentrated into an unimaginably small number of hands; c) the media themselves have become part of the corporate structures and subject to identical managerial governance; d) limitless and invisible lobbying pressures, aggressive PR mechanisms, and the most sophisticated method, *spin* – have become commonplace in the direct production of news besides the traditional ways of guidance and control built into the status of the journalistic profession and the manner of organising editorial offices. The corporate state has secured legitimacy for all the monopolistic interests of the tiny social segment of the immensely rich. The 'consciousness industry' complex, with the media as its mailed fist, has managed to sustain a perception of constant progress and preservation of the highest values of capitalism and democracy. The main expressive means of the media is no longer the (freely) spoken *word*, which is the basic substrate of (liberal) democracy, but *image*, which is far more successful in manipulating the masses and characteristic of totalitarian societies, and is besides television unavoidable in the development of new internet-based communications and digitalisation projects. The most important consequence of these changes is that media of this type, 'amidst a crisis of enormous proportions and global significance', are not capable of fulfilling their historical role of the 'mother of all revolutions' and of being in this day and age among the most important champions of the crucial and far-reaching social changes which appear inevitable.

Keywords: mass democracy, consciousness industry, cultural industry, libertarian concept, manipulation, spectacle

САДРЖАЈ

Сажетак	5
Summary	6
Списак табела и графика	11
УВОД	
Од Золиног „Оптужујем“ до Би-Би-Сијевих лажи са Тјенанмена	13
Прво поглавље	41

ПРОМЕНА КАРАКТЕРА КАПИТАЛИЗМА: НАСТАНАК КОРПОРАТИВНОГ СИСТЕМА

1. *Раскол Веберовог „класно свесног bourgeois“ и Марксове непошtedне критике капитализма* (46)
2. *Између квантитета роба и некавалитета „наших живота“* (49)
3. *Три историјска периода кад су у друштву „размена и трговина“ били изнад производње* (62)
4. *Зашто је актуелна светска криза најсличнија великој драми 1848.* (67)
5. *“Анатомија моћи“ корпоративног капитализма – три лица и четири пункта моћи* (69)
6. *Искушења Слободног орвелијанског света* (79)
7. *“Фаза Б“ Кондратијевљевог циклуса* (83)

Друго поглавље	89
----------------	----

ПРОМЕНА КАРАКТЕРА ДЕМОКРАТИЈЕ: ОД ПАРЛАМЕНТАРНЕ ДО МАНИПУЛАТИВНЕ

1. *Од Милтонове „Ареопагитике“ до Милове „тираније јавног мњења“* (94)
2. *Танка линија између демократског мобилисања у рат и фашистичког „распуштања демократије“* (100)

3. *Чињенице су немоћне пред манипулацијама ирационалношћу* (106)
4. *Милсово откриће о преласку „с владања на манипулисање“*(111)
5. *Илузија „богатства на дохват руке“ - замена за демократска права* (116)
6. *Демократија транзиције – систем у коме нико не штити права грађанина и народа* (119)

Треће поглавље

133

ПРОМЕНА КАРАКТЕРА КУЛТУРА: ОД КРЕТИВНОГ ЧИНА ДО ИНДУСТРИЈЕ КУЛТУРЕ

1. *Три културне контрадикције које се не могу превазићи* (138)
2. *Је ли наше друштво здраво?* (138)
3. *Интелигениција против духа* (143)
4. *Нарру-Енд култура* (149)
5. *Просвећеност као масовна обмана* (153)
6. *Индустрија културе као објашњење „масовне културе“* (155)
7. *Зашто се Адорно вратио из Америке?* (159)
8. *Ко мисли слободно, странац је међу нама* (163)
9. *Кафкина исконска стрепња пред делом Фредерика Тејлора* (168)
10. *„Добар уметник“ зна да мора да ради по наруџби* (173)

Четврто поглавље

181

ПРОМЕНА КАРАКТЕРА КОМУНИКАЦИЈЕ: ОД РАЗМЕНЕ ИНФОРМАЦИЈА ДО ИНДУСТРИЈЕ СВЕСТИ

1. *Индустрија свести - господар „ располаже свешћу других“* (184)
2. *Моћ кетмана - парадоксална улога интелектуалаца са европског Истока* (188)

3. *Црни облаци технолошке цивилизације* (195)
4. *Тејлоризам – неразмрсив чвор органске везе Запада и Истока* (198)
5. *Успон пропагандних средстава у масовном друштву - случај Лењина* (204)
6. *Зашто је Маршалов план имао ставку: пропаганда?* (209)
7. *Јавно мњење не кореспондира са стварношћу* (212)
8. *Пропагандни модел - пет филтера који одређују садржај вести* (214)
9. *Како се екстремни антикомунизам претворио у негацију геноцида* (217)
10. *Случај Њујоркер – медиј је само гласник потрошачког друштва* (222)
11. *Пропаганда и телевизија - негација демократије* (228)
12. *Хана Арент и „Пентагонски папири“ – кад „читава слобода мишљења постаје ужасна превара“* (230)

Пето поглавље

235

ПРОМЕНА КАРАКТЕРА НОВИНАРСТВА: ОД ИДЕАЛА СЛОБОДЕ ДО КОРПОРАТИВНОГ ДИКТАТА

1. *Четири концепта медија* (238)
2. *Јавно мњење, краљица света* (244)
3. *Публика је постала маса* (247)
4. *Револуција је волела штампу, али долазе они који се баве експлоатацијом* (253)
5. *Америчка револуција – победа професије новинар* (257)
6. *Коме је до морала нека заобилази новинске редакције* (261)
7. *Virgeois је ликвидирао citoyen-a* (265)
8. *Злочин „кич-човека“* (269)
9. *Анти-интелектуализам је постао моћ* (273)
10. *Одлазак џентлмена са јавне сцене* (281)
11. *Параноидност политике и „жуто новинарство“* (287)

12. *Шта новинар треба да (не)зна* (295)
13. *„Корпоративни професионализам“ као судбина* (300)
14. *Новинарство у кризним временима: дебата Липман-Дјуџи и Раселово упозорење* (303)
15. *Европска линија, америчка линија* (310)
16. *Социологија производње вести и случај Криса Хеџиса* (316)
17. *„Мајка свих револуција“ на историјском раскришћу* (323)

Шесто поглавље

327

МЕДИЈИ - УДАРНА ПЕСНИЦА НОВОГ ЛЕВИЈАТАНА

1. *"Култура слике" и хегемонија телевизија* (336)
2. *Адвертајзинг* (349)
3. *Власништво медија* (359)
4. *Менаџмент медија* (375)
5. *ПР- стин* (391)
6. *Технолошки прогрес* (409)

ЗАКЉУЧАК

421

Савремена друштва немају замену за улогу медија, зато би они требало да буду заштићени, "и то чак брижљивије него што је то учињено у случају судства"

ЛИТЕРАТУРА

437

СПИСАК ТАБЕЛА

- Табела бр. 1* Удео делова света у светској производњи (43)
- Табела бр. 2* Техно-економске епохе када су се повећавала благостања (44)
- Табела бр. 3* Територије света под доминацијом Европа (45)
- Табела бр. 4* Дубока подела у располагању вредностима савременог света (51)
- Табела бр. 5* Два различита типа економских теорија (58)
- Табела бр. 6* Четири концепта масовних медија (243)
- Табела бр. 7* Основне особине „корпоративне професионализације“ упоређене са „традиционалним“ моделом (302)
- Табела бр. 8* Оглашавање по становнику на пет највећих тржишта у 1989. и 1998. (355)
- Табела бр. 9* Колико медији САД зарађују од адвертајзинга 2009 и 2010, са пројекцијама трендова до 2015. године (356)
- Табела бр. 10* Тржишна вредност осам највећих медијских конгломерата 2006. (363)
- Табела бр. 11* Десет највећих ПР агенција 2011. према годишњем приходу (407)
- Табела бр. 12* Шта је све на екрану видео османаестогодишњак (410)

СПИСАК ГРАФИКА

- Графика бр. 1* Повећавање јаза између богатих и сиромашних у XIX и XX веку (52)
- Графика бр. 2* Економска теорија заснована на знању и производњи (56)
- Графика бр. 3* Тенденција кретања прихода од корпоративних пореза (61)
- Графика бр. 4* Кондратијевљеви таласи (84)
- Графика бр. 5* Поглед „хиперглобалисте“ на савремени свет (127)
- Графика бр. 6* Поглед „скептика“ на савремени свет (128)
- Графика бр. 7* „Средња класа“ одустаје од класне борбе и угрожава свој статус (187)
- Графика бр. 8* Како на тираж новина утиче број текстова о насиљу (263)
- Графика бр. 9* Велики технолошки проналасци и промене које су носили (314)
- Графика бр. 10* Колико се телевизија гледа у домаћинству, по земљама (345)
- Графика бр. 11* На ком медију човек слуша вести у САД (346)
- Графика бр. 12* Приходи највећих корпорација медијске индустрије 2009. (361)
- Графика бр. 13* Концентрација власништва - смањивања броја власника медија (364)

УВОД

од Золиног „Оптужујем“ до Би-Би-Сијевих лажних са Тјенанмена

I

„Век је започео Золиним 'Оптужујем' које је у име правде и слободе, на ступцима листа 'Опор' (*L' Aurore*) прозвало јавност. Завршава се лажним масовним гробницама у Темишвару и видео играма у Заливу“ (Бал, 1997:65). Готово је немогуће тако недвосмислено јасно описати „промене карактера медија у савременом капитализму“, чак и са знатно више речи.

Емил Зола је улогом интелектуалца, и истинском храброшћу уз реалне ризике, издигао себе до позиције бескомпромисног борца за највише вредности свог друштва. То је пре свега говорило о виталности друштва, моћи јавног мњења и респекту за индивидуални напор. У данашњем западњачком друштву тај његов напор грађанима изгледа као бајка из дечјих сликовница, за коју сви знају да је у реалности немогућа.

Јер, чувене сцена „масовних гробница“ био је заједнички рад великих организација, чија дела нису за бајке (Бал, 1997; Ewen, 1997; Јевтовић, 2003). Конкретно, ту су се као директни извршиоци нашли *CIA* и *CNN*: *CIA* режисери су убрзавали гласине о масовним гробницама у Темишвару у којима је било „око 4.500 тела, масакрираних од стране тајне полиције за само три дана“; тако се појавила „слика непознатог човека који плаче над телима своје мајке и свог детета“ у првом плану, а иза њега уредно поређана „колона“ лешева (Timisoare Massacre, 2010). После ће се испоставити да човек који плаче и мртва жена нису родитељи мртвог детета, да снимани лешеве углавном нису „жртве диктаторског режима“, да је мајка умрла од цирозе јетре а дете од неизлечиве дечје болести. Све то није било препрека да се смишљена превара хитно стави у телевизијске *Breaking News CNN* и јави свету као несумњива истина. После ће „темишварски масакр“ постати „симбол медијске манипулације“, а накнадна сазнања о другим великим догађајима као што је „заливски

рат“, бомбрадовање СРЈ, окупација Ирака показаће да није по среди грешка, већ да се ради о систематској државно-корпоративној “машини за прозводњу порука“ (Barstow, 2008).

За потребе великог глобалног спектакла тог децембра 1989. у тај дигитални мурал разапет изнад целе планете „убачена“ је и – Велика потеря за диктатором Чаушескуом и злом вештицом Еленом. Кад, ипак, стижемо до завршне сцене „суђења“ видимо да режисери „нису од овога света“, јер спектакл остављају без великих завршних сцена. Тек: двоје препаднутих старијих људи и тужиоци из сенке који, како је записао на интернету анонимни циник, „изговарају овештале фразе сачињене од речи за које је *Paul Valery* говорио да имају већу цену него смисао: геноцид, демократија, слобода“(Стошић, 2009). Наравно, они који ислеђују су скривени, „ноћ не зна дан шта носи“, али „као што то бива, понесен искушењем славе један од тих иследника доцније ће продати читаву видео касету 'суђења', на којој се појављују и лица оних који су играли судије Елени и Николаеу“ (Стошић, 2009). И док се велика медијска потеря, коју је страшно и са примереном мржњом пратио читав „цивилизовани свет“, окончавала приказивањем изрешетаних тела и отрежњујућих флека крви по мусавом снегу, још су само локални доносиоци демократије и „братство интернационалних усрећитеља“ по инерцији настављали да на мртве „звери“ додају „компромитујући материјал“ који је из минута у минут постајао све баналнији. И, испоставиће се, да је то било и једино што су они хтели да дају народу „са Полупериферија“ (како би у глобализованом свету ситуирао европски Исток Имануел Волерстин). Све што су раширених руку и отворених срца дочекивани победници били спремни да дарују били су демократски симболи и имагинација слободе. У ствари, они су само то и имали, јер онима из Центра, одавно је једина вредност материјална вредност, а једини мотиви профит и неконтролисано и неограничено увећање богатства. Демократија која ће бити експортирана на европски Исток дуго неће бити мање мусава и мање суморна од сцене крвавог снежног дворишта у дракулијанској недођији.

Та 1989. показаће сву беду „индустрије свести“ и једносмерност производних погона хипертрофираних медијске продукције. Створена једном да промовише и подржава истину, а после трансформисана у механизам „социјалне пропаганде“ (Ellul, 1965), она се тих година коначно преобразила у своју дејалектичку супротност. Док је

Запад хистеришно славио победу над комунизмом, пажљивијим посматрачима (Хобсбаум, 2002; Валерштајн, 2005; Греј, 2011) постајало је јасно да се Марксова дијагноза из 1848. још једном историјски валоризовала. „Гдје год да је дошла на власт, буржоазија је... немилосрдно поцијепала шаролике изукрштане феудалне везе које су човјека везивале за његовог природног претпостављеног, и *није оставила између човјека и човјека никаву другу везу осим голог интереса*, осим безосјећајног 'плаћања у готову'... Она је лично достојанство растворила у прометној вриједности и *на мјесто безбројних повељама признатих и извојеваних слобода ставила једну бесавјесну слободу трговине*... Буржоазија је са свих дотадашњих *достојанствених професија*, на које се гледало са страхопоштовањем, скинула светачку ауреолу. Она је љекара, правника, свећеника, пјесника и учењака претворила у своје плаћене најмане раднике“ (Маркс, Енгелс, 1945: 31-32). (курзив С.Р.)

Све што је тада констатовано, а што је деловало као претеривање, 1989. се реализовао у тоталности технолошки унапређене савремености. Док се славио „коначни тријумф либерализма као идеологије“ (Валерштајн, 2005:9) повеље о слободи, славне декларације и слободарски чиновници служили су само да прикривају „бесавесну слободу трговине“ и тријумф „голог интереса“, али су и од самог „победника“ прикриле да је „то потпуно погрешно опажање стварности. Сасвим супротно од тога, ти исти догађаји чак *више* обележавају колапс либерализма и наш дефинитивни улазак у свет после либерализма“ (Валерштајн, 2005 : 9). Медији су у тој историјској ситуацији дали немерљив допринос „потпуно погрешног опажања стварности“, а кад би Маркс поново наводио списак „достојанствених професија“ које су се остале без ореола и дефинитивно се претвориле у „плаћене најмане раднике“ онда више не би могао а да се не сети и – новинара.

У антикомунистичкој хистерији и пропагандистичком наступу Центра „слободни медији“ су 1989. кумовали и великим исторјским погрешкама које ће западну цивилизацију коштати далекосежних стратешких промашаја. Тако је потпуно потцењен значај разрешења кинеског унутрашњег сукоба који се у јавности видео као протест студената на Тјенанмену. Инерција и самоуверена пропаганда су тај догађај паковали као „маскар на Тјенанмену“, а што је пратила приповест о бруталном маршу војничких чизама преко крвавих студентских тела. Безброј пута је емитована сад већ легендарна слика: студент у белој кошуљи и са завежљајем у руци стоји на сабласно пустом тргу испред пет тенкова у колони... И није се остављало места сумњи да су се гусенице следећег момента подмазивале крвљу невиних који су умирали за слободу.

Две деценије касније, 2011. сајт „Викиликс“ ће објавити тајне извештаје америчке амбасаде у Пекингу из јуна 1989. „Дипломатске депеше... показују да током протеста на Тргу Тјенанмен, 1989. године, кинески војници нису пуцали на демонстранте, што делимично потврђује верзију догађаја кинеских власти, пише британски лист *Дејли Телеграф*“ (РТС, 2011). Конкретно: „На самом Тјенанмену био је чилеански дипломата који је америчким колегама помагао као очевидац последњих часова продемократског покрета. 'Он је посматрао како војска улази на трг и није видео никакво масовно пуцање... Он је рекао да је већина војника који су ушли на трг заправо наоружана само опремом за разбијање демонстрација – пендрецима и дрвеним палицама; њих су подржавали наоружани војници, наводи се у депеши из јула 1989. године“ (ibid. РТС, 2011).

Дејли Телеграф је поводом „Викиликсових“ објављивања америчких дипломатских депеша објавио и „да је последњи дописник Би-Би-Сија из Пекинга Џејмс Мајлс (James Miles) 2009. године признао да је 'пренео погрешан утисак' и да 'није било масакра на Тјенанмену'. 'Демонстрантима који су још били на Тргу кад је војска стигла допуштено је да оду после преговора. Није било масакра на Тјенанмену, али је било маскара у Пекингу', рекао је Мајлс“ (ibid. РТС, 2011). Већ и пре „Викиликса“, поводом годишњице „масакра“ 2009, објављивано је што шта. „There Was No 'Tiananmen Square Massacre“ (Roth, 2009) је био наслов „покајничке“ исповести Си-Би-еСовог (CBS News) извештача „с лица места“ Ричарда Рота (Richard Roth).

Западна самообмана и арогантно пројектовање Комунистичке партије Кине у „хорду зла“ коштаће их превиђања потенцијала велике земље. Међутим, Полупериферија ће тек осетити терор медијско-пропагандне индустрије Центра. Исти произвођачи „истине“ (Би-Би-Си, Дојче веле и друге пропагандни медији западних држава) ће основати *ad hoc* школе новинарства, обуке, модернизације програма, хармонизацију демократске транзиције и локалних медија; разне државне и приватне фондације ће учитељски утицати на ревизије програма образовања новинара и медијских делатника, а у процесу приватизације западни медијски капитал подржан владиним програмима покуповаће профитабилна и потенцијална медијска предузећа а све што се не буде уклапало у тај западни модел покорвања „ослобођеног Истока“ биће гурнуто у страну (Рељић, 2011:121-135). Локалном становништву ће се то објашњавати „неуспелом приватизацијом“.

Светионици „слободног информисања“ ће организовати хиљаде прозаичних курсева за „новинаре у демократским променама“; културно-обавештајне екипе

„школа новнарства“ Би-Би-Сија „реформисаће“ десетине националних јавних сервиса; тако ће пропагандно-обавештајна компонента која је у новинарству била прикривени сегмент, превладати само новинарство (Маршал, 2002). Као што је Запад на колонијализованим просторима бившег комунистичког блока „реформисао“ тајне службе, демонтирао „црвене“ војске, профилисао полиције и универзитете, тако су и медијски системи и медији постали – привесак западног система и теледириговани пропагандни погони.

У чувеном „рушењу Берлинског зида“, главни амалгам није био лаж као Темишвар и Тијенанмен, али претварање једне у крајњој линији оперете у „спектакл ослобођења без граница“ (окончано 13. јуна 1990.) симболизоваће сву лапидарност историје која је сејана из „демократског света“ (Рељић, 2011:81-83). И тим пројектованим одушевљењем Запад ће прекривати знаке сопствене дубоке кризе.

II

Разлози за одсуство способности за самоспознајом широког су спектра и тичу се суштинских друштвених промена на Западу у XX веку. Све што је капитализам донео у револуционарној промени људског друштва изгубило се овој касној фази. Капиталистички систем је гурнуо предузетништво на маргину, стари капиталистички предузетници су с Хенри Фордом и Густавом Крупом нестали са историјске сцене. Корпоративни капитализам укида и саму буржоаску класу. „Савршено бирократизована гигантска индустриска јединица не само да онемогућује мале фирме или фирме средње величине и 'експроприше' њихове власнике, већ на крају исто тако потискује предузетнике и експроприше буржоазију као класу, која у овом процесу има да изгуби не само свој доходак, већ и нешто што је бескрајно важније – своју функцију“ (Шумпетер, 1960:200). С том променом и сва достугнућа буржоаског друштва долазе у питање. Широка лепеза слобода на којима се капитализам подигао испражњена је од садржаја и касни капитализам се претапа у меки тоталитаризам. Право на реално опоненство владајућој идеологији и структури полако се претапа у фразе. Друштво, у време кад је Маркузе писао „Човек једне димензије“ (1964) осцилира „између двије контрадикторне хипотезе (1) да је развијено индустријско друштво кадро спутати квалитативну промјену, конституенс предвидљиве будућности; (2) да постоје снаге и тенденције које ће могуће сломити ово спутавање и револуционирати друштво“ (Marcuse, 1968:15). Али већ је и тада јасно да је „прва тенденција доминантна, па, ма какви предувјети за прекорет могли егзистирати: они су

употребљени да овај буде спријечен. Можда неки случај може промијенити ситуацију“ (Marcuse, 1968:15).

Међутим, ништа се није десило што би угрозило премоћ логике корпоративног капитала, коме је држава само централни комитет. Тек ће оглашавање Велика рецесије, после слома у Волстриту 2008. озбиљније поставити питање способности система да се окрене отуђеном и опредмећеном човеку. „Нелогичност овог система је“, подсећао је Имануел Волерстин, „у томе што акумулација ради акумулације нема никавог смисла са друштвеног становишта... Не ради се само о томе да акумулација која је сама себи сврха укључује неједнакост у потрошњи, већ да она подразумева далеко *неправеднију* расподелу него претходни историјски модели присвајања рада земљорадника од стране племства и ратника у империјалним економијама (или светским империјама), а тиме и све већу поларизацију – и то усред бурног поремећаја система чији је *raison d'etre* непрекидно коло акумулације“ (Волерстин, 1985:18).

Таквом друшту демократија постаје терет. Просветитељско ослобођење европског друштва од Цркве претворило се у ропство корпоративизму и бескрајној комерцијализацији, која се види као једини пут за стицање стално увећаних профита. Незаустављив успон оног што се филозофски означава као *techne* – кроз прогрес *технологије* и усавршавање *организације* - науковским начином премрежило је друштво и слободе, а човекову слободну вољу изгурало у „зону сумрака“. *Poiesis*, како су стари Грци означавали уметнички сегмент, претворио се у „културну индустрију“.

Шта се то променило од Золе и времена кад се жртва за истину и правду сматрала највишом друштвеном врлином до доба Би-Би-Сијевог конквистадора Џејмса Мајлса коме 1989. на Тјенанмену такав напор не би могао ни пасти на памет. Разумевање те промене увелико надилази праћење мена у новинарству, као области људске продукције у великој подели рада – која се реализује у медијима, средствима за пренос информација, јер „слободној штампи“ је намењена улога „четвртог стуба демократије“ (Рељић, 2011).

Могуће је утврдити узроке промена које су временом новинарство претвориле у професију најамника, а медије уздигле до једног од најважнијих средства контролисања и вођења модерних друштава. Немогуће је не регистровати промене у касном капитализму које су, како уочава Ерик Хобсбаум, после свих привида довеле до тога да су „ипак, Маркс и остали пророци дезинтеграције старих друштвених вредности и односа били у праву. Капитализам је био стално и без прекида револуционарна снага. Логично је да се *завршава дезинтеграцијом* (курзив С.Р.) чак и

оних делова прекапиталистичке прошлости, које је претходно сматрао погодним, чак суштинским за свој развој. Завршава се одсецањем бар једне гране на којој је седео. Под утицајем необичне економске експлозије за време и после Златног доба, са друштвеним и културним променама које су биле последице те најдубље револуције у друштву од каменог доба, грана је почела да пуца и да се ломи“ (Хобсбаум, 2002:20).

Време дезинтеграције прати исцрпљивање потенцијала демократије, до тачке кад се право народа да влада претвара у „срећу“ грађана да буду употребљени за легитимисање владавине групе коју кандидује њихова „воља за моћ“, а кроз овешталу процедуру на власт доводе структуре које ће бити помогнуте „кредитом“ који се не може исплатити него постаје Дамаклов мач над друштвом. Читава политичка структура, у изборима који су њена најважнија утакмица, формално се финансира из буџета, а стварно „реалан успех“ зависи од донатора и „пријатеља“. Корпорације то после вишеструко наплаћују користећи државни апарат. Тај неизбежни „брак из рачуна“ трансформише модерну државу у Нови Левијатан.

III

У постоклонијалним и земљама „нове демократије“ то је много грубљи поступак. У једном бестселеру то је описано крајње упечатљиво: „Ви ћете, г. премијеру“, објашњава се у књизи која је писана у форми имејл порука кинеском лидеру који стиже у посету Делхију, „несумњиво од нашег премијера добити памфлет који ће садржати веома опширан сегмент о дивотама демократије у Индији – моћни приказ где милијарда људи слободно користи своје грађанско право гласа како би одредили своју будућност и бла, бла, бла,

Мени, г. Ђијабао, демократија не смета. Напротив демократији много дугујем – чак и датум рођења. То је било време кад сам још увек разбијао угаљ и брисао столове у чајциници у Лаксмангарху. Са столице испод Гандијеве слике зачуло се тапшање длановима – стари власник чајцинице је рекао свим својим радницима да оставе то што раде и одмарширају у школу.

За учитељевим столом у учионици је седео човек у чиновничкој униформи, са дугачким нотесом и црним пенкалом; сваком је поставио два питања: 'Име?' 'Балрам Халваи.' 'Године?' 'Не знам.' 'Не знаш датум рођења?' 'Не, господине, моји родитељи га нису запамтили.' Погледао ме је и рекао: 'Имаш османаест година. Данас си напунио осамнаест година. У реду?' 'Да, господине.' То је записао у свој нотес и рекао ми да идем. Тако сам и ја од владе добио рођендан“ (Адига, 2009:64-65).

Западни прагматизам примењен у другим културама и другачијим условима изгледа неподношљиво бруталан – јер иако има све елементе западног семена, биљка која расте нема западњачку култивисаност. „Демократске“ владе из „трећег света“ то раде тако. И кад ти „демократска“ влада да рођендан и ти мораш узвратити „демократским доприносом“. „Морао сам имати осамнаест. Сви из чајџинице су морали имати осамнаест, у коме може да се гласа. Примицали су се избори; власник чајџинице нас је већ продао. Продао је наше отиске прстију које неписмени остављају на гласачком листићу чиме означе за кога гласају“ (Адига, 2009:64).

Индија, наравно, није усамљени пример полујавне „продаје“ за демократију важног идентитета гласача. Кад су се марта ове, 2012. године одржавали ванредни локални избори у Херцег Новом у суседној Црној Гори, новине су јављале како је „цена личне карте пала са 150 на 80 евра“. Наравно, ради се о „стању ствари“: „'Добра пракса' откупа личних карата од политичких неистомишљеника чврсто је утемељена у црногорско изборно биће пред референдум о независности“ („Вечерње новости“, 24. марта 2012, стр. 9), а уверљив материјал за то нуди „Бијела књига – Референдум у Црној Гори, 2006. године“ у којој је документовано показано стотине таквих до јавности доспелих случајева (одељак „Продаја личних карата“, стране 453-492). У то доба „нормална“ цена личне карте била је 150 евра. Цена је после тако важног догађаја и услед економске кризе пала, што је и било тема оних извештаја из Херцег-Новог.

Свако онај ко не види да процес прикупљања гласова у „старим демократијама“ не може да се пореди са овим искривљеним калемима у „трећем свету“ ризикује да буде оптужен за анти-западњаштво. Али разлика је пре свега у техникама и привидима. Ако је „систем“, који Центар мисионарски разбацује по земаљској кугли као што је некад ширено хришћанство, идеалан, или бар делотворан - како је могуће да он даје тако разоран и искривљен резултат?

Западној ароганцији је увек недостајало нешто самопосматрања. Берtrand Расел је 1923. на Лондонској школи за економију и политичке науке говорио о „нежности политичког скептицизма“, и то као услова да се савремени човек како-тако избори за некакву мерицу слободног одлучивања. Не говори се о *слободи*, него о настојању и многозначним путевима који се отварају.

„Индустијализам је створио нову потребу за светском сарадњом, али и нове могућности да једни друге повређујемо и будемо непријатељи“, каже Расел. Бити добар је пожељно, али партијски успех и политички успон се досежу једино на осећању непријатељства и „човек који се ослања на потребу за сарадњом је немоћан.

Док образовање усмерава генерације ка новим каналима и штампа подупиरे мржњу, *само политика наношење штете* (прим.С.Р.) има шансу да буде привлачна у пракси наших садашњих политичких метода“ (Russel, 1977:108). Расел је сматрао – време које је следило дало му је за право, а наше време му је дефинитивно дало за право – да се основне друштвене улоге образовања и медија „ни у којој мери за дуги период“ неће моћи мењати и да је зато „највише чему се можемо надати, како се то мени чини, да се нужно постане политички скептик, чврсто апстинира од вере у различите атрактивне партијске програме који се с времена на време стављају пред нас“ (Russel, 1977:108).

Скептицизам насупрот неспутаном прогресивизму делује као сушта истина, али његова привлачна моћ у масовном друштву, показаће време, сувише је мала. Уследиће стање када разне друштвене групе излажу своје опојне програме, привлаче престрашене и незадовољне масе, али то неће ни унапређивати систем, нити ширити поље слобода. Напротив. „Многи сасвим разборити људи, од Х.Ц. Велса па надаље, веровали су да је последњи рат (Расел мисли на Први светски рат, прим.С.Р.) био рат за крај рата. Њихове илузије су се распршиле. Многи, исто тако разборити људи, верују да ће марксистички класни рат бити рат за крај рата. Ако се то икад буде десило и њихове илузије ће се распршити – ако ико од њих преживи. Добро-усмерена особа која верује у било који јак политички покрет само помаже опстанак тог организованог сукоба који разара нашу цивилизацију“ (Russel, 1977:109).

А шта је наша цивилизација друго и била него непрестано наметање боље организованих покрета онима који су губили корак и онима који су чекали своју шансу. Расел је видео и ћорсокак у који га уводи његов надцивилизацијски рационализам. „Наравно, ја ово не нудим као апсолутно правило“, објасниће он, јер „ми морамо бити скептични и према нашем скептицизму“ (Russel, 1977:109). Скептик Расел је, у ствари, био велики оптимиста јер је на крају веровао да упркос томе што је у нашој цивилизацији „слободна мисао“ нападнута са свих страна од „официјелне пропаганде“ (како у Русији, тако и у Америци) - излаз постоји. Скептицизам који је Расел нудио, није практично решење, већ интелектуално попуњавање празнине у добу опште доминације преорганизованих и надхуманих политичких покрета који су сви одреда изгубили из вида људско биће, а због кога се наводно сва та велика, крвава дела чине. Расел је доживео и да види како су се они на које је он скептично гледао опробали на историјској сцени. Последњи који су обећавали „рат за крај рата“ (или још храбрије „крај историје“) су „первертовани либерали“, или како се већ старим појмовима може описати позиција носилаца „пријелаза од модерности до

постмодерности, или у ствари од империјализма до Империја“ како су то стање описали Хардт и Негри у књизи која је „започета доста времена након Заљевског рата а започета прије почетка рата на Косову“ та, иначе, „два знаковита догађаја и изградњи Империја“ (Хардт, Негри, 2003:12).

И као што је западни свет пре пола века имао Бертранда Расела тако данас има Ноама Чомског. „Официјелна пропаганда“ на коју је указивао Расел више и није у сукобу са „слободним мишљењем“. „Слободно мишљење“ је данас постало друштвена маргиналност. Ширење информације је технолошки достигло незамисливе размере. А обезбеђена је, технолошки, тотална контрола токова информације. Јер више се не ради о споља наметаној манипулацији, ово је већ „веома добро вођена тоталитарна култура“ која „делује (као) производња покорности“ (Чомски, 2009:53).

Објашњавајући како су медији и „официјелна пропаганда“ поступили у случају свргавања Садама Хусеина, иначе дугогодишњег савезника Америке у угрожавању великог непријатеља какав је Иран, Чомски ће доказати да доношење таквих одлука нема никакве везе с рационалним мишљењем грађана. Тако је 1990, анкета *Вашингтон поста* и *АБЦ-телевизије* показивала да грађани „отприлике 2:1“ мисле, да би ако Ирак пристаје да се повуче из Кувајта, требало одустати од насиља. Али, „људи који су то подржавали мислили су да су они једини на свету који тако мисле. Сасвим сигурно нико у штампи није рекао да би то била добра идеја. Наредиња из Вашингтона гласила су да бисмо требали да будемо против тог 'повезивања', тј. дипломатије и стога су сви као крдо трчкарали по команди и сви су били против дипломатије...“ Да је администрација из Вашингтона заиста била „заинтересована за мир“, логично би било да би се „две трећине (америчке популације која је сматрала да треба избећи убијање без потребе) вероватно попело на 98% популације.“ Али, „овде имамо огроман успех пропаганде.“ Систематски дезинформисани и атомизирани појединци, сами по себи постају гаранција да је „могуће наставити с ратном политиком без противљења“ (Чомски, 2009:49-50-51).

Ако је Садам Хусеин и могао да се великом пропагандом представи као „монструма који хоће да покори свет“, Мануел Норијега – с којим је „урађена потпуно иста ствар“ – тек је „ситан одметник. Лош, али није одметник светске класе који се нама допадају. Он је претворен у створење веће од живота. Намерава да нас уништи предводећи нарко трафиканте. Морамо хитно да делујемо и сломимо га, убијајући неколико стотина или можда хиљада људи враћајући власт малој белој олиграфији од неких 8% становништва и постављајући војне службенике САД на власт на сваком

нивоу политичког система. Морамо све то да урадимо пошто, ипак, морамо да спасемо себе или ће нас тај монструм уништити“ (Чомски, 2009:54).

Али, то је константа „тоталитарне културе“ дефинитивно утемељене почетком XX века, јер „све то није пуно другачије од *Крилове комисије* [о овом органу америчког председника Вилсона шире ћемо се бавити у Другом и Петом поглављу, прим. С.Р.] кад је преокренула пацифистичку популацију у побеснеле хистерике, који су желели да униште све што је немачко да се спасу од Шваба који кидају удове белгијским бебама. Технике су можда софистицираније, уз телевизију и много новца који се улаже у то, али то је, ипак, прилично традиционално“ (Чомски, 2009:55).

За разлику од Раселовог филозофског скептицизма одговори Чомског су поједностављени и доведени до тачке кад је све мање упитности. Систем се развио до крајњих граница и његова друштвена утемељеност све је мање органска, она се просто навлачи, као „шпанска кошуља“. Вешто, са све мање насиља и крви, али без идеје о границама сопствене моћи. „Мислим да нису у питању ... једноставно дезинформације... Питање је много шире. Питање је да ли желимо да живимо у слободном друштву или под нечим што достиже форму самонаметнутог тоталитаризма“ (Чомски, 2009:55).

IV

Млада новинарка у Апдајковом роману „Потражи моје лице“ (2002) с чуђењем пита остарелу сликарку: *Зашто уметност не може бити бизнис?* Генерација која се спрема за „одлазак“ даје чист одговор, али убедљивост и није велика: „Претпостављам из истог разлога из ког религија не треба да буде бизнис, или бар не *само то*. Религија мора наш страх и усмањеност да заштити, док уметност мора да убеди људе да им је потребна, да им је потребно нешто чистије и аутентичније од онога што добијају на други начин, од свих *других* послова. Ту чистоту и аутентичност вреди имати или осетити са колике год раздаљине. Душа – можеш ли да поднесеш ту реч – не може бити упрљана забринутошћу и интересом“ (Апдајк, 2004:202). Сва културна разноликост, уметничка самобитност, вечно инсистирање на природном праву на оригиналност личног искуства, све складно изречене мисли, музички уобличене емоције и на платно спуштена гледања на свет – све је то данас сливено у „индустрију културе“ где је мера изнад сваке естетике – профит. „Америка каква она јесте – прљави, комерцијална и визуелно агресивна“ (Апдајк, 2004:170) све је то довела до крајњих граница.

У есеју „О американизму“ Карел Чапек (1890-1938) је објашњавао да су главне врлине Америке *журба, успех и квантитет* најстрашније што би Европу могло да снађе. „Постоје људи који желе да Америка једном цивилизује стару Европу, онако како је Европа некад цивилизовала старо царство Астека. Признајем да ме таква предства плаши“, писао је Чапек 1926, „као што је старе Астеке плашио културни модел европских освајача, те да на свом старом астечком језику узвикујем ратни поклич против овог угрожавања нашег европског резервата“ (Чапек, 2001:70). Чапекове стрепње су се оствариле две деценије касније. У Европи се, у међувремену, издешавало свашта па се Америка могла појавити као спасилац. Чапек је објаснио да је предност Европе што Шекспир и Бетовен нису успели да постану бродовласници или рђави произвођачи памучних тканина, а „Балзак је узалудно покушавао да постане богат човек, срећом по свет, није имао успеха и никад се није ослободио дугова. Та шашава Европа умела је да се стара о хиљаду других ствари различитих од успеха; а те су ствари после остале, док је све успехе колико их је у историји било на крају однео враг“ (Чапек, 2001:74-75). Али као што Астеци нису могли да побегну од Европе, тако ни уморна и раскрвављена Европа није могла да избегне американизам.

Америка је донела и супериорне технолошке „носаче“, медије, који могу пренети неупитну поруку о производу у сваки крај где живи човеколико биће које у џепу има новчаницу било које боје а која ће се на неки начин „конвертовати“ у зелени долар. Тада и медиј, да парафразирамо Меклуана (који је на теоријском нивоу огласио да је „медиј порука“) постаје - робни производ. Одузета му је свака друга улога у друштву. Огољен, медиј ће постати лак плен пропаганде, и на повеликом гробљу касног капитализма, појавиће се надгробни споменик оном што се дуго крстило „четвртим стубом демократије“, „псом чуваром“ најсветијих демократских вредности западног друштва. „Слободни медиј“ тако постаје јунак „новог мита“, а у уста ће га озбиљно узимати само писци анахроних уџбеника новинарства и састављачи залудних „моралних кодекса“ занимања које је своју апотеозу доживело у холивудском остварењу запамћеном под именом „Сви председникови људи“. Али кад се неки озбиљнији уметник бавио „независним новинарством“ оно би добијало улогу какву му је дао Иштван Сабо у филму *Taking Sides* (код нас преведено као „Погрешна страна“): кад мајор америчке војске Стив Арнолд задужен за денацификацију једног од највећих диригената XX века Вилхелма Фуртвенглера, исцрпи сва средства притисака, испроба све технике испитивања „осумњиченог“ и сведока, он јавља претпостављеним да за суд – и такав какав је „судио“ 1945. у пораженој Немачкој - доказа нема, али да ће све то

дати једном „нашем“ новинару за кога ће иследникове лоше намере бити сасвим добри докази. Такво новинарство заузеће место слуге пропаганди: и „официјелној“ и економској.

И *адвертајзинг* ће савладати технике безобзирне „употребе човека“, а „официјелна пропаганда“ ће кренути у „продају“ вођа и политичких идеја, наметање општих оквира и свођење избора на „избор без избора“, тј. укидање реалне опозиције. Савршенство тог система је амерички двопартизам, где нема ни деснице ни левице, ни богатих ни сиромашних. Све је спектакл у коме је као у кошаркашкој лиги све потаман, некад побеђују једни а некад други, а о томе одлучују нијансе. „Несавршени“ вишепартијски системи у Европи (у којима су понајвише штрчали комунисти, што је с ону страну Атлантика било равно ђаволу) претапали су се према прекоокеанској „праслици“, али никад нису достигли оригинал, мада су и у њима у последњем кварталу XX века многе суштинске разлике ишчезле.

У таквом друштву интелектуалац, понос XIX века – тај симбол „слободе у односу на власти, критике предрасуда, рушења упрошћених алтернатива, целовитог представљања сложености проблема“ (Бурдије, 1999:105) - систематски је гуран у засенак и на крају постао сувишан. Сувише су велики улози у корпоративној индустрији, у „стабилним“ државама и у профитабилној „индустрија свести“ да би били пожељни усамљени јахачи који ће у обезличени систем уносити ауторитативну рационалност, подвргавати критици систем и кад треба и кад не треба, јавно инсистирати на „чистим рачунима“, људској искрености, моралу. На њихово место су ступили *експерти*, момци у чијим очима као у Дизнијевим филмовима код Баје Патка уместо зеница стоји доларско „\$“, одлучни да се без устезања знања и вештине изнајме корпорацијама и државним чуварима *status quo*-а и да као музичари на свадби „певају“ оно и онако како и колико плаћа наручилац.

V

У измењеном друштвеном и културном контексту успоставља се другачија улога медија, односно штампе, од првотне и увек идеализоване улоге као „институција које омогућавају либералним демократијама да комуницирају и изражавају заједничка уверења“ (Бригс, Кобли, 2005:143) а чији је друштвени положај и правно успостављен француском Декларацијом о правима човека и грађанина (1789) и Првим амандманом америчког устава (1791). „Сковане су звучне фразе које обухватају нове идеје: Харолд Инис (1894-1952) писао је о „предрасудама комуникације“; Маршал Маклуан (1911-

1980) говорио је о „глобалном селу“; Џек Гуди се бавио „припитомљавањем ума дивљака“; Јирген Хабермас, немачки социолог, идентификовао је 'јавну сферу' – зону за 'разговор', у којој се износе идеје и може да се изрази 'јавно мишљење' (Бригс, Берк, 2006:10). Тако ће „слободна штампа“ постати један од најзаноснијих појмова у представљањима моћи демократије. Иако је у том појму увек било много више непокривене узвишености него стварне моћи за заштиту слободе, бар век и по ће тај инструмент бити носилац наде. Хладни рат је покопао илузије, а пад Берлинског зида је последња бенгалска ватра којом су „либерални апологети“ покушавали да загреју хладна срца уморних грађана, и оних из Центра и оних са Периферије.

Медијска моћ се у другој половини XX века преселила у корпоративну сферу, а последњем идеалисти је постало јасно, да кажемо то парафразиралим стихом, „да слобода неће умети да пева, као што су сужњи певали о њој“. Медији су се дали на посао да за велике профите „производе свест“ потребну за друштво у великом дебалансу. Медији више и не покушавају да информишу грађане да би они могли да компетентно одлучују, него их дезинформишу, збуњују, развлаче њихову пажњу и онда посредују да им „контролори“ даје „понуда коју неће моћи одбити“. Новинарство је унајмљено у „медијској индустрији“ да би се културолошки трансформисало у „индустрију свести“ (Енцесбергер, 1980). Професионална новинарска удружења и даље доносе кодексе према којима је „најсветија обавеза новинара истина“ (кодекс УНС), односно „прва и најважнија обавеза новинара јесте да поштује истину и право јавности да зна истину“ (Међународна федерација новинара). Кад би неко биће сишло с друге планете и читало ове витешке обавезе које се стављају пред Земљане која се зову „новинари“, оно их не би могло замислити другачије него као независне, специјалне поверенике друштва коме је преко стало да зна истину о себи. Али, то наравно, има мало везе са стварношћу. *Новинар* је у том друштву најамник, а његов газда, ако можда држи и ципеларницу или пекару – према њему има исте обвезе и однос као према обућару или пекару. Дошљак с друге планете би, наравно, уочио да то друштво има специјалан однос према *независном судији* коме је поверило посебну улогу да „дели правду“ или да, *народног посланика* у парламенту посебно третира, као и припаднике извршне власти. Велика је „тајна“ како је демократском друштву промакло, да осим права да доноси кодексе, није обезбедило неке услове за носиоце „четвртог стуба демократије“.

Део новинарске професије, онај који доноси одлуке, припада горњој средњој класи у савременом друштву, а онај други део живи са надом да ће то што пре постићи.

Друштвена улога те групе социолошки се одређује тврдњом „да виши стручњаци првенствено служе интересима богатих и моћних“ (Хараламобос, 2002: 62). За новинаре би се могло рећи оно што је Рајт Милс уочио за правнике да „умјесто да буду чувари закона у служби свију... [они] су све више постајали службеници великих корпорација“ и пошто „све више служе 'танком горњем слоју и финацијским интересима', они су и богато награђени“ (Хараламобос, 2002: 62-63). Друштвена функција новинара као припадника „плаћених менталних радника који не посједују средства за производњу“, како су тврдили Барбара (Barbara) и Џон (John) Еренрајх (Ehrenreich), „може се описати широко као репродукција капиталистичке културе и капиталистичких класних односа“, да они „развијају технике контроле радничке класе“ и „такођер потичу развој лажне класне свијести“ (Хараламобос, 2002: 64).

Зато не може бити чудно да Комитет забринутих новинара (*Committee of Concerned Journalists*) који објављује претенциозну књигу Била Ковача и Тома Розентала *Елементи новинарства – Шта новинари треба да знају и шта јавност очекује* (2007) стоји иза у уводу наглашеног става да су данашње критике новинарства „умотане у митове и погрешке“ пошто је у друштву раширена „представа, како новинари требају бити заштићени зидом између бизниса и вести, мит“ (Kovach, Rosenthal, 2007). „Забринуте новинари“ одбијају и помисао на „оспоревање“ стања него се конформистички бацају на „проверавање“ упркос констатацијама да „грађани јасно артикулишу“ да је укинут заједнички фронт новинара и грађана, што је „ослабило новинарство, а сада слаби и демократију“. И: „Ако не можемо да разумемо и прихватимо теорију слободне штампе ми новинари ризикујемо да наша професија нестане.“ „Забринуте“ аутори - који стоје иза Комитета који је амерички „непрофитни козорцијум новинара, издавача, власника медија, представника академске заједнице и грађана“ - онда консеквентно праве листу од 9 циљева новинарства. И као у некој дизнијевској бајци ређају: „прва обавеза новинарства је истина“, дуга „лојалност грађанима“ и све тако до кулиминације – деветог циља да - „новинарима новинарство мора да омогући да проверавају своју савест“. Као да је реч о монасима (Kovach, Rosenthal, 2007).

Два су питања ту битна: прво, како се могло десити да су медији и даље, како је рекла филозоф Онора О'Нил, „једина преостала нерегулисана велика сила“ у друштву и друго, коме је то у интересу? Одговор на оба питања је у једној чињеници. Нерегулисано стање увек одговара – јачим. А највише – најјачим. Штампу су у

западним демократским друштвима у почетку држали припадници више средње класе који су имали силну жељу да се попну за степеник-два у капиталистичкој хијерархији. А данас? Данас су медији посао корпорација које располажу великим деловима друштвеног богатства.[Овај рад се власништвом медија бави шире у Шестом поглављу.] Припадници средње или радничке класе немају више шансе да покрећу новине или утицајне електронске медије. Увид у трошкове показује да данас треба уложити 20 милиона фунти да би се покренуле дневне националне новине у Британији. „Ова висока цена онемогућава већину социјалних група да буду представљене у штампи уз помоћ власништва над новинама“ (Бригс, Кобли, 2005:145). Власник, наравно, мора бити и идеолошки део корпоративног капитала да би обезбедио приходе од адвертајзинга. Улез би тешко обезбедио и да се „роба“ дистрибуира без проблема на места где се остварује оптимална продаја. Јер „новине за масовно тржиште добијају око три четвртине свог прихода од продаје и само једну од оглашавања. Квалитетне новине, међутим, добијају барем половину свог прихода од оглашавања – све до три четвртине у случају ФТ (Financial Times) – упркос њиховој вишој цени“ (Бригс, Кобли, 2005:325).

У идеолошкој клими „диктатуре суверног потрошача“, коју подржавају адвертајзинг-агенције и трговци, садржаји новина се стално морају прилагођавати испродукованим „жељама“ купца, што значи да ће се садржаји таблоидизирати, приступ банализовати, контекст догађања избегавати. Онај ко би покушао да успостави други и другачији модел у створеним друштвеним условима осуђен је на пропаст или у бољем случају на маргиналност. „Сада смо опасно близу“, упозорава Онора О'Нил са својим америчким увидом у стање ствари, „свету у којем медијски конгломерати поступају као да имају... неограничена права слободе изражавања, те самим тим, и дозволу да заузму однос према теми који може бити карикатуралан, обележен изругивањем или потпуно безгласан“ (Лојд, 2008: 166).

Вест, основни производ штампе/медија, идеолошки је одавно натопљена „потребним садржајем“, затим потпуно комерцијализована, што ју је изгурало у сферу забаве, јер забава стиже до највећег броја потрошача и доноси највеће профите. Нема више ничег озбиљног што би се могло продавати *демосу*, који се не састоји од грађана него од потрошача: чак су и ратови сличнији компјутерским интерактивним игрицама него правим „оружаним сукобима народа“. „Пријатељи медијских кућа“ још пре почетка рата одреде ко су „лоши“ а ко „добри“ момци, а онда се по невосмислено

скицираним сценаријима испоручују хуманистичке „наше операције“, злочиначке „њихове операције“, довољне количине крви, раскомаданих тела, силованих жена; „наши“ гину за демократију, људска права, боре се за цивилизацијске вредности а „њихови“ су звери, убице, вуку у „мрачна времена“. Све је спектакл. Чак је и сам бесконзумента, укалкулисан у неке домаће политичке или економске интересе. Народ треба забаве и хлеба. Мало је обрнут редослед ствари којег се држала Римска империја у време опадања: *Panem et circenses*. Данашња „Империја“, прекривена медијским „мрежама“, временом губи осећај да је и „хлеб“ њена обавеза. Она се толико уживела у свет илузија који је конструисала, да почиње да га третира као стварни свет.

Остварује ли се пророчанство Сен-Жиста (1776-1794) који је говорио да све води томе да ће се „људи заносити привидом слободе; илузија ће бити њихова домовина“ (Елил, 2011). Два века касније Жак Елил ће констатовати да смо „у седамнаестом веку могли писати о комичној илузији. У наше доба, илузија је постала трагична. Она је сад политичка. Људи нашег доба, с још већим жаром него они из деветнаестог века, везују за политичка питања своје страсти и наде, али живе у необично мучном политичком трансу“ (Елил, 2011: 1). Елилове констатације у есеју „Политичка илузија“, колико год да нису невидљиве ни обичном човеку, делују крајње песимистично: „знамо да је суверенитет народа етиолошки мит, који се не може остварити; знамо да опште гласање није ни ефикасан процес контроле или оцењивње режима, ни најбоље средство арбитраже у борби између сукобљених политичких и друштвених сила, нити процес примерен избору најспособнијих вођа“ (Елил, 2011:1).

VI

Ма шта да је Сен Жист имао на уму он у XVIII веку тешко да је могао и да претпостави размере "привида слободе" који ће стићи. А само машта Жил Верна (1828-1905) би могла и овлаш да скицира ове технолошке домете и њихову моћ као "мултимедија који синтетишу радио, филмске и ТВ вести и забаву" и "постају спектакл техноструктуре" (Kellner, 2003). Говорећи о "тријумфу спектакла", Даглас Келнер из "треће генерације" Критичке школе чији су корени у франкфуртском Институту за друштвена истраживања (1923), објашњава да је реч о "тоталном управљању" (Адорно, Хоркхајмер) и "једнодимензионалном друштву" (Маркузе) у коме је "спектакл фаза у којој роба успева да колонизује цео друштвени живот" (Дебор, 1967: параграф 42).

Луис Мамфорд је објаснио да је онај у историји најчувенији спектакл „хлеба и

игара“ У Риму настао као последица „римског паразитизма“ који се „родио и дословно отхранио успјешним римским грабежним освајањима... Он је завршио тиме што је дао једнако бесмислен, празан и овисан живот испуњен неутаживим апетитима и неразрјешивим тјескобама“ (Mumford, 1988:231). Поредећи „римски начин живота“ и „данашњу Америку“ Мамфорд је указивао да „аутономна дјелатност организма толико је важна и толико неопходна за очување његова здравља и цјеловитости да свако губљење независности има дубоке психолошке последице (Mumford, 1988:231). А „нарочито је опасан инфантилни осјећај овисности ако се продужи и у зрело доба, јер он рађа неповјерењем у самог себе, мржњом према самом себи, која пак побуђује самоубилачку жељу да другима задају срамотну смрт“. У поплави мржње и тескобе друштво тражи паралелну стварност. „Дајући грађаски облик свом паразитизму, дајући заправо чврсту колективну основу у двоструком дару круха и игара, Рим је поткријепио фаталне погрешке своје политичке експлоатације... Мир и правда којима су се Римљани хвалили били су исто толико стварни колико и 'конкуренција' која дјелује у данашњем монополу и присилној потрошњи наметнутој од стране амричке привреде“ (Mumford, 1988:231). „Била је то голема обмана“, закључиће Мамфорд, подсећајући да је „с првим стољењем прије нове ере Рим ушао у ону фазу урбаног постојања коју је Patrick Geddes назвао 'паразитополисом' и 'патополисом': градом паразита и градом болести“ (Mumford, 1988:232).

Ни у нашој савремености више није реч о спектаклу које друштво организује повремено за посебне ситуације - циркуске представе, маскенбали и оргије, гладијаторске борбе, вашарске свечаности - сада је на делу друштво где се "опијумски рат (рат 1840-42, којим је Кини наметнута обавеза увоза опијума из британских колонијалних поседа, прим. С.Р.) води зато да би се људи присилили да изједначе добра с робама" (Дебор, 1967: параграф 44).

Читав живот се подводи под законе спектакла. Политичка стварност и друштвени живот, а посебно друштвени и политички сукоби "који се увећани показују на платнима медија културе у спектаклима као што су сензационални случајеви убистава, терористичка бомбардовања, политички и секс скандали познатих и експлозивно насиље свакодневног живота" (Kellner, 2003:1). Та медијска култура не колонизује само јавни наступ него постаје и "материјал за људске фантазије, снове, моделирање мишљења и понашања, конституисање идентитета" (Kellner, 2003:1).

Кад спектакл освоји "сваку сферу живота" он почиње да гуши реалност и саму хуману компоненту. Успоставља се хегемонија "економија забаве" (*entertainment*

economy) која фузионише бизнис и забаву, па је "*E-factor* постао главни аспект бизниса, а преко 'позабављивања' економије телевизија, филм, забавни паркови, видео игрице, касина итд. постају кључни сектори националне економије" (Kellner, 2003:2). А по логици такве економије све се мора форматизовати као спектакл: *ратови* [светска премијера је био рат у Заливу 1991, нешто мање спектакуларна деконструкција СФР Југославије, али рат у Босни и бомбардовање Србије су већ били успон, па спектакуларне инвазије Авганистана и Ирака, да би се спектакл по Ворхоловом принципу "15 минута славе" спустио до обичних војника који се сликају са својим жртвама, а онда се то појављује у медијима]; *политичке борбе* [изборни спектакли, преломи попут бројања гласова 2000. у случају Џорџа Буша против Ал Гора, или сексуална "афере Левински"]; *међународна политика* [Ал Каида, рат против терора, скупови у Давосу, демонизације "непријатеља" као што су Садам Хусеин, Слободан Милошевић, Чавес, Путин, Гадафи, Асад]; *масовна култура, примењена наука, свет познатих, стилови живота, комерцијални спортови* [фудбалске, кошаркашке лиге, тениски караван, светска првенства, Олимпијада], *модне ревије, итд*; на крају не може да одоле ни *висока култура* [њујоршки Музеј Гугенхајм 2000. организује ретроспективну ревију италијанског модног креатора Ђорџа Арманија], нагриза се "конзервативност" *цркве*, туризам *остатке старих цивилизација* претвара у робу...

Капитализам спектакла је тоталитаран. Појединац који има формално-законска права на слободу личности и слободу избора осећа како га гуши и безусловно усмерава нека "анонимна сила". То је, сад већ хипертрофирано, оно што је Џон Стјуарт Мил у XIX веку уочио као "тзв. друштвену тиранију или тиранију јавног мњења" а која је "инхерентна демократији" (Вујачић, 2007:168-169), те ју је немогуће уклонити. Тада човеку, једино остаје - *бекство од слободе*. Бекство као стање друштва, како је утврдио Ерих Фром. "Изгледа да је популарност филмова о Микију Маусу речит израз до ког ступња је просечан човек у Америци обузет истим осећањем страха и безначајности", написаће Фром 1941. "Једина тема у тим филмовима - чије су варијације тако бројне - јесте ова: неко мало створење прогони и угрожава нека неодољива сила претећи да га убије или прогута. То мало створење бежи и коначно успева да утекне, или чак, да науди непријатељу. Људи не би били спремни да непрестано гледају много варијација једне једине теме кад се она не би односила на нешто што је веома блиско њиховом емоционалном животу. Очигледно је то мало створење, угрожено од моћног непријатеља, сам гледалац; тако се *он* осећа, и с том ситуацијом може да се поистовети" (Фром, 1969:128).

Љуба Стојић, Фромов ђак и познаник, у тексту "Бекство од слободе - куда?" констатује да су "механизми бекства безуспешни покушаји да се не призна чињеница индивидуалне издвојености из света, покушај који, с једне стране, карактеришу неумитност, унутрашња принуда да се тако поступи, и, с друге стране, мање-више потпуна капитулација појединца, одрицање од индивидуалности и интегритета свог личног ја" (Стојић, 1969:12).

У свету Микија Мауса, свету добре илузије, све се мора "срећно завршавати", јер "овако гледалац преживљава сва своја страховања и осећања сићушности, а на крају бива утешен осећањем да ће упркос свему бити спасен и да ће, чак, савладати силу. Међутим - значајан и тужан део овог 'срећног завршетка' - његово спасење лежи углавном у његовој способности да побегне (курзив.С.Р.) и у непредвиђеним случајностима које онемогућавају чудовишту да га ухвати" (Фром, 1969:128-129).

Уопштавајући смисао невоља модерног човека (грозничавог симпатизера Микија Мауса) Стојић констатује три "механизма бекства": ауторитарност (садомазохизам), рушилаштво и конформизам. "Док се за прва два механизма може рећи да представљају људску основу нацистичке идеологије, дотле је последњи карактеристичан за менталитет индустријских најразвијенијих земаља западне демократије" (Стојић, 1969:12).

Има времена кад се конформизам масама укаже као ослобођење, посебно ако се људско биће постави да бира између живота у беспризорном сиромаштву (две милијарде становника Земље живи од 1 долара дневно) и изазова потрошачког друштва. Појединцу пред том реалношћу несврховито је подметати Орвелову мисао да у капитализму реално "нема простора за било који људски однос; он нема права сем оног да увек мора да се прави профит" (Orwell, 1941:1682-5). У мање познатом есеју објављеном у њузлетеру *Left News* британског *Left Book Club*-а (основан 1936) "главне левичарске институције" за "обнову и едуковање британске левице" (wikipedia.org) *Will Freedom Die With Capitalism?* (Хоће ли слобода умрети с капитализмом?) Орвел је писао:"Пре само једног века шестогодишња деца су радила до смрти у рудницима и у индустрији памука... То није било ништа суровије од шпанске инквизиције, али је било нехуманије, јер онај ко тера децу да до смрти раде мисли о њима као алаткама, док је шпански инквизитор мислио о њима као о душама. У складу с капиталистичком етиком апсолутно нема ничег погрешног у избацивању човека да липше после 40 година службе, напротив, то може звучати бизнисменски као неопходно смањење трошкова што је део обавезе према својим акционарима. Истина је да се капитализам

припитомљује, мења и развија извесне врлине... али ја мислим да би морало да се узима да је он ђаволске природе и да ће увек резултат тога бити изопачавање људског живота у извесним правцима" (Orwell, 1941:1682-5).

Време у коме се налазимо, крај XX века и почетак новог миленијума, извесно је све више упоредиво са оним из 1930-их. И цитат из 1935. данас се чита као запис на блогу: "Од најмрачнијих људождерских дана, о звијездама, о болестима, о животним тајнама и питањима, Европа (по свој прилици) никада није знала више него што знаде данас, и знајући данас више но што је икад знала, а умањајући све што зна, Европа данас не зна шта знаде и појма нема шта хоће." Тако је Мирослав Крлежа 1935. описивао "Европу данас", показујући сав њен апсурд сценом испред велеградског излога. "*Четврту годину беспослен примам сваки посао*", то је био натпис лимене плочице, што сам је видио гдје виси око врата непознатог европског пролазника, проматрајући златну крлетку опточену драгуљима у једном европском драгуљарском излогу" (Крлежа, 1956:10). Крлежин увид био је сликовит и потресан. "Европско богатство, усред свеопћег расапа и нереди, данас је перверзно као крлетка од сухога злата, опточена драгуљима, у којој скакућу црвенозелени тропски колибри с једне сребрне шипке на другу, и док та милијардерска играчка стоји неколико хиљада фунти штерлинга, пред излогом пролазе гладна, зелена, европска лица, сјене нерада и беспослице, што умиру од глади, јер мјесто њих раде стројеви" (Крлежа, 1956:9).

Како ова приповест о Европи и кризи одмиче тако се појављује све више људи у униформама, јача лупа бубњева, посматрачи су "узрујани патосом голог ножа" који промиче у парадама низ улице, а - "када Европа знаде више него што је икада раније знала, данас се интелектуална Европа досађује. Она је блазирана, слика гитаре, луле и стаклене флаше на коцкастим столњацима, пуши енглески духан и игра *bridge*, а црначка гласба једини је лајтмотив европске тужне љубави. Европа је данас оглупјела као стара, крезуба усидјелица и фрајла-наредниковица 'Војске Спаса', она слуша помоћу радио-апарата пренос ногометних утакмица, и док стројеви продуцирају бескрајне количине материјалних вриједности, њени беспослени становници гладују" (Крлежа, 1956:15-16).

Додаћемо овоме и најсажетију Мамфордову повест Рима. Наиме, Патополис (град болести) „претворио се у Психопатополис, с Нероном и Калигулом као апсолутним властодршцима. Тај се Патополис није више могао спасити, чак и кад се претворио у Тиранополис: никава чврста рука и никаква тиранија нису више могле очувати његову сигурност и континуитет. Сама навика као покретачка сила и инерција

маса повећала је брзину тог кретања према доле. *Sauve qui peut!* Преостао је још само један стадиј у развоју града, а он је убрзо наступио: Некрополис, град мртвих“ (Mumford, 1988:236).

VII

Овај рад полази од тога да се „тренутно налазимо усред једне кризе огромних размера и глобалног значаја“ (Нусбаум, 2012:349). И у још једном ћемо се сложити са формулацијама америчког филозофа Марте Нусбаум. Дакле, „не мислим на глобалну економску кризу која је почела 2008... Мислим на кризу која пролази углавном непримећена, попут рака... Жедне националног профита, нације и њихов систем образовања небазриво одбацују вештине које су неопходне да се демократије одрже у животу. Ако се овај тренд настави нације широм света ће ускоро производити *генерације корисних машина* (курзив .С.Р.), а не комплетне грађане који мисле својом главом, критикују традицију и *разумеју значај туђих патњи и достигнућа* (курзив С.Р.). Будућност демократије је неизвесна“ (Нусбаум, 2012:349).

Нусбаум, чије су везе с индијском културом интензивне, отишла је корак даље. И то је, у ствари, сама суштина ове кризе. „Чини се да заборављамо *душу*, на значење мисли која излази из душе и повезује особу са светом на богат, суптилан и компликован начин; на значење приласка другој особи као души а не као пуком корисном инструменту или препреци на сопственом путу“ (Нусбаум, 2012:351). Да се читалац не би губио у бескрајним и неухватљивим религијским конотацијама речи „душа“, Нусбаум је дефинисала појам: „способност имагинације која нас чини људима и која наше односе чини богатим људским односима, а не односима пуког искоришћавања и манипулација“ (Нусбаум, 2012:352).

Иако рудиментаран овај опис довољно прецизно дефинише потребу друштва у „тихој кризи“ да у будућности минимализује последице и ток преусмери ка – оздрављењу. Овај рад следи тај пут. Промена карактера медија у позном капитализму гура те медије „за“ профит а „против“ демократије. Можемо се сложити с Мартом Нусбаум у још једном: „Већина нас не би изабрала да живи у богатој нацији која је престала да буде демократска“ (Нусбаум, 2012:354). Појам *демократски* и она користи, у нешто идеализованом виду, али у сваком случају мисли се на демократију која се није, као *демократија кризе*, одродила од своје суштине, тј. потпуно одбацила *душу*.

Овај рад се подиже на разноврсним и бројним изворима и мишљењима – преовлађују факти који су, логично, америчког порекла, али је најдоследније присвајао

поглед на свет Критичке теорије Франкфуртске школе, па неке теоретичаре Француске постмодерне теорије или Париске школе, како се још назива, те неке аспекте Британских стидија културе или културалних студија.

Као и сваки људски чин, и овај рад, носи у себи намеру да покуша да сугерише: како је могуће стање поправити, унапредити? Пошто се изведу закључци како је криза медијског стварања зачета и из чега, како се развијала, чему – по нашем мишљењу води – онда се чини да се „савремени теоретичари налазе у истоветној ситуацији као Франкфуртска школа 1930-их година“ (Kellner, 2003:16) кад је било неопходно критички сагледати друштвене и економске организације, технолошки комплекс, културне релације, “укључујући раст гигантских корпорација и картела и капиталистичке државе у 'организовани капитализам', и оне фашистичке стране или 'демократске' државе капиталистичке форма“ (Kellner, 2003:17). Овај пут нема потребе да се „откривају“ поново „индустрија културе и масовне културе које служе као нови тип друштвене контроле, нове форме идеологије и доминације и могућа конфигурација културе и свакодневног живота“ (Kellner, 2003:17). И ма колико да су они који одлучују у глобалном друштву спремни на то, немогуће је говорити о карактеру савремених медија а „да се не говори о реконструкцији капитализма“ (Kellner, 2003:17). Медији се ту морају поставити на сам врх листе приоритета. Као што је на крају Другог светског рата говорио Ками, друштво мора да „новине ослободи новца и да им да обележје и истинитост који би публику уздигли до онога што је у њој напредније“ (Ками, 2004:45-46). Поставити циљ ниже учинило би га – бесмисленим.

VIII

Овај рад се, у ствари, логично наставља на истраживање која сам предузео у оквиру теме мог магистарског рада о медијима/штампи као „четвртом стубу демократије“, а који је с извесним модификацијама објављен као књига - „*Одумирање слободних медија*“ (Службени гласник, 2011). Овај рад то истраживање и продубљује и проширује. Да би овај рад уверљивио показао „промену карактера медија у савременом капитализму“ и јасно указао на узроке, актере и последице тог процеса, примењен је дедуктиван поступак анализе. Зато је било неопходно да се почне од промена карактера самог капитализма. За ту врсту анализе важна је и незаобилазна чињеница о Великој рецесији, како се засад назива актуелна криза, која је 2008. обелодањена као финансијска да би се претворила у економску а онда наступа као криза друштва и која сама по себи покреће низ питања и о коренима капитализму и о његовој будућности.

Прво поглавље разматра природу *капитализма* која се у последњем веку из основе променила: од једног предузетничког компетитивног система, где је власник доносио одлуке на сопствени ризик и уз минимално уплитање државе, капитализам се преобразио у корпоративни систем у којем су управљачи одвојени од својине а потомци предузетника живе од дивиденди као „доколичарска класа“ (Веблен). Тако структурирана продукција све више брине о роби а све мање о људима. Најважнија улога човека у таквом друштву је улога потрошача. Али пошто је он у новим условима, у односу на горостасне корпорације Пигмеј, корпоративне структуре одавно не испуњавају жеље и потребе потрошача, него је успостављен однос у коме оне као хегемон поробљављавају његов ум и емоције и стварају му потребе и укусе. У таквом друштву размена и трговина имају важније место од производње, што читав систем доводи у дубоку кризу.

Још половином прошлог века многи теоретичари су после Велике депресије из 1930-их најављивали одлазак капитализма са историјске сцене и успостављање новог система који је ће превладати унутрашње слабости капитализма. Он је означаван као социјализам. Послератни експеримент са СССР-ом на челу тог света није успео да наметне нови систем, а кад се он урушио 1989. отворено је и питање опстанка либералног „победника“. Али пошто је капиталистичко друштво развило софистициране и ефикасне системе моћи („три лица моћи“) и контроле и поред дубоке и тешко сагледиве кризе *status quo* система се одржава релативно мирно и без великих трзавица. То отвара питање врсте промене с којом ће касни капитализам бити суочен.

Улога медија у таквом систему се стално повећавала, али се њихов карактер суштински мењао и усаглашавао са друштвеним променама.

Друго поглавље разматра промене у карактеру *демократије* као основном начину владања и принципу организовање државе. За последњи век је карактеристична „побуна маса“ и њихов излазак на историјску сцену. То је код елита покренуло убрзано тражење механизма за што успешнију манипулацију масама и усмеравање те велике енергије. Криза 1930-их година пред којом представничка демократија није имала решења изнедрила је фашизам, тоталитарни систем у коме су атомизирани појединци из масе нашли сигурност усаглашавајући се са вођама и њиховим поједностављеним, али и опасним идејама и решењима. Кад је фашизам поражен 1945. у западним

друштвима су остали пропагандно-манипулативни системи, технике и механизми који јесу модификовани, али су се и даље примењивали у економској пропаганди, политичким играма и изборним кампањама, увећаној контроли над грађанима. У таквим условима масовна демократија није могла да избегне све већу тоталитарност друштва.

Улога медија у таквом друштву енормно се мултипликовала, а они су од првобитно замишљене улоге информатора грађана и ефикасног чувара вредности грађанског друштва постали средства богатих и моћних група у „индустрији свести“ која је постала најважнији облик контроле мисли и расположења појединаца, гомила и масе.

Треће поглавље разматра трансформације културе и уметничког стварања из форми које су одувек имала „квалитет посебности“ и оригиналност и који су увек некако и у некој мери измицали свим властима и свим контролама. Стварање у култури се успоставило као – индустрија културе. Успон маса је донео „масовну културу“, а технички прогрес угрозио оригиналност и прети да све постане предмет неограничене репродукције. Индустријализована култура поставља другачији циљ: неограничену комерцијализацију која прети да се све претвори у кич и баналност. Пошто култура потиче из ритуалне сфере друштва и игре, и носи спонтаност и креативност, њено свођење на индустрију прети самом смислу тог стваралаштва.

Медији, који су изворно настали, на граници књижевности и приповедања, имају посебну и лидерску улогу у том процесу.

Четврто поглавље разматра зависност савременог капиталистичког друштва од *пропаганде*. Пре двадесетог века друштва су трпела организоване пропагандне утицаје из религијске сфере или су у специјалним случајевима била подвргнута ратној пропаганди. Друштво касног капитализма је постало „пропагандно друштво“ у коме је човек изложен перманентном „наговарању“ и „завођењу“ из свих сфера, а дозвољено је и да се пропагандне радње покрећу у свако време и на било ком месту: од његове спаваће собе до улице, радног места или места где се човек забавља и опушта. На досад непознат начин човек је изложен економским, политичким, културним порукама чији је циљ да он и његови ресурси буду употребљени у остварењу интереса моћних група. Трпети кишу пропагандних порука постаје органски део свакодневног живота, до тога

да људи постају „зависници“ од пропагандних доза као до алкохола или дроге.

Медији постају најдиректнији део те пропагандне стварности, до те мере да су своју првобитну супстанцу – информацију, на којој су подигнути - претворили у слушкињу пропаганде. Разлика између пропагирања и информисања толико је на крају избледела да је све теже, а често и немогуће, одвојити информацију од пропагандне поруке, а јавно мњење се тако структурира да је готово изгубило везу с реалношћу. Читаво друштво се конфигурисало као „друштво спектакла“ у коме се „спектакл не може схватити само као визуелна обмана коју стварају масовни медији. То је поглед на свет који се материјализовао“ (Дебор, 1967:6).

Пето поглавље разматра размере и последице имплементирања агресивног и друштвено пожељног *анти-интелектуализма* у јавни живот капиталистичког друштва, а што кореспондира са јачањем улоге медија у друштву и успоном *новинарства* у модерној подели рада. У раном капитализму, и демократске институције и штампа/новинарство су своју особеност у друштвеној хијерархији и снагу црпели из интелектуалности и интелектуалцу давали значај и важну улогу. Историчари тврде да је победа америчке револуције и победа професије новинара. Последњи век, век маса и масовне демократије, донео је доминацију анти-интелектуализма и одлазак центлмена са јавне сцене. Уместо интелектуалца, коме су критичност и морални став били главно одличје, друштву су се наметнули експерти чија су знања и вештине свеле на огољени прагматизам и којима је неплаћено залагање за друштвене вредности губљење времена. Медији су после *ауторитарног* концепта [реално ограничење слободе на почетку успостављања улоге штампе у друштву које се демократизовало] и *либертеријанског* [време које се симболички узима између Милтонове „Ареопагитике“ (1644) и Миловог есеја „О слободи“ (1859), кад је штампа била најближе својој утопијској слици], па преко времена деканденције у првој половини XX века и теорије *социјалне одговорности* [интелектуални покушај очувања либертеријанских вредности], стигли до - *пропагандног модела*.

У политичкој сфери то је резултирало „параноидним активностима“, а у медијској сфери породило „жуто новинарство“. Електронски медији су тај процес продубили и убрзали, „америчка линија“ је, и у политици и у медијима, успоставила доминацију над „европском линијом“.

Шесто поглавље разматра улогу медија у друштвеном систему који се толико модификовао да се може означити као Нови Левијатан. То је нови механизам управљања и контроле у друштву позног капитализма који се одликује софистицираношћу вештина и „меким“ методима. То друштво се назива и „информацијско“, а у њему нови медији постају директна средства контроле и усмеравања. У друштву је успостављен читав слој „скривених убеђивача“ (Пакард) који улазе у симбиотички однос са медијима и новинарима. Друштво Новог Левијатана подиже медијску индустрију чији „промењени карактер“ се може описати као: (1) доминација „културе слике“ над „културом речи“, а за шта је најупечатљивији доказ успон телевизије; (2) успон адвертајзинга до мере да се логика економске пропаганде утемељује као идеологија „нове индустријске државе“ и утиче на све сфере друштвеног живота; (3) промењен је и карактер власништва над медијима чега је последица концентрација власништва, а што за последице има поједностављену и чврсту контролу најбогатије и најмоћније групе - која чува *status quo* и искључивање готово свих других слојева из тог процеса; (4) успостављање управљања медијима на основама тзв. научног менаџмента чија тоталитарна природа поништава особеност професије новинара, своди је на најамничку, а медије претвара у просте „профитне центре“; (5) подложност медијске истине моделирању кроз ПР и легитимисано и легализовано право лобиста, што ће произвести и *спин* као најсофистициранији облик медијске манипулације јавног мњења; (6) недовољно јасан али изванредно велики утицај напретка информацијских технологија на промену карактера медија, на улазак нових актера што и улогу медија и њихову будућност изводи изван демократске друштвене контроле.

Из оваквих чињеница извесно се иде ка *заључку* да се карактер медија у модерном капитализму променио. Медији су изразито одвојени од своје друштвене улоге - да информишу, да брину и јавно упозоравају на угрожавања основних вредности демократског друштва и на појединачне неправде, и да едукују модерног грађанина. Последица је то успостављања корпоративног капитализма, масовне и манипулативне демократије, претварање културног стварања у индустрију културе, успостављање пропагандног деловања као нормалног и органски својственог модерном друштву, легитимисања анти-интелектуализма [*Данас је особено да прост човек, мада препознаје у себи простоту и просечност, дрско истиче властито право на просечност и простоту и посвуда их намеће*. Што би рекли у Северној Америци:

непристојно је разликовати се!" (Ортега и Гасет, 1988:38)] као демократске и цивилизацијске вредности и технолошког прогреса чији путеви и успостављање надмоћи *veitachkog* над традиционалним и природним угрожавају све етаблиране вредности и друштвену утемељеност и идентитет модерног човека. Медији тако промењеног карактера, са своје стране, утемељују и стабилизују све те процесе. Успоставља се парадоксална последица да повећани учинак медија у друштву чини модерног човека све мање информисаним и све више дезоријентисаним и неспособним да контролише повлашћене друштвене слојеве и истакнуте појединце и групе који доносе кључне и судбоносне одлуке по друштво, а на глобалном плану и за цео свет. Тако су се медији претворили у своју супротност. Уместо да осветљавају замрачне маргине и места где се коцентрисала моћ која тежи да „увек постане апсолутна“ (лорд Ектон) они постају продавци магле и штитиноше корпоративног капитала и хипертрофиране моћи модерне државе.

ПРОМЕНА КАРАКТЕРА КАПИТАЛИЗМА: НАСТАНАК КОРПОРАТИВНОГ СИСТЕМА

Какво је стање с „цивилизацијом капитализма“ (Joseph Schumpeter) на почетку XXI века? Свакако не добро. Од слома у Волстриту у јесен 2008. то стање описује се као Велика рецесија (Paul Krugman), како је иначе описивана и рецесија из 1982, али многим то не изгледа као довољно прецизан опис. *You Say Recession, I Say Depression* („Ви кажете рецесија, ја кажем депресија“) наслов је текста америчког новинара Џона Б. Цадиса (John B. Judis) у првом септембарском броју магазина „Нова република“ 2010. који подсећа да је и председник Хенри Хувер у почетку говорио о „депресији“, а онда 1931. године кризи дао име које је упамћено као тачан опис – Велика депресија. Иначе, употреба оба појма у јавности има за циљ да сугерише да овај пад с којим се свет суочава „није тако лош да би био описан као 'паника' или 'криза'“ (Judis, 2010).

А „цивилизацију капитализма“, да подсетимо, пре свега, одликовала је – рационалност. И то таква да се „рационалан став врло вероватно сам наметнуо људском духу првенствено због економске потребе; свакодневни економски задатак је тај коме, као раса дугујемо наше основно обучавање у рационалном начину мишљења и понашања (не устежем се да кажем да целокупна логика води порекло од типа економске одлуке или, да употребим своју осмишљену фразу, да је економски систем тај који уобличује логику)“ (Шумпетер, 1960:184).

Западна мисао, коју је уобличио економија почива на практичности, која ће после имати за последицу развој научног мишљења, његово технизирање и свођење на употребљивост у свету економског надметања те – у крајњој линији на успостављање моћи на основу поседовања доминантних технологија чији се домет више не зауставља на простору једне државе, једног региона, неког континента.

Та моћ је утемељена на „три тврдње које представљају три стуба на којима почива читава западна традиција“ (Берлин, 2006:37). Исаија Берлин је у предавањима одржаним 1965. у Вашингтону, касније више пута емитованим на Би-Би-Сију, та три начела описивао кратко и јасно. „Прво, да се на сва истинска питања може дати одговор, а ако не може, онда то и није питање.“ Можда ја и не знам одговор, али морам имати на уму да можда „одговор може бити познат особама које су мудрије од нас – стручњацима, елити“. Ако не можемо да нађемо одговор, остаје нам да сумњамо да „онда нешто није у реду с питањем“ и да, логично, постављамо друга питања. „Друго тврђење јесте да се сви ови одговори могу сазнати, да се могу открити средствима којима се други људи могу подучити.“ Постоје методи како се до сазнања долази. Методи омогућавају процес који различити обучени чланови друштва у различитим временима, за различите потребе могу покренути и довести до – очекиваног, функционалног резултата. И – „треће тврђење јесте то да сви одговори морају бити у међусобном складу јер ако нису, онда ће резултат бити хаос“. Наравно, да је стварност сложенија од наше потребе да успоставимо функционалан систем по сваку цену, али „ова утопија, премда можемо не бити у стању да је остваримо, у сваком случају представља тај идеал којим можемо измерити наше садашње несавршености“ (Берлин, 2006:37-38).

Сад се поново можемо вратити Шумпетеровој теоријској слици „капиталистичке цивилизације“, која констатује да све то води веома значајном развоју „савремене математичко-експерименталне науке у XV, XVI и XVII веку, не само заједно с друштвеним процесом који се обично назива *развојем капитализма* када се о њему говори, већ исто тако изван тврђаве сколастичке мисли и упркос њеном непријатељству пуном презира“ (Шумпетер, 1960:186).

Тако формирана колективна мисао „пронашла“ је два рационална средства која ће бити полуга којом ће „покренути“ ново друштвено устројство. Прво је *монетарна јединица*, која, иначе, као што се зна није проналазак капитализма, уздигнута на „јединицу вредности“, или „другим речима, капиталистичка пракса претвара новчану јединицу у оруђе рационалних прорачуна трошкова и профита, чији високи споменик представља дупло књиговодство“ (Шумпетер, 1960:185). Таква монетарна јединица вредности која „нумерички дефинише“ прорачун трошкова и профит постаје погонско гориво „новог друштва“ и успоставља његову кључну моћ – логику предузетништва. На рушевинама инертног феудалног друштва на предузетништву ће се подићи моћ „једне нове класе која је почивала на индивидуалним успесима на економском пољу“.

Тај изазов новог доба привлачио је „људе јаке воље и људе јаког интелекта“.

Логика „цивилизације капитализма“ успостављена је на – градском начину живота. „Интелектуални мир по племићким поседима и селима“ пратио је „преткапиталистички економски живот (који) није давао маха за постигнућа која би превазилазила класна граница или, да се другачије изразим, која би била довољна да створе друштвене положаје који се могу упоредити с положајима припадника тадашњих владајућих класа. Али то није омело општи успон“ (Шумпетер, 1960: 187).

Табела бр. 1 Удео делова света у светској производњи (процентуално)

	1750.	1900.
Европа	23	62
Русија	5,0	8,8
САД	0,1	23,6
Јапан	3,8	2,4
Трећи свет	73,0	11,0
Кина	32,8	6,2
Индија	24,5	1,7

(Извор: Kennedy, 1989)

Класа у успону је одустала од фронталног напада и феудални друштвени поредак је угрожаван из – града. Ерик Рајнерт (Erik S. Reinert), норвешки економски историчар, подсећа да је „нова класа“ превазишла схоластичко схватање по коме су „богатство и сиромаштво били у игри са *нултом сумом*, богатство се већином стицало тако што је већ постојеће богатство мењало власника“ (Реинарт, 2006:38). Следи илустрација: „Још увек смо 1643. могли да прочитамо реченице типа сер Томаса Брауна (1605-1682) да 'не могу сви бити срећни истовремено, јер величина и богатство једне државе зависе од пропасти друге.'“ Капитализам, у изворном облику, подизао се на идеји да се ново богатство може и мора стварати, а не само преотимати. (Ипак, мора се рећи, да преотимање богатства различитим методима и стално усавршавањем средствима, никад није престало бити велики, и у крајњој линији и највећи, извор богатства.)

У том времену, како описује економски историчар Рајнерт, западни свет је имао пред собом примере ренесанских италијанских градова. Богатство се селило у градове и – увећавало се. Друштвени основ на коме се подизало предузетништво били су слободни грађани (за разлику од кметова на селу). „Богатство градова је на крају схваћено као резултат синергије: много људи који су обављали различите делатности живело је у истом друштву“ (Реинарт, 2006:39). Фјорентинци су то још у XIII веку описали као *il ben comune* („заједничко благостање“). „Заједничко благостање је оно што чини градове добростојећим“ (Реинарт, 2006:39), говорио је Николо Макјавели (1469-1527). Економска ефикасност европског капитализма је недвосмислена. Економска експанзија европског друштва у односу на свет је фасцинантана.

Табела бр. 2 Историјске техно-економске епохе када су друштва развијала производњу и повећавала благостања

ГОДИНЕ ОД-ДО	ОЗНАКА ЕПОХЕ	БИТНЕ ПРИВРЕДНЕ ГРАНЕ	НОВИ ЈЕФТИНИ РЕСУРС	ИНФРАСТРУКТУРА
1.1770-1840	Рана механизација	Текстили Машине	Вода као извор енергије Памук	Канали Путеви
2.1830-1890	Пара и железница	Гвожђе Транспорт	Пара Угаљ	Железница Параброди
3.1880-1940	Струја и тешка индустрија	Електричне машине Хемија	Челик Струја	Бродови Путеви
4.1930-1990	Фордистичка масовна продукција	Аутомобили Синтетички материјали	Нафта	Путеви, авиони, каблови
5.1980-?	Инфромације и комуникације	Компјутерска индустрија Биотехнологија	Микоро- електроника	Дигиталне телекомуникације Сателити

(Извор: Reinart, 2006)

Друштвени успон се базирао на „невиђеном напретку науке и технологије“, и наравно, рационалне примене тог прогреса. Капиталистички рационална. Звездани тренуци капиталистичка логика су када „велики таласи иновација запљусну друштво и стварају дисконтинуитет – пробој – у развоју знања“ констатује Ерик Рајнерт. У економској науци то се назива „техно-економска промена парадигме“, што је „иновација која је толико суштинска да мења односе вредности у малте не свим

привредним делатностима: нпр. парна машина или компјутер“ (Реинарт, 2006:78).

„Свет је прошао кроз многе техно-економске промене парадигми. Још смо у основној школи делили историју човечанства у епохе којима су давана имена према доминантној технологији: нпр. камено доба и гвоздено доба. То су техно-економске епохе. Прелази између таквих епоха увек су радикално мењали начин на који су људи живели. Оне се могу посматрати као *различити начини да се повећа благостање...*“ (Реинарт, 2006:78). У модерној историји, тј. у капитализму можемо разликовати пет начина на који је повећавано благостање.

Али да би дошло до великог преокрета, да би „успон Запада донео заустављање развоја Источног света“ било је неопходно знања усмеравати на још једну област људског деловања - ови „статистички подаци не откривају кључну чињеницу: посебну улогу *војне технологије* у великом преокрету. Изгледа да је само у Европи постојао нагон за непрекидним побољшањем војне технологије. У бележницама Леонарда да Винчија налазимо цртеже пушке, примитивних борних кола и топа на парни погон. Војна револуција, чедо индустријске револуције, представљала је кључ европског успеха у стварању првих глобалних империја између 1500. и 1750. године. Развој тешко наоружаних бродова за дуге пловидбе најавио је ново место Европе у свету“ (Печујлић, 2002:36). Резултати на почетку XX века су били импресивни.

Табела бр. 3 Територије света под доминацијом Европа

Година	Постотак
1800.	35
1870.	67
1914.	85

(Извор: Печујлић, 2002)

У европском начину управљања државама „није постојала централизована политичка сила – јединствена власт – која би могла да угуши развој трговине и индустрије“, објаснио је Мирослав Печујлић и тврдио да због тога настаје „социјална појава која је непозната источном друштву: *прапочетак социјалног плурализма*. Друштво одликује успон од државе аутономних социјалних група: снажне

аристократије, бројног сељаштва и малобројне али моћне класе градских трговаца и занатлија, а потом и снажне радничке класе... Органички део тог социјалног ангажмана је снажан развој индивидуалитета – аутономије и иницијативе, традиција владавине права и својине“ (Печујлић, 2002:38).

1. Раскол Веберовог „класно свесног bourgeois“ и Марксове беспопштедне критике капитализма

Од добростојећих градова до најбогатијег друштва у историји требало је око два века. Како се од ретких оаза, углавном трговачких, стигло до размера "цивилизације капитализма"? Зашто се капитализам развио у одређеним деловима све покретљивијег света, а не у неким другим? Одговори на ова питања увек су полемични. Чак је и најуверљивији међу њима, онај Макса Вебера (1864-1920), означен као "протестантска теза", увек изазивао расправе и покретао питања. Тражећи корелацију између културних садржаја и друштвених промена (или развоја), Вебер је "пошао од претпоставке да етичка схватања заснована на вери у религиозне силе спадају у најзанчајније елементе обликовања начина живота људи, који су постали свесни своје посебности и коначности, а тиме и забринути за своје спасење" (Вратуша-Жуњић, 1995:37-38). Вебер је пошао од "протестантске хипотезе" да "суверени облик капитализма... заправо потјече од облика који је узела протестантска аскеза: обавеза да се ради, да се штеди и да се добици поново улажу у производна подuzeћа" (Грлић, 1983:443). Међутим, Веберу који се усмерио на "тумачење психолошких промена у економским и друштвеним ставовима" (Вратуша-Жуњић, 1995:38) приговарало се што је превидео успон "капталистичког духа" у Фиренци и Венецији петнаестог века или Јужној Немачкој и Фландрији који су били католичка друштва, а "највише му је замерено што је запоставио пресудан значај открића Америке и његових економских последица на експанзију капитализма у Холандији и Енглеској у XVI и XVII веку, као и на развој самог протестантизма" (Вратуша-Жуњић, 1995:38).

Разматрајући, као пример, на почетку XX века "неке гране континенталне текстилне индустрије" Макс Вебер је констатовао "прилично удобан" живот предузетника: "умјерен број радних сати у канцеларији... за пристојан живот, и у добрим временима за уштеду малог иметка... а поред тога, већ према околностима, још и акшамлук, сијела и уопће удобан животни темпо" (Weber, 1989:38). Али пола века касније ствари су се драматично промениле. Настајало је друштво у коме су се

"стицали знатни имеци, који се нису давали под камату, него су се стално инвестирали у посао, стари угодни и удобни начин живота је пред том строгом трезвеношћу [последича процес "рационализације", прим.С.Р.] узмицао, у оних који су у томе учествовали и дигли се зато што нису *хтјели* да троше, него да зарађују, а у оних који су остајали при старом начину зато што су се *морали* ограничавати. И - што је овдје, прије свега, битно - у таквим случајевима није, по правилу, прилив *новог новца* било оно што је изазивало овај преврат - с неколико хиљада од родбине позајмљеног капитала био је у толиким, познатим ми случајевима покренут читав процес револуционисања - него нови *дух* 'дух модерног капитализма', који је наступио" (Weber, 1989:39). Увек је у борби за новце било "вратоломних и бескрупулозних шпекуланата", али - упозорава Вебер - овде су на сцени људи, и генерације, "у тешкој животној школи одрасли, истовремено смјело и одважно, али, прије свега, *трезвено* и *постојано*, ревносно и потпуно ствари одани људи са строго грађанским схватањима и начелима" (Weber, 1989:40).

Посматрач који с Веберове тачке гледишта настоји да разуме суштину капитализма свакако ће се сложити да "није на првом мјесту, питање о поријеклу капиталистички искористљивих залиха новца, него, прије свега, питање о развоју капиталистичког духа. Гдје оживи и могне да се испољи, *ствараће* он себи новчане залихе као средство својега дјеловања, а не обрнуто" (Weber, 1989:39).

Али и у генијалном сагледавању, једног тако сложеног феномена, мора се додати чињеница да је то тачка гледишта "класно свесног *bourgeois*" (Теодор Момзен), који је "свео капитализам на тежњу рационално организованих предузећа са тачно калкулисаном новчаном добити" и који је "изоставио много важних аспеката генезе и функционисања модерне привреде и друштва, а пре свега антагонистички карактер производних односа у оквиру капиталистичке рационалне организације формалног слободног рада" (Вратуша-Жуњић, 1995:39). Да се Вебер дао у тумачење капитализма без тих редукција то би "довело у питање широк класни савез у националним оквирима за које се Вебер залагао, који је био неопходан за остваривање немачке светске политике силе" (Вратуша-Жуњић, 1995:39). (О Веберовој улози у *Verein fuer Sozialpolitik* биће речи у другом делу овог поглавља.)

Капиталистичко друштво има и своју другу страну, која је таква да може да помрачи тај веберовски „етос“. То је више од бриљантних објашњења како је нешто настало. То је питање колико се „оно“ може одржати. И како? Критика капитализма је већ одавно била прешла те границе. Још 1848, човек који ће остати упамћен као

најтемељнији критичар капитализма, Карл Маркс (нераздвојно повезан са Фридрихом Енгелсом), написао је *Комунистички манифест*, који је бескомпромисни позив на рат за укидање капитализма. Али, тај документ није „бука и бес“ очајника већ у себи садржи опис тог начина производње и његових протагониста који, како ће написати Јозеф Шумпетер, „није ништа друго до величање успеха капитализма“. Констатујући то 1942. године Шумпетер ће забележити: „Ово можда изгледа као претеривање. Али наведимо текст из ауторизованог енглеског превода: 'Буржоазија... је била прва која је показала шта је људска делатност у стању да учини. Она је створила чуда која далеко превазилазе египатске пирамиде, римске водоводе и готске катедрале. Буржоазија... уводи све нације... у цивилизацију... Она је створила огромне градове... и тако један велики део становништва спасла од идиотизма (sic!) сеоског живота... Буржоазија је у својој једва стогодишњој класној владавини створила масовније и колосалније производне снаге него све претходне генерације заједно“ (Шумпетер, 1960:26).

Маркс није потцењивао моћи капитализма, ни у кризи каква је била 1848. Из тих Марксових увида произашло је оригинално „економско тумачење историје“. Оно подразумева две тачке ослоња. Прва је, да су форме производње и дати услови „основни одлучујући фактор социјалних структура које са своје стране стварају ставове, делатности и цивилизације“. Маркс је то сликовито објаснио тврдњом да је „жрвањ“ створио феудално друштво, а „парни млин“ – капиталистичко. Свест је, тврдиће он у *Немачкој идеологији*, друштвени производ и остаће то докле год људи постоје. „Свест не одређује живот, већ живот одређује свест“ (Маркс, Енгелс, 1964:23).

Друга тачка ослоња Марксовог социолошког учења је да „и саме производне форме имају *сопствену логику*, што значи да се оне мењају према потребама њима својственим, тако да стварају друге потребе које ће уследити после њих једино на основу њиховог сопственог дејства“ (Шумпетер, 1960:3). Развијајући Маркову алегорију са „жрвњом“ и „парним млином“ Шумпетер констатује да једном уведени млински камен својом моћном улогом за људе, постаје незаобилазна „практична потреба“ која се уздигла изнад појединца или група. Тек моћнији „парни млин“ може донети ситуацију у друштву кад ће та моћ бити превладана и тек ће он створити „нове друштвене функције и локације, нове групе и гледишта“.

Због значаја Марксове теорије за тумачење природе капитализма и његове дијагнозе око које се врте сва разматрања у наредних век и по – да ли је „лечење“ друштва могуће или је решење у револуционарном раскиду с намером да се сачувају достигнућа - многа су се копча ломила око „економског“, или како се још говори

„материјалистичког тумачења историје“. Кад се све пребере остаје најуверљивији онај Шумпетеров закључак да „Маркс није заступао гледиште да се религије, метафизике, уметничке школе, етичке идеје и политичка стремљења могу свести на *економске мотиве*, или пак да немају важности. Он је смо настојао да открије *економске услове* који или обликују и који објашњавају њихов успон и пад. Све чињенице и аргументи Макса Вебера савршено се уклапају у Марксов систем“ (Шумпетер, 1960:30).

Међутим, Карл Маркс није припадао мислиоцима који у кабинетском затишју и са интелектуалним миром смишљају изузетне теорије, не интересујући се за њихову судбину у грубом свету материјалних противречности. Напротив, он је настојао да живи своју знану 11. Тезу о Фојербаху: „Филозофи су само различито тумачили свет, али ради се о томе да се он измени.“ И он се, у крајњој линији, бринуо како да се капитализам – уклони са светске сцене. За то је, у различитим временима, имао различит број следбеника: од хиљада, до милиона и милијарди.

Чак и кад се његово име, његова теорија и његова пројекција будућности нису спомињали сенка „Марксове дијагнозе“ стања капитализма је лебдела над светом. И данас је она умногоме валидна. Колосални резултати на плану технолошко-економског прогреса које капитализам ствара носе драматичан друштвени сукоб. Како пре три века, тако и данас, али у већим размерама и, рекло би се, по човечанство опаснијег интензитета. Богатство које се ствара присваја класа организатора те продукције, а остали део друштва претворен је у најамну радну снагу, која је потиснута и све мање предмет интересовања „друштвених управљача“. Слобода која је њима дата, за разлику од феудалне везаности, је како је Маркс говорио „слобода од свега“. И такав „слободни радник“ изашао је на тржиште на коме је имао да понуди само себе. Тако је најбогатије друштво у историји, друштво у којем појединци имају драстично различите стартне позиције, гоњено својом необузданом динамиком, стално продубљивало јаз између богатих и сиромашних, како унутар малих заједница, тако и на глобалном ниову. Мера успеха постају апстрактне категорије као „брuto друштвени производ“ или раст берзанских индекса, а место човека у том друштву све је апстрактније и није друштвени приоритет.

2. Између квантитета роба и некавалитета „наших живота“

У корпоративном капитализму јединка се потпуно изгубила. Као и у оним тоталитарним друштвима која су „либерали“ тако истрајно и пропагандно успешно

критиковали. Чињенице су поразне. На пример, „иметак супермагната Билија Гејтса у једном моменту био је већи од прихода 100 милиона Американаца“ (Т. Фридман, 1999; Печујлић, 2002:118). У последњем кварталу XX века „само 200 супермилијардера за свега четири године увећало је своје богатство од 440 милијарди долара на 1042 милијарде долара“.

На глобалном плану капитализам ствара раседе који се продубљују таквом темељношћу, а и брзином, да свака прича о равноправности у међународним односима – чему се, наравно, формално и политички говори – изгледа као бестијално ђаволово завођење наивних праведника. Почетком XIX века диспаритет између богатих и сиромашних земаља био је 1:3. Да би на крају XX века био 1:84 (UN Report 1999; Т. Фридман, 1999; Печујлић, 2002:118).

Капитализам је најбогатије друштво у историји које, сем привремено, неће успевати а да систематски не производи беду и сиромаштво. Ни један друштвени систем није тако транспарентно успостављао дијалектичко јединство добра и зла, могућности и ограничења, необузданих узлета и спектакуларних падова; систем ствара најбогатије људе у историји, али „невидљива рука“ силе која их је створила (тржиште) може их за тили час учинити очајницима; да би се обезбедио слободан проток идеја и људи капитализам је подигао најреалнију демократију у историји, али да би опстао и сачувао исту структуру, систем не налази проблем у томе да слободу претвори у софистицирано потрошачко ропство, а демократске институције у „ријалити театар“ у коме су моћ и реалност управљања исељени и имагинарни као у дечјим играма.

Сама логика капиталистичких великих узлета је самоубилачка. „Од почетка 20. stoleћа годишња вредност робе и услуга произведених на планети већа је 20 пута, коришћење енергије порасло је 30 пута, индустријска производња већа је 50 пута“ (Печујлић, 2002:114). Статистика може забележити и хуманистички релевантне резултате. „Број земаља са просечним веком живота преко 70 година (у периоду 1970-1983) попео се са 59 на 84, производња хране повећана је за 25 одсто, писменост светског становништва увећала се од 64 на 76 одсто“ (*Human Development Report, 1999*). Кад се мало боље загледате у те цифре и проценте онда се указује свет ужасавајућих провалија које се у оквиру овог система и следећи његову логику никад не могу смањити. Напротив. „Економски раст доживело је 15 земаља, док се у вртлогу стагнације и опадања нашло 100 земаља света, а преко 1,5 милијарди становника живи са 1 доларом дневно. У 90 земаља света економска ситуација је гора него пре 10 или 20 година“ (*UN Report, 1999*, Печујлић, 2002:118).

Табела бр. 4 Дубока подела у располагању вредностима савременог света

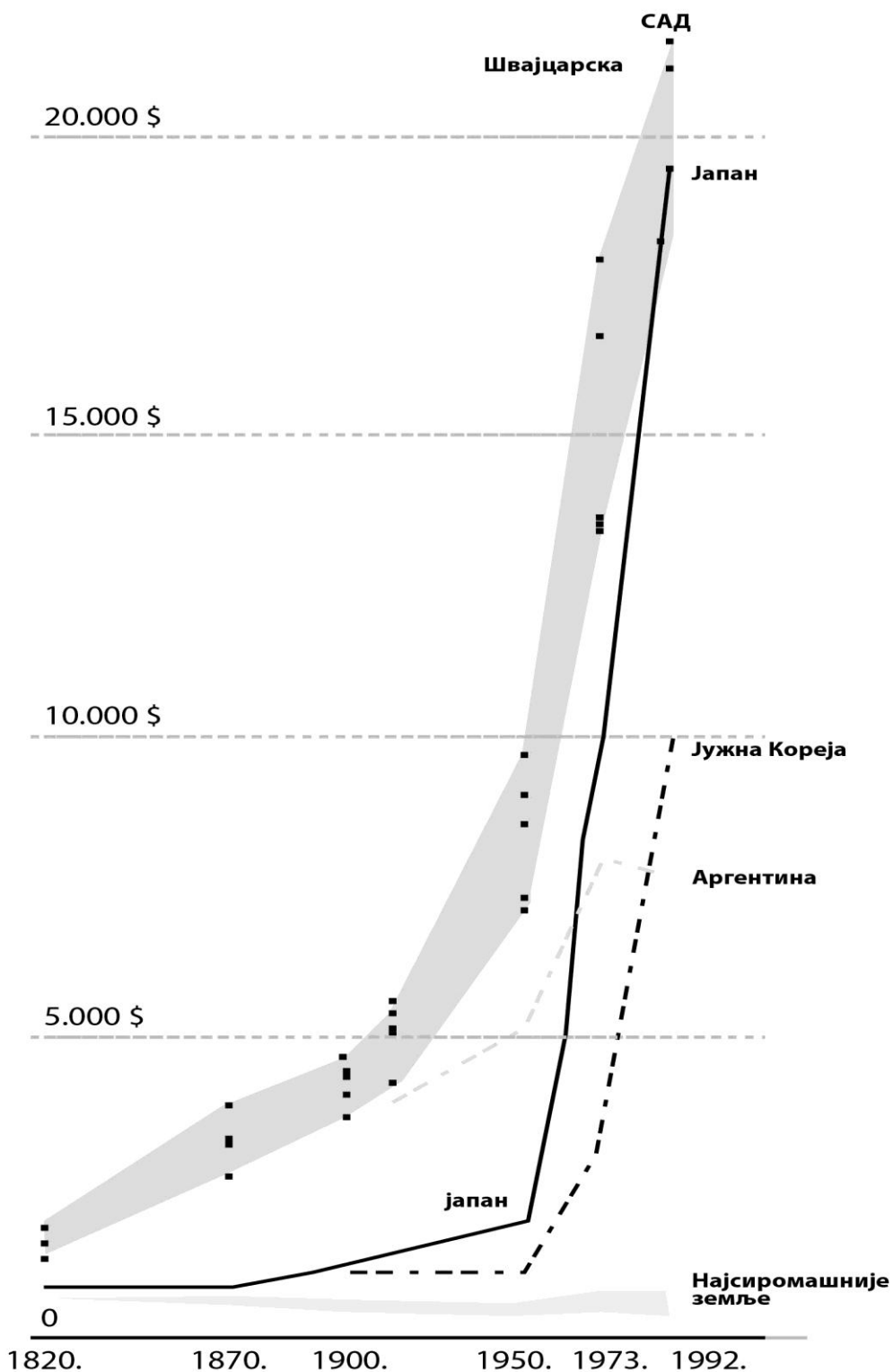
	Удео у БДП	Удео у извозу	Број корисника интернета у свету	Број корисника телефонских линија у свету	Удео у патентима
Најбогатијих 20%	86%	82%	93,3%	74%	95%
Средња зона	13%	17%	6,5%	24,5%	
Најсиромшнијих 20%	1%	1%	0,2%	1,5%	

(Извор: Human Development Report UN, 1999)

На крају XX века земље најбрже у процесу глобализације имале су високе стопе економског раста (5-6,5%), али и драстично повећање социјалне неједнакости у друштву, за петину чак. „У три земље које су следиле најригорознију неолибарлну економску политику: САД, Великој Британији и Новом Зеланду, социјална неједнакост повећавала се много брже него у другим земљама ОЕЦД-еа“ (Печујлић, 2002:120). Све дубља социјална поларизација не влада само између Првог и Трећег света; краци „новог сиромаштва 'шире се и унутар' богатих друштава. 'Црне рупе глобализације', људи и територије искључени из напретка, налазе се у сваком великом граду Првог света, у америчким градским гетоима, француским насељима Североафриканаца, јапанским јосеба четвртима“ (Печујлић, 2002:120).

Графика бр.1 Повећавање јаза између богатих и сиромашних у XIX и XX веку у свету

**БРУТО НАЦИОНАЛНИ ДОХОДАК PER CAPITA
(У хиљадама долара, 1990. године)**



**Ширење амбиса између богатих и сиромашних
у 19. и 20. веку**

(Извор: Печујлић, 2002)

Сиромаштво које настаје као законит продукт капитализма временом се излива изван гета. Друштво које као највећу своју вредност одреди профит губи осећај за солидарност и уопште значај својих чланова. Појединац почиње да осећа како га тај систем екскомуницира и маргинализује. Почињу да се губе „први разлози“ и основни циљеви. „Раст без запослености“, за чудо, не изазива никаву саблазан. То је заборављени и превазиђени циљ. Технолошки напредак је евидентан, профити вртоглаво расту, а „социјална држава“ се деградира до јавно успостављеног презира. Од 1970. до 1998. године број незапослених у Немачкој се увећао 18 пута, у Француској, Холандији, Јапану и Шведској 4-5 пута. Трећину незапослених чине младе генерације, које траже прве послове. Велики идеали су се извргнули у своју супротност: сада се не говори да ће нам прогрес и технолошки развој доносити више слободног времена него се констатује да ће „бити мање запослења“.

Званично на Западу је, почетком XXI века, незапослених је било 35 милиона – око 10% становништва. И ово „представља ниво који ни једно друштво не може да финансира. Другим речима, ни једно друштво не може да приушти себи да изгуби продуктивност свог становништва од 10% током дужег временског периода“ (Сол, 2010:20). Али то није крај приче о овој друштвеној муци. За последње две деценије XX века појам „незапосленост“ је, упозорава Џон Ралстон Сол (John Ralston Saul), низ пута редефинисан, баждарен, мењана му је садржина. „Између 15 и 25 пута у већини западних земаља.“ Наравно, „циљ је да се званична статистика спусти“. Тако је данас вероватније „да *стварна незапосленост* (на Западу, прим.С.Р) чини преко 50 милиона, а не 35 милиона“ (Сол, 2010:20). Лажна статистика не чини живот лакшим нити помаже да се проблеми решавају. Напротив. „Доходак 75 милиона Американаца је нижи сада него што је био 1966. Испод границе сиромаштва живи 18% људи. Јаз неједнакости се непрестано смањивао између 1929. и 1969. Од тада се непрестано шири и то не само у Сједињеним Државама“ (Сол, 2010:21).

Кад се четири деценије касније, ујесен 2008. догодио слом у Волстриту, који је обелоданио оно што Пол Кругман зове Велика рецесија, непосредан повод је била немогућност осиромашених грађана да плаћају рате за своје куће које су узели на кредит. Убрзо је тај повод исчезао иза несагледивог броја кула подигнутих на живом песку шпекулативног капитала. Друштво које је с једну страну славило „невидљиву руку“ слободног тржишта и моћ предузетништва, живело је у корпоративном капитализму над којим је бдела „нова индустријска држава“ (Џон Кенет Галбрајт).

Галбрајт (John Kenneth Galbraith) је, иначе, крајем шездесетих само могао да

представи реалне облике корпоративног капитализма који је деценију раније теоријски ситуирао Јозеф Шумпетер. Кад је у капиталистичком друштву управљање средствима за производњу одвојено од власништва, „одузета је животна снага самој идеји својине“. Јер власник акција, чије се власништво своди на притискање да се исцеде што веће дивиденде – сад неважно шта се и како производи – реално „губи вољу да се бори, економски, физички, политички, за 'своју' фабрику и своју контролу над њом и, ако је потребно, умре на њеним степеницама“ (Шумпетер, 1960:210). Та промена је далекосежна, јер утиче „и на став радника и јавног мњења уопште. Власништво лишено материјалних средстава, лишено своје функције и у коме не постоји власник, не оставља никакав утисак и не изазива моралну приврженост као што је чинила витална форма својине“. Више нема „предузећа“ већ је реч о „савршено бирократизованој гигантској индустријској јединици“ која експроприше мале и средње фирме и њихове власнике, а „на крају исто тако потискује предузетнике и експроприше буржоазију као класу“ (Шумпетер, 1960:200).

Џон Кенет Галбрајт је тих шездесетих година могао да констатује промену. Некад, пре непун век, корпорације су постојале „само у оним привредним гранама – жељезничком транспорту, паробродарству, производњи челика, преради нафте и неким гранама рударства – у којима се, како изгледа, могло производити у великим размјерима“ (Galbraith, 1970:15). Седамдесет година касније корпорације су држале све од прехрамбених производа, преко издавања новина, опскрбљивања “тржишта јавне разоноде“. Индивидуални предузетници су већ били одумрли.

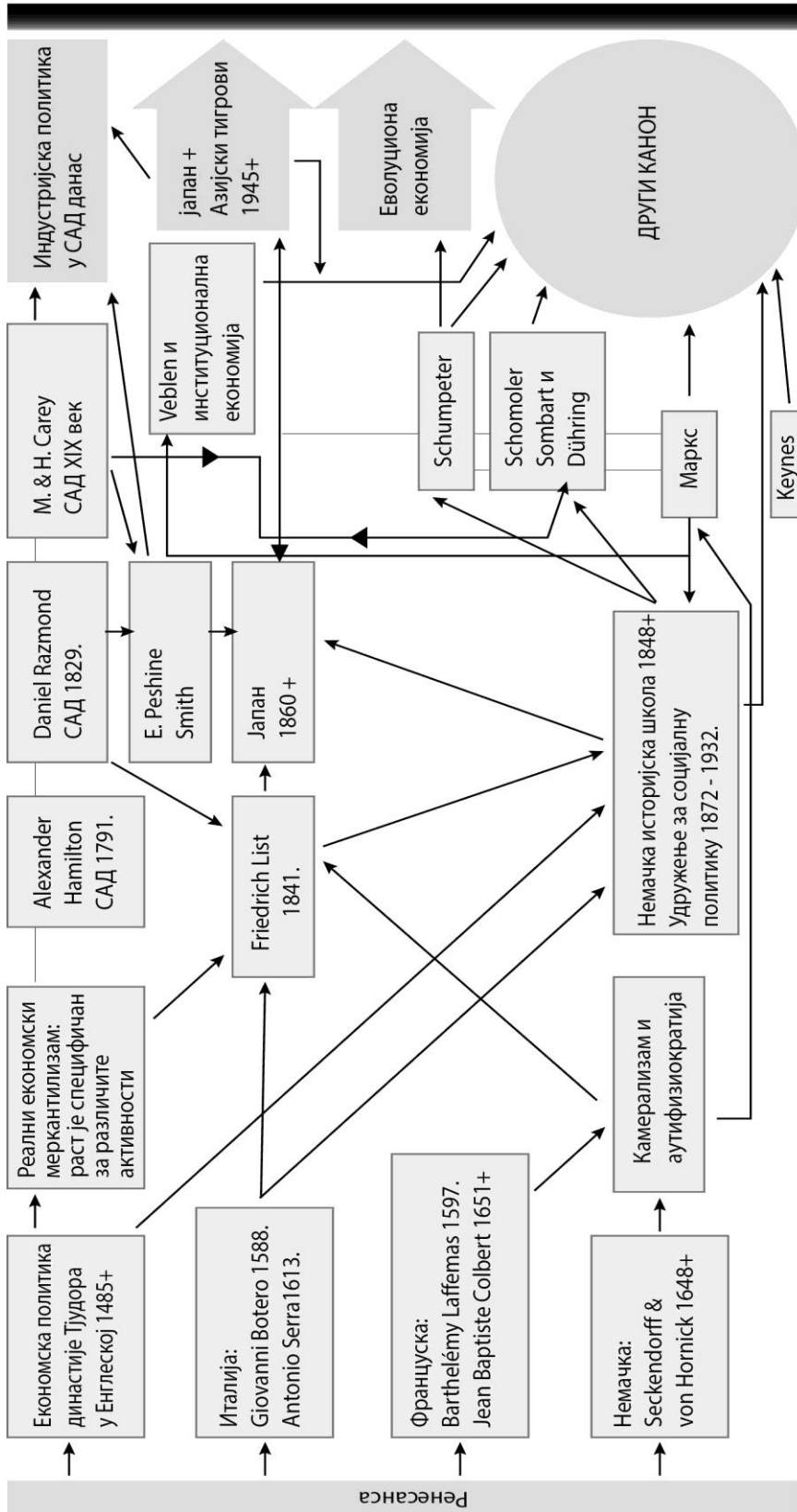
Галбрајт доказује да је то последица технолошког напретка. А чињеница таквог економског организовања је мењање саме суштине капитализма. Све је постављено на главу. Односно, из угла изворног капитализма гледано, успостављен је антисистем. Јер „ми данас имамо ситуацију да је економски систем, па ма какву идеолошку етикету носио, знатним дијелом планска привреда. Поттицај за одлуку шта ће се производити не потјече од сувереног потрошача, који би, према механизмима тржишта, издавао она наређења која ће механизам производње приклањати његовој вољи као нечему о чему у крајњој линији све овиси. Не, поттицај долази од великих производних организација које посежу за стјецањем контроле тржишта, оног истог тржишта којем тобоже служе. А преко тржишта, те организације *прилагођују потрошача* (курзув С.Р.) својим потребама. Чинећи то, оне дубоко и снажно утјечу на вредноте и вјеровања тог истог потрошача“ (Galbraith, 1970:19).

И "изгледало је (поготово после дугог послератног просперитета; а ни кризе 1970-их нису битно пољуљале ту веру) да је капитализам безгранично еластичан и прилагодљив. Да је способен да своје било синхорнизује с историјским ритмом, да историјску мену упрегне као средство свог опстанка и тако затвори историју у кавез сопствене динамичности. Животворност капитализма је, чинило се, појала на сахрани преминуле историје" (Лазих, 1988:4). У ствари, овде је питање, шта је "синхронизација са историјским ритмом". Јер, историја углавном не показује постојање лукавства ума моћних. Кад се неко осећа јаким он то доживљава као своје "историјско право" да глоби и пљачка слабије. Капитализам се у последњој трећини XX века управо тако понашао. Историјски рационално, рекло би се. Тада видљив успех буржоазије у сукобу с револуционарним променама које је носио пролетаријат показивао је "да мрак капитализма не растерује блиставо сунце слободе, већ хладна месечина новог облика поробљавања" (Лазих, 1988:4). Наиме, у тој рунди историјске класне борбе, капитал је успевао да припитомљени пролетаријат (кроз повећање надница и синдикализацију - укључивање синдиката у владајући инаституционални систем, где се инструмент пролетаријата претвара "у средство за покораване класе") угура у "положај објекта, а не субјекта Негације (и онда када наступа у своје име, лукавство ума корисити га у туђе сврхе). Експлоатација се ту приказује - као ослобођење капитала; истеривање релативног вишка и подвргавање радника машинама - као развој производних снага; *дисциплиновање* - као побољшавање организације; *државни терор* - као 'интервенционистичка политика', итд" (Лазих, 1988:7).

Тај преокрет глобалног погледа на "цивизацију капитализма" подигнут је на томе што се "показало, да капитализам није 'последњи класни сукоб' (као што је Маркс веровао, и то себи скромно приписивао као главно откриће)", јер "класа може бити укинута, а потлаченост се ипак реинкарнира" (Лазих, 1988:6). Капиталистичка класа је на том разочаравајућем открићу дала себи право да усавршеним средствима појача експлоатацију "потлачених", у националним оквирима а и у екумени, тј. глобално, како се то називало крајем XX века.

Графика бр. 2 Економска теорија заснована на знању и производњи

СТАБЛО НАСТАНКА ДРУГОГ КАНОНА



(Извор: Reinert, 2006)

Сиромашење је сада спроведно у потпуном отсуству отпора: и на националном и на глобалном плану. Напротив, центар капитала је успевао да се представи као "фактор развоја", "историјски прогрес" - ванвременску силу да учини "крај историје". Резултати су онеспокојавајући. Последњи извештаји могу се свести на наслов једног текста из *Њујорк тајмса* из 25. марта 2012: *The Rich Get Even Richer* („Богати постају све богатији“). Тако је у 2010. читавих 93 процента новостворене вредности у америчком друштву ишло оном врхунском 1 проценту пореских обвезника који имају годишњи приход од најмање 352.000 долара. Али још знаковитији је размер између супер-богатих (0,01 проценат) и најбогатијих (1 проценат). У 2010. години 37 процената додатног прихода друштва ишло је тој групи 0,01 процената, што је невелика дружина од 15.000 домаћинстава са просечним приходом од 23,8 милиона долара годишње. Овим „срећницима“ (како их назива „Њујорк тајмс“) је приход порастао за 21,5 одсто за годину. А „срећници“ су баш срећни, јер једино њима у последње две деценије иде све боље. „У Клинтоновој ери експанзије, 45 процената од укупног повећања прихода је ишло том 1 проценту најбогатијих; у Бушово време опоравка тај проценат је био 65; а данас је 93“ (*Њујорк тајмс*).

Као превасходно економски филозоф, интелектуалац с наглашеним осећајем друштвене одговорности, Џон Кенет Галбрајт је иза себе оставио опомену и упозорења на ризике од таквог друштвеног кретања. И он је износио „у кратким цртама“ идеју о могућој еманципацији. „Не будемо ли то урадили, допустит ћемо да настане ситуација у којој ће *економски циљеви имати незаслужени монопол* у нашим животима, и то на рачун и на штету наших других и вреднијих пробитака. Јер, ако ћемо право није важна квантитета наших роба, него је важна квалитета нашег живота“ (Galbraith, 1970:20).

Пола века касније, стање ствари одговара Галбрајтовом пророчанству из страха. „Ми нећемо ни победити, ни оборити, ни одбацити корпоративистичке структуре, упркос њиховим неуспесима. То је систем који непрестано јача док друштво које он контролише непрестано слаби“ (Сол, 2010:185).

Да би се могла покренути нека далекосежна реформа капитализма неопходно би било да се промени стандардни теоријски приступ, јер „у том теоријском свету, стварност и чињенице понекад представљају елементе који ремете ред. Још је Дејвид Рикардо (David Ricardo), енглески економиста чија је књига претеча стандардне теорије (било да се ради о левичарској или десничарској страни), наводно једном пријатељу, који је сматрао да се његове теорије не слажу с чињеницама, рекао 'штета за чињенице'. [Ово се говорило и за Хегела. прим.С.Р.] Дакле форма је битнија од

релевантности. Последица тога је, да је данашња стандардна теорија апстракција стварности, на исти начин на који је шах апстракција рата. И, као што се конфликт у Ираку не решава позивајући се на правила из шаха, тако се и проблем сиромаштва у свету не може решити позивајући се на теорије које не садрже познавање чињеница. Разлика је у томе што шахисти то знају, али превише економиста тога није свесно“ (Реинарт, 2006:15-16). Алтернатива овом приступу је тзв. Други канон (*The Other Canon*) што је „заједничка ознака за економску теорију засновану на стварности које је од краја 1400-их до данас једну по једну државу Првог света извлачила из сиромаштва... Ова алтернативна теорија одредила је економску политику у свим државама које су, после првих 'природно богатих' држава као што су Венеција и Холандска република, прешле пут од сиромаштва до добростојећег друштва. Енглеска је од 1485. и вековима надаље водила такву политику, САД од 1776, Данска-Норвешка је такву политику водила 1700-их...” (Реинарт, 2006:14-15).

Табела бр. 5 Два различита типа економских теорија

ОСНОВА ДАНАШЊЕ СТАНДАРДНЕ ТЕОРИЈЕ	ОСНОВА „ДРУГОГ КАНОНА“ („Алтернативна теорије“)
Савршена информисаност и рационална очекивања стварају равнотежу	До одлука и учења долази се на основу несигурности (Schumpeter, Keynes, Shackle)
Висок ниво апстракције	Ниво апстракције се прилагођава проблему који треба решити
Снага људске воље и духа није део теорије	Снага духа и воље – <i>Geist-und Willenskapital</i> – битан је покретач Натуркница: Предузетништво
Теорија не барата новим достигнућима и иновацијама као унутрашњим покретачима	Покретач: Нова знања и иновације које стварају потражњу за капиталом из финансијског сектора
Метафоре се бирају из света физике	Метафоре се делом бирају из света биологије
Модели разумевања су механички (“begreifen”)	Модели разумевања су квалитативни (“verstehen”). Модели се не могу свести на пуке бројеве и симболе
Материјализам	<i>Капитал духа и воље</i> (проналасци и предузетништво) доминирају над материјом
Фокусира се на човека као потрошача. Adam Smith: “Човек је животиња која је научила да се трампи.”	Фокусира се на човека као иноватора и произвођача. Abraham Lincoln: “Човек је животиња која не само да ради, већ и иновира.”

Тежина се стваља на мање-више статичне описе. (Свет као скуп фотографија.“)	Тежина се ставља на промене. (Свет као филм.)
Историје нема, не постоје кумулативни ефекти.	Кумулативне везе између узрока. Историја игра улогу, последични ефекти. (Myrdal, Kaldor, Schumpeter, немачки историчари)
Растући приноси код великих обима производње се не сматрају битним феноменом.	Растући приноси, или њихово одсуство, су битна особина која објашњава разлике у платама између предузећа, региона, нација (Kaldor)
Тежи прецизности. (Боље је правити прецизне грешке него бити отприлике у праву.)	Релевантност је битнија од прецизности. Супротност између релевантности и прецизности је централно питање економије.
„Савршена конкуренција“ (количинска конкуренција и ценовна конкуренција) је идеална ситуација и циљ за друштво	Конкуренција на основу иновација и знања је идеална и она ствара развој. Савршена конкуренција, са равнотежом без иновација чини капитал безвредним (Schumpeter, Hayek)
Улога тржишта је да утврди цене	Тржиште представља и арену за ривалство, као и механизам за избор производа и решења. (Schumpeter, Nelson&Winter)
Уграђена је претпоставка од које се полази и која чини да је све исто: нема различитости	Различитост је кључни фактор (Schumpeter, Shackle)
Друга претпоставка која чини све истим: Све економске активности су <i>исте</i> , и све су <i>подједнако важне</i> као носиоци економског раста и благостања	Раст и благостање су феномени који су <i>специфични за различите активности</i> . Различите економске активности имају веома различите могућности да апсорбују нова знања
И теорија и препоруке за политику су најчешће <i>независне од контекста</i> . („Исти лек против свих болести.“)	И теорија и препоруке за политику су веома блиско повезане са контекстом
Економија је у великој мери независна од друштва	Економија је интегрисани део друштва
Технологија се схвата као бесплатно добро, као „мана са неба“	Знање и технологија се производе, имају трошкове и морају се заштити. Њихова производња се заснива на подстрецима из правног система, институција и политичког система
Равнотеже силе имају централно место у систему и теорији	Кумулативне силе су јаче од равнотежних, и због тога треба да чине срж система
Економија је <i>наука о хармонији</i> : економија је саморегулишући систем који тежи равнотежи и хармонији	Економију карактерише унутрашња нестабилност и конфликти. Стабилност не настаје сама од себе, већ се у одређеној мери мора стимулисати одлукама (Carey, Polanyi, Weber, Keynes)

Постулат да постоји типично и репрезентативно предузеће	Не постоје типична предузећа. Сва предузећа су јединствена (Penrose)
Статички оптимум. Савршена рационалност	Динамичка оптимизација заснована на несигурности. Ограничена ирационалност
Не прави се разлика између реалне економије и финансијске економије	Конфликти између реалне и финансијске економије су нормални и они се морају регулисати (Minsky, Keynes)
Штедња настаје уздржавањем од потрошње и она је покретач раста	Штедња је најчешће резултат заслуга, не уздржавање од потрошње (Schumpeter) и она <i>сама по себи</i> није ни корисна ни пожељна за раст (Keynes)

(Извор: Reinert, 2006)

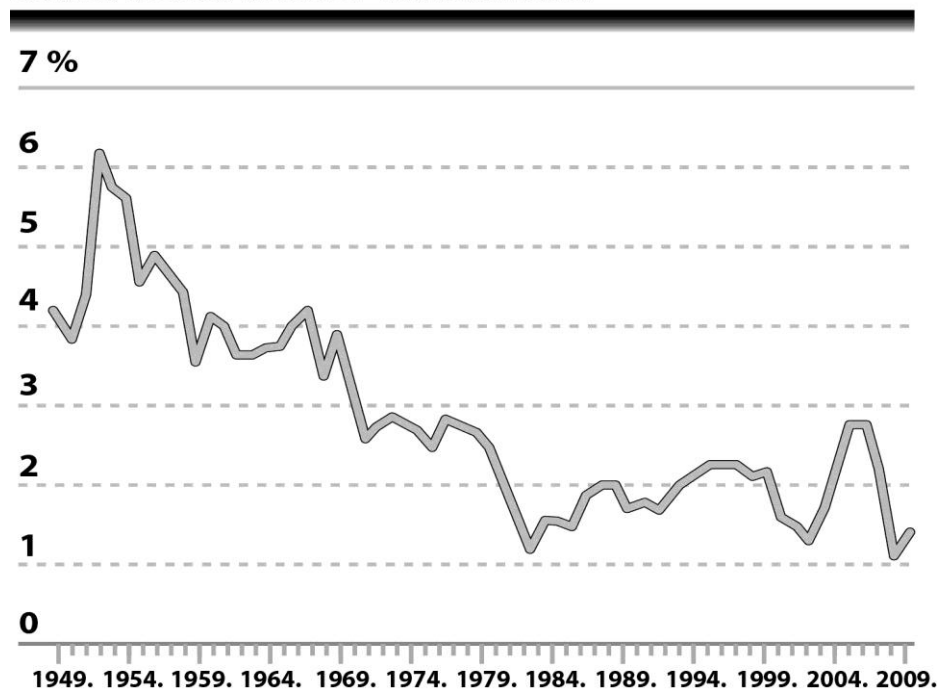
Оно што се данас дешава на глобалном плану међу економским мислиоцима се углавном може свести на признање да се у Велику рецесију ушло по (цикличној) законитости у кретању капитализма. Она има различита објашњења, али за потребе овог рада најсврхисходније је уопштавање у коме је обухваћен однос владајуће економске теорије у друштву у неком времену и економске политике која се паралелно спроводи у том периоду. За стање у првој деценији XXI века може се као релевантна дијагноза узети следећи увид: “Економска политика коју данас воде Светска банка и ММФ базира се на најпростијој и најпримитивнијој теорији трговине Пола Самјуелсона. Тријумф капитализма, отелотворен кроз пад Берлинског зида, на изванредан начин је одстранио све кочнице економистима: сада су се Самјуелсонове нереалистичне теорије прихватиле као стварност, а упозорења која су стизала од оних који су указивали на то да би се Мирдалови 'зачарани кругови' и 'перверзни последични ефекти' [Гунар Мирдал (1898-1987), шведски економиста, добитник Нобелове награде 1974, прим. С.Р.] из сиромашних у богате државе опет могли вратити у живот, потпуно су потиснути у 'тријумфализму' тог времена“ (Реинарт, 2006:23-24).

Рејнартова књига је објављена 2004, дакле пре слома у Волстриту 2008, те он за Самјуелсона (Paul A. Samuelson) није имао нимало разумевања. Истина је, ипак, да је и сам писац планетарно вероватно најчувеније „економске читанке“ у другој половини XX века, упозоравао на постојање ризика од крајњег резултата учинка „невидљиве руке“ тржишта и „савршено слободне конкуренције“. „Они који се баве економијом свакако треба да избегну грешку да сматрају да механзам цена, ако га нико не контролише, мора да дејствује хаотично“ (Самјуелсон, 1969:47) изнеће један од

најутицајнијих економских мислилаца педесетих година у свом уџбенику од 900 страна „Економија – уводна анализа“. Међутим, искусни професор неће милионе својих читалаца оставити на ивици амбиса – где их се може засипати лавином логичних питања која могу да се утемеље и на здравом разуму и простом посматрању последица у друштвима која своју судбину повере тржишним законима. Дакле: „Пошто су научили лекцију на смеју [они који се баве економијом, прим. С.Р.] да оду у другу крајност па да се заљубе у лепоту механизма цена, сматрајући га сликом савршенства, суштином хармоније коју је створило провиђење и као нешто ван домашаја људских руку“ (Самјуелсон, 1969:47).

Графика бр. 3 Тенденција кретања прихода од корпоративних пореза у САД

ПРИХОД ОД КОРПОРАТИВНИХ ПОРЕЗА БЛИЗУ ИСТОРИЈСКОГ МИНИМУМА



(Извор: Office of Management and Budget, USA)

Чему та одступница питао би се читалац који не би имао на уму време у коме Самјуелсон митологизира улогу тржишта. Одступница се гради на факту да је „наш систем [амерички, прим.Р.С.] мешовити систем државног и приватног власништва, а... он је исто тако мешовити систем монопола и конкуренције“. Да, стварност заиста зна бити непријатељски расположена према савршеним теоријским моделима. Зато је

професоров закљичак стилски бриљантан, а као фактографија коректан: „Циник би о савршеној конкуренцији могао рећи оно што је Бернард Шо рекао за хришћанство: једина невоља са савршеном конкуренцијом је што никада није била у пракси примењена“ (Самјуелсон, 1969:48).

Наравно, чувени професор је имао на уму да је и сам изумитељ „невидљиве руке“ Адам Смит „несумњиво увиђао неке од реалистичних ограничења ове доктрине“, што његове следе следбенике у „тријумфалистичкој фази“ (после пада Берлинског зида) углавном уопште није занимало. Практика не трпи теоријске нијансе и обзирна формулисања приступа деловању. Тако је неолиберални капитализам могао бити заустављен само – сломом.

3. Три историјска периода кад су у друштву „размена и трговина“ били изнад производње

Према Ерику Рајнерту, поузданом и критичком историчару економске мисли, у крајњој линији, ако оставимо по страни нијансе, постоје два погледа: „Један тип теорија фокусира се на размену и трговину, а други на производњу.“ Специфичност је економског погледа, за разлику од егзактних наука (где кад се једном утврди да Земља није равна плоча, онда се та чињеница више не може расправљати), да „оба погледа на свет егзистирају паралелно“. У различитим периодима успоставља се примат једног од погледа. Тако је после Другог светског рата доминирао Кејнсов приступ и у друштвима је акценат био на производњи. Онда је у последњем кварталу прошлог века превладао неолиберални приступ теоријски изоштрени у Чикашкој школи, повезаној с именима Милтона Фридмана, поменутог Самјуелсона, те Фредерика фон Хајека и дела аустријске школе. Од политичких лидера, за тај преокрет се вежу време владавине америчког председника Роналда Регана (1981-1989) и британске премијерке Маргарет Тачер (1979-1990). У овом приступу „фокус је на новчаним и финансијским варијаблама“ (Реинарт, 2006:24).

По Рејнарту, три пута је у европској историји Запада „теорија која се фокусира на размени и трговини... у послењих 250 година имала тотални примат.“ Последице су биле драматичне социјалне разлике, друштвена нестабилност, а онда је логично следио – слом. „Данашња еуфорија око глобализације трећа је у низу“ (Реинарт, 2006:28).

Први пут кад је оваква теорија „завладала“ практичном политиком названо је то *физиократијом*, а односи се историјски на 1760-те године и економију Француског

двора. Франсоа Кенеј (1694-1774) био је главни представник школе *либералног економског индивидуализма* (*Laissez faire et laissez passer, le monde va de lui – meme.*) У чувеним “Економским таблицама“ [*Tableau economique (1758)*] он је приказао процес репродукције целог друштва, за шта ће Карл Маркс рећи да је то „у првој трећини XVIII ст. у раздобљу дјетињства политичке економије, била најгенијалнија мисао коју је досад скривала политичка економија“ (Грлић, 1983:337). Кенеј је власништво разумео као „природно право“, а институције друштва само треба да омогуће остварење тог права. „Привредни егоизам поставио је Кенеј као основу друштвеног уређења и природног права... Економски живот тече, сматра Кенеј на основу истих правила као и природни живот“ (Грлић, 1983:337).

Физиократи су земљу сматрали основним фактором у економији и главним извором богатства. У сагласности с Кенејовим принципима физиократи су заступали „учење о *laissez-fair* или немешање власти у економске проблеме“ (Риз, 2004:242). Овакав приступ ће после утицати „врло много на главне представнике класичне школе (пре свега А. Смита)“ (Политичка енциклопедија, 1975:283).

„Пољопривредни рад је једини производни рад“, сматрали су физиократи. Друштво је по њима издељено на класе „према свом положају у процесу производње на производну, стерилну и класу земљорадника“. (Окренутост физиократа пољопривреди логично је јер у то доба она је „давала три четвртине националног дохотка и... феудална структура пољопривредног поседништва у Француској изгледала је као 'природан ред' ствари“ (Политичка енциклопедија, 1975:283).

Физиократски модел који се у добром свом делу сударао са логиком друштвених законитости, руглу је извргао Волтер у позоришном комаду *L'homme de quarante ans*. Фернандо Галијани, италијански економиста који је радио у Паризу, а за кога је после Ниче говорио да је био „највећи дух XVIII века, такође је у свом позоришном комаду *La Bagarre* „кривио физикрате за економске кризе, глад и побуне које су се тамо дешавале“. И Дејвид Хјум, највећи Смитов пријатељ, хтео је да „убије бога у физиократима“ (према Реинарт, 2006:29).

Као антитеза физиократима настала је тада економска политика ослањања на сопствену производњу у Европи и САД. У САД је од 1820. прихваћена политика царинења индустријске робе, заштита сопствене производње, иако је то значило да се ти производи у САД тренутно били скупљи. „На дуги рок, САД је остварила далеко виши животни стандард са индустријом него што је било могуће без ње“ (Реинарт, 2006:29).

Други пут размени и трговини дата је предност над производњом – 1840-тих година. Било је то време кад је Енглеска одлучила да престане да штити своју пољопривреду царинама и да тако обезбеди јефтину храну за своју радничку класу. Енглези су и друге терали да поступе на исти начин. Међутим, то што је било добро за јаку Енглеску, имало је погубне последице за друге. Идеја да се „социјално питање“, како су се већ означавали проблеми дубоке беде и несолидарног капитализма, може решити „енглеском мустром“ само је стање учинило хаотичнијим, погубнијим за сиротињу и друштвене структуре. Социјални проблеми су се множили, а онда су букнуле револуције 1848. Само Енглеска и Русија, свака из својих разлога, биле су поштеђене тог далекосежног догађаја.

Капиталистичка друштва су, то је било јасно, морала да траже озбиљна решења, а не да своју судбину до краја вежу за слепе силе тржишта и да им основно привређивање буде управљано бесомучном трком за профитом.

У том периоду Немачка је понудила најупечатљивија решења. С једне стране, гурпа економиста окупила се у Удружењу за социјалну политику (*Verein fuer Sozialpolitik*) и за своје идеје придобила канцелара Бизмарка, а с другу страну су били темељни левичари, окупљени око илегалног комунистичког покрета и међу њима се већ истицала критика Карл Маркс. Те 1848. Маркс и његов пријатељ Фридрих Енгелс су добили налог да напишу проглас комунистичке организације о њеним намерама и средствима које намерава да употреби. Тако је настао *Комунистички манифест*, обимом невелико дело, али незаобилазно у наредним деценијама. Око дијагнозе за болесно капиталистичко друштво коју су тад исписали Маркс и Енгелс у *Манифесту* углавном се не воде расправе, једино је *Манифест* непрестано, па и данас, производио контроверзе око питања шта је лек.

Јер промене које је донео капитализам дале су „трговини, бродарству и индустрији дотад невиђен полет“; „пара и машине револуционисале су индустријску производњу“; „крупна индустрија створила је светско тржиште“ и „потреба за све раширенијим тржиштем, где ће продати своје производе гони буржоазију преко целе Земљине кугле“; „буржоазија је експлоатацијом светског тржишта дала космополитиски карактер производњи и потрошњи свих земаља“; и „духовни производи појединих нација постају општим добром“; „буржоазија увлачи у цивилизацију све, па и најварварскије нације“; „јевтине цене њених роба јесу тешка артиљерија којом она руши све кинеске зидове, којом она и најупорнију мржњу варвара против странаца присиљава на капитилацију“ (Маркс, Енгелс, 1945: 30-31).

Какво друштвено стање прати овакве револуционарне промене производње? Ништа ново, рекао би Маркс. Старе поделе (класног) друштва не „слободног човека и роба, патриција и плебејца, барона и кмета, еснафског мајстора и калфу“ се модификују, али остају. „Модерно буржоаско друштво... је ставило само нове класе, нове услове угњетавања“, али стална и непомирљива супротност „угњетач и угњетени“ сачувана је. Како се буржоазија развијала тако је она „увећавала своје капитале и потискивала у позадину све класе наслеђене од средњег века... док најзад, с поступком крупне индустрије и светског тржишта, није освојила у модерној представничкој држави искуључиву власт. Модерна држава само је одбор који управља општим пословима целе буржоаске класе“ (Маркс, Енгелс, 1945: 29, 31).

Буржоаска држава има задатак да одржи и структурира друштво које настаје на разореним „феудалним, патријархалним и идиличним односима“, а после чега буржоазија „није оставила између човека и човека никакву другу везу осим голог интереса, осим бездушног 'плаћања у готовом'“. Тако је нова владајућа класа „лично достојанство претворила у прометну вредност и на место безбројних повељама признатих и извојеваних слобода ставила једну *бесавесну* слободу трговине. Она је, једном речи, на место експлоатације прикривене верским и политичким илузијама ставила отворену, бесрамну, директну, сурову експлоатацију“ (Маркс, Енгелс, 1945: 32).

У тако постављеним односима људско биће „постаје прост додатак машини“. Рад, као сврсисходна активност иманентна људском бићу, губи своју креативност и своди се „само на покрет руке који је најједноставнији, најједноличнији и који се најлакше научи“. Једини циљ је смањење трошкова, али тако у човеку који ради, у раднику „расте одвратност рада“.

Маркс је уочио и самоубилачки набој који такво друштво „гаји“ упоредо с прогресом, односно скоро да би се могла успоставити корелација између та два процеса. Јер буржоаско друштво заиста „личи на чаробњака који више не може да савлада подземне силе које је дозвоао“. Зато то друштво непрестано упада у дубоке цикличне, законите кризе. „Довољно је навести трговинске кризе које својим периодичним понављањем све опасније угрожавају опстанак читавог буржоаског друштва.“ У капиталистичким кризама уништава се и пропада велики део производа, али и „већ створених производних снага“.

Онда смо код кључног питања, данас поново најактуелнијег. „Чиме буржоазија савлађује кризу? С једне стране, присилним уништавањем масе производних снага, с

друге, освајањем нових тржишта и темељитијом експлоатацијом старих тржишта. Дакле, чиме? Тиме што припрема свестраније и силније кризе, а смањује средства за спречавање кризе“ (Маркс, Енгелс, 1945: 35).

Реформа система или његов слом – било је питање постављено после 1848.

Друштво XIX века се изменило драматичним увећањем *индустријско-урбаног становништва* „придошлог са села искоријењеног из малих средина и сродничких група у којима је раније владала примарна солидарност“ (Пуљиз, 1995:243). Немачка је земља у којој је решење тражено на оба плана. Реформа система ослањала се на лутеранство, за разлику од калвинизма чији је утицај доминантан у САД. „Док се калвинистичка етика састоји у томе да се стално креира нови рад и достигнућа, што узрокује настанак нестабилне елите, која се стално мора потврдити новим успјесима“ лутеранско поимање речи *Beruf* значило је давање предности традиционално профилисаном професионалном раду у служби неком ауторитету – у немачком случају, држави.

Од Хегела до Фердинанда Ласала, оца немачког социјализма, држава је у центру немачких тежњи. „Ништа нам неће толико помоћи као држава; како ће се то догодити ми не знамо, то је ствар научника, али оно што знамо јест да ако се држава не заузме за нас, и ако ћемо остати у рукама фабриканата, онда смо изгубљени“, говорио је Ласал (Пуљиз, 1995:244). Немачки ткз. „катедарски социјалисти“, на конгресу у Ајзенаху 1872. године где присуствују многи немачки професори економије и права (отуд „катедарски“) прокламовали су рат либерализму енглеске манчестерске школе. У Манифесту из Ајзенаха се тражи да „држава учини напор како би се све већи број грађана користио цивилизацијским добрима“. Од ових ће се интелектуалаца формирати овде већ помињано утицајно Удружење за социјалну политику, у којем је деловао и Макс Вебер.

Удружење је „хранило“ канцелара Ота фон Бизмарка корисним увидима и релевантним идејама да би се подигла *Wohlfahrstaat*, што је отприлике оно што је познатије под англо-саксонским термином *Welfare State*, у преводу „држава благостања“. Бизмарк је отворено и грубо прогонио социјалдемократе, забрањивао њихово деловање, али је знао да се нешто мора учинити за најамничку класу. И, као политичар стратешких способности, знао је да ако то не учини он, човек на челу државе, учиниће неко други, неке друге снаге у друштву. Зато је одлучио: „Господа демокарти (мисли на социјалдемократе) узалудно ће свирати флауту кад народ схвати да владари брину за његово добро“, писао је канцелар у својим Мемоарима (Пуљиз,

1995:245). И Бизмарк је утемељио социјалну заштиту, пензионо и здравствено осигурање, бесплатно основно школство. Брига за народ коју је он успоставио, а не остављајући незаштићене и слабе на милост и немилост „невидљивој руци тржишта“, доброј вољи фабриканата – постаће широко прихваћена вредност западног света и спасиће капитализам од неподношљивих потреса, на неко време.

4. *Зашто је актуелна светска криза најсличнија великој драми 1848.*

Маркс је на уму имао другачија решења. Он га је видео у историјском преокрету улоге најамника, пролетера. Претежног дела друштва а који у окружењу доминације „приватне својине“, у свету у коме приватна својина одређује редослед вредности, има само своју радну снагу и могућност да на слободном тржишту продаје само себе. Маркс је био начисто с тим да најамник суочен с очигледношћу да се оној другој класи власништво стално увећава, неће моћи на ту чињеницу гледати скрштених руку. Историја је, по Марксу, децидирано – стална класна борба. Зато је његов предлог за решење потпуно отворен: „њихови циљеви (се) могу постићи само насилним рушењем читавог досадашњег друштвеног поретка“. Прост рачун и здрав разум, по Марксу, показују да у том одлучном обрачуну „пролетери немају шта да изгубе сем својих окова. А добиће читав свет.“

Следила је 1848. битна година у новијој историји западне цивилизације и капитализма. За наше разматрање важна је констатација да „по питању економске политике, ни један историјски период не личи толико на 1990-те као период 1840-тих година“ (Реинерт, 2006:30). То се на асоцијативном нивоу, потврђује и утиском који читалац има док у овом времену чита *Комунистички манифест*. Све толико „личи“, тако да се читаоцу понекад учини као да стари Маркс „горе“ пише блог који разбацују друштвене мреже које су изћикљале на цивилизацијски водећем Мајкрософтовом проналаску. Као што се оних 1840-тих људима чинило да се страшно убрзава кретање Земљине кугле, тако и данас ми верујемо да свет никад није живео брже. За оба времена карактеристична је глобална колективна вртоглавица која се транспонује у „исти ирационални и безгранични оптимизам базиран на новој технолошкој револуцији“ (Реинерт, 2006:30).

Поређења изгледају уверљиво: „Стивенсон је 1829. тестирао Ракету (*the Rocket*), праву парну локомотиву, 1840-тих је доба железнице већ било у пуном развоју. Интел је 1971. развио свој први микропроцесор, а 1990-тих нова техно-економска парадигма

већ је била у пуном развоју“ (Реинерт, 2006:30).

„Нова техно-економска парадигма“ се подигне на оном што је Јозеф Шумпетер разликовао као *инвенцију*, што су нова знања, и - на *иновацији*, нова достигнућа која се реализују и материјализују из знања. Капитализам као ниједан систем има средстава за подстицање елемената „нове техно-економске парадигме“, али он доноси нерешив проблем прерасподеле вредности које та моћ продукује. Као што никад није био дубљи јаз између богатих и остатка становништва у друштвима касног капитализма, тако се разлике међу земљама, регионима и континентима стално продубљују. То, до неслућених размера глобализован систем, чини све рањивијим, нестабилнијим и све склонијим да питања своје угрожености решава – као после криза 1907. или оне 1929. – светским ратним сукобима који носе цену решења у десетинама милиона живота и неизрачунљивим материјалним уништавањима. Збигњев Бжержински је израчунао да је у XX веку у ратовима животе изгубило 184 милиона људи.

Нова техно-економска парадигма, прво, доноси „експлозије продуктивности у (за то доба) централним привредним гранама“, али – и „спекулације на берзи, предвидиве ломове и низ сумњивих пројеката који покушавају да натерају *обичне индустрије* да се понашају као остале централне индустрије“ (Реинерт, 2006:30).

Узмимо два позната примера из два посматрана периода. У време кад је челик био оно што су данас дигиталне технологије, један амерички произвођач коже *US Leather Corporation* (Америчка корпорација за кожу) одлучила је да створи и подигне вредност својих акција на исти начин као *US Steel Corporation* (Америчка корпорација за челик). Покушај је завршио неславно. То је историја, али сваки ТВ-гледалац фудбалских утакмица се сећа кад су водећи светски тимови (на пример, Реал Мадрид) на својим дресовима носили лого „Пармалат“, што је публици свиклој на „Мајкрософт“, „Сони-Ериксон“ или „Нокију“ деловало неуобичајено. Јер, „Пармалат“ је група произвођача млечних производа. Није оглашено спектакуларно, што би било природно колико је тај наступ био чудноват и јединствен, али – покушај да произвођачи чоколадних млека и воћних јогурта достигну вредност акција сличну „Мајкрософтовим“ пропао је (Реинерт, 2006:30).

Оба покушаја „обичних индустрија“, у ствари, нису имали никаквих шанси на успех. То је било као кад би антилопа и јагње покушали с претензијама да пливају и лове у хладним северним морима као бели медведи и фоке. Понесени берзанском хистеријом, која олако узима здраво за готово реално немогуће операције, произвођачи коже и млекари су се упустили у рат с фундаменталном преваром коју обећава

слободно тржиште – да наводно сви имају исте шансе.

Има једна zgodна и илустративна прича (Реинерт, 2006:62) о Билу Гејтсу и молеру из предграђа и ефектима економије обима. Онај први примерак *Windows 2007 Microsoft* можда кошта 100 милиона долара. Толико се уложи у његово проналажење и развој. Међутим, већ други примерак истог производа може да се продаје и за 10 центи. Фирму која у таквим пословима заузме јаку стартну позицију чекају мега-профити и велика предност у наставку игре. Али талентован молер који, после одличне обуке постигне добру норму за кречење куће бр.1, сигурно кућу бр.2 не може окречити битно брже од оне претходне. Нема битне уштеде ни на четкама, ни на мердевинама. Безнадежна је позиција оних који нису у „централним индустријама“, уколико помисле да њихова зарада мора да достигне оне из „централних индустрија“. Као што је безнадежна позиција земље, региона, народа који не могу да овладају владајућом техно-економском парадигмом.

Али либерални капитализам упорно одржава ту илузију о слободном тржишту чија „невидљива рука“ даје исте шансе свима, што је теоријски инаугурисано још у Рикардовој теорији компаративних предности (1817). Без обзира што је историја показала да та смислена приповест доноси заносне пројекте који никад у стварности не дају обећани резултат, она опстаје, и с времена на време се издиже изнад свих других. Тако је било и 1840-тих, и тад се то звало „слободна трговина“, тако је било и 1990-их и тад се то звало „глобализација“. Још 1841. године Чарлс Меккеј је написао књигу „Изузетно популарне обмане и лудило маса“ (*Extraordinary Popular Delusions and the Madness of Crowds*), и без обзира што се то класично дело може наћи на интернету за пар минута претраге на *Google*, хиљаде и хиљаде малих акционара су, понесени берзанском хистеријом, инвестирали у „Пармалат“ и сличне пројекте. На међународном плану, с истом врстом обневиделости, огроман део света од Монголије и Перуа до источноевропских земаља је „због слободне трговине изгубио своју индустрију“.

5. “Анатомија моћи“ корпоративног капитализма – три лица и четири пункта моћи

Да ли смо пред новом радикалном променом капиталистичког друштва или смо пред његовим историјским заласком и распадом његових вредност – све је чешће питање. Колика је, у ствари, снага сложеног и засад ефикасног система моћи који

упркос кризама одржава контролу над друштвом чије супротности и трења расту? Почетна тврдња би могла бити да имамо систем са „три лица моћи“ (Антонић, 2006). Као прво лице или „прва димензија моћи“ се узима једнодимензионално схватање америчког социолога Роберта Дала (Robert Dahl) који полази од Веберове дефиниције моћи [„*Моћ* представља изгледе да се у оквиру једног друштвеног односа спроведе сопствена воља упркос отпору, без обзира на то на чему се заснивају ти изгледи“ (Вебер, 1976:37)], али „није њоме сасвим задовољан, сматрајући је преуском“ те је понудио тврдњу „А има моћ над Б у мери у којој може да учини да Б уради нешто што Б иначе не би урадио“ (Антонић, 2006:9). У том приступу „моћ се види као сукоб, трвење, надметање између моћника (А) и подложника (Б). Подложник пружа отпор, али на крају моћник надвладава“ (Антонић, 2006:9).

Мортон Барац (Morton Baratz) и Питер Бакрак (Peter Bachrach) су инспирисани Даловим разматрањем моћи 1962. објавили рад „Два лица моћи“ у коме су рекли да се разуме „да се моћ користи када А учествује у доношењу одлуке која се тиче Б-е“ (Бакрак, Барац, 2006:60) „но, моћ се исто тако користи када А улаже своју енергију у стварање или учвршћивање друштвених и политичких вредности и институционалне праксе које ограничавају делокруг политичког процеса на јавно разматрање питања релативно безбедних за њега самог, уз искључивање свих других. У оној мери у којој А успева да ово постигне, Б је практично спречен да стави на дневни ред било које питање која начином свог решавања могу озбиљно да угрозе А-ов скуп преференција“ (Бакрак, Барац, 2006:60). Бакрак и Барац као илустрацију наводе пример, из свог окружења, „озлојеђеног“ наставника на неком универзитету који „у самоћи своје канцеларије“ одлучује да на следећем састанку своје катедре нападне неко неправедно стање а иза чега постоје конфигурисани интереси. „Међутим, када наступи тренутак истине, он покуњено ћути. Зашто? Међу многим могућим разлозима један или више од следећих могли су бити од кључне важности: (а) професор се бојао да би његов поступак био схваћен као израз нелојалности институцији; или (б) дошао је до закључка да би, с обзиром на ставове и веровања својих колега са катедре, у овом питању, остао у мањини, потпуно сам; или (в) решио је да би, с обзиром на природу процеса одлучивања у овој институцији, његови предлози за измене били увек стављени *ad acta*“ (Бакрак, Барац, 2006:60-61).

Тако је „друга димензија“ моћи, у ствари „доношење неодлуке“ тј. начин на који „особе и групе оријентисане на *status quo* утичу на оне вредности заједнице и оне политичке институције... које имају тенденцију да ограниче делокруг стварног

одлучивања на 'безбедна' питања“ (Бакрак, Барац, 2006:67). Тако притиснуте појединце у друштву краси „неинформисаност, равнодушност, незаинтересованост, изборна апстиненција, прикривање стварних информација, итд. Због тога се неки интереси уопште не јављају, тако да медијска и политичка артикулација не одговара стварној интересној структури. Отуда политика у САД јесте политика богатих, а господарећа елита чак уопште и не мора да буде свесна своје надмоћи 'просто зато што њихов доминантан положај никада није био озбиљно оспорен' “ (Антонић, 2006:21).

За „трећу димензију моћи“ веже се име Стивена Лукса који у фокус уводи чињеницу да „Б има интересе којих није свестан“ и „уопште, нису ретки случајеви у којима особа А управља приликама у којима се налази особа Б, тако да особа Б није ни свесна својих интереса, не осећа незадовољство, па онда нема ни сукоба“ (Антонић, 2006:23). Антонић сматра да је то „главна димензија моћи у савременом свету“ (Антонић, 2006:7).

Тако сложена и делимично „невидљива“ моћ је испреплетана са горострасним друштвеним структурама – издељена на низ пунктова. Узећемо Галбрајтову класификацију на четири пункта из „Анатомije моћи“.

Први пункт су велике, углавном, транснационалне корпорације: њих одликују два битна елемента – одсуство изворних предузетника и раздвојеност власништа од управљања. Тај однос доноси безличну ефикасност и фрустрирајуће позиције управљача који су распоређени у сложене менаџерске структуре и фаланге „белих крагни“. „Оно што је некад било израз воље 'газде' данас је производ колективне воље бирократије – воље судионика разних сједница, чланова различитих комисија и комитета, резултат приједлога што мора проћи кроз организацијску хијерархију и на том се путу модифицирају, додају им се амнадмани и ратифицирају се“ (Galbraith, 1983:167). Зато су наизглед ускомешане корпорацијске структуре, у ствари, бескрајно инертне. Зато, иако су промене на челу фирме предмет јавних интересовања и нагађања, у принципу, промена човека и екипе не значи „промјене пословне политике и поступака“. Напротив.

„У пракси, тј. у стварном животу, за разлику од оног што се учи на свеучилиштима, што се тврди и практикује у економској и политичкој литургији, прихваћа се идеја да се великим организацијама стварна моћ налази у управи, а не у рукуама пролазних личности на врху“ (Galbraith, 1983:167).

Насупрот њих, чије је дело функционисање корпорација, стоје мумифицирани остаци предузетничке класе чија моћ се темељи на власништву над већим или мањим

деловима деоничких папира који тој „беспосличарској класи“ (Торстен Веблен) доносе богат живот и друштвени статус. Тај свет је у одступању. Одвојен од своје природне функције и претворен у декадентни део друштва који, како каже Едвард Херман „има и даље еминентну улогу, његова моћ је још увијек велика и снажно дјелује на поступке и понашање државе, али је његова улога релативно ослабила у упоредби с улогом коју је имао на почетку тридесетих година (XX стољећа) када је имао готово искључиву моћ над политиком државе“. (Из студије *Corporate Control, Corporate Power, 1981.*, према Galbraith, 1983:133) Модерном државом доминира моћ организације и влада дух бирократије. Колико год се људи напрежу да повежу конце тог „новог Левијатана“, он у ствари, надилази појединачни напор и могућност ефикасне групне контроле.

Други пункт је савремена капиталистичка држава. Неконтролисани слој анархичности демократских структура, бескрајно усложњавање процеса, флуидност морала у измењеним условима учиниће такву државу бродом без чврстог кормилара. Измењене друштвене структуре нису у могућности да носе старовремене, класичне принципе демократског друштва. Таква се држава отуђује од своје демократске суштине, од народа. До још већег хаоса је доводе фундаменталистички покушаји оживљавања старих вредности кроз регановско или тачеријанско калемљење „слободног тржишта“, „предузетништва“ и тзв. „неолибералних начела“, а чији актери постају „неоконзи“ (нови конзервативци). Тако смо ушли у доба кад се логична подела класног друштва на „леве“ и „десне“ претворила у потпуни хаос, мутљаг у коме је сваки принцип модификовано „тржишно решење“ – и дозвољено је да се прода за сваковрсну краткорочну добит; за привремену подршку јавног мњења, за неки број гласова, за неки део власти, за избегавање било какве жртве.

Томе следи *друштво кризе* – у којем ће се процеси одвијати у сенци samozаваравања о нормалности и које ће морати да доживи удар, финансијски слом, да би се – као болесник који не жели да мери температуру, иако осећа да она није нормална – суочило са великом рецесијом. И кад, ипак, доживи финансијски слом, модерна капиталистичка држава, ношена бирократском инерцијом, не тражи решење него уграђује „бајпасове“ покушавајући да одржи структуру која је довела до кризе. Друштво одбија да се суочи с чињеницама да криза постаје економска и на крају – друштвена. Али сада глобална.

Трећи пункт је војни естаблишмент, као особен и у много чему самосталан и неконтролисан део државног бирократског апарата. Моћ војног естаблишмента изузетно је велика, и рекло би се немаскирана, развијена у САД, неприкосновено

водећој земљи капитализма у другој половини XX века. „Од три извора моћи, војни естаблишмент посједује два у великој мјери: власништво (то јест финансијске ресурсе) и организацију. У прошлости, поготово у вријеме рата, и личност је била важна као извор моћи“ (Galbraith, 1983:147). Чувени су генерали Маршал, Ајзенхауер, Мекартур, Монтгомери у Британији или Ромел у Немачкој. Данас су генерали пре део анонимне организацијске структуре него хероји чија моћ произилази из личних способности.

Финансијска моћ Пентагона је изузетно велика. Мрежа тих веза „далеко надмашује сваки сличан извор моћи“ - то нису само оружане снаге и цивилни војни естаблишмент, то је несагледиви конгломерат индустрије наоружања и опреме од којег зависе научници, бизнисмени, радници, проналазачи, институти, болнице, фармери, обућари, дизајнери, друге индустрије, рудници, произвођачи делова, опреме...

Чињеница је да Министарство одбране САД „запошљава више људи и троши више новца на куповање роба и услуга него сва друга министарства заједно“. (Овај податак Галбрајт наводи за 1982. годину. Године 2012. ситуација је још јасније. “У две највеће светске економије, америчкој и кинеској“, како „Вечерње новости“ од 25. марта 2012. објављују, „Пентагон, односно Кинеска народноослободилачка армија не само да су највећи национални већ и светски послодавци. На платном списку Пентагона је 2010. године је било 3,2 милиона људи, односно 1 одсто становништва САД. У најмногољуднијој земљи света, која уједно највише улаже у војни сектор, у армији је 2,3 милиона људи.“) То ствара један веома сложен и на друштво изузетно утицајан механизам. „Војни индустријалци су у томе *dues ex machine*: истодобно 'прогуравају' буџет и зарађују на њему. Нема сумње да је њихова моћ голема и да се њоме постиже потчињавање знанственика, инжењера, функционера и радника ратне индустрије те становника мјеста и крајева у којима је она смјештена. Законодавци воде итекако рачуна, а томе наравно доприносе и субвенције за предизборну кампању што их примају од заинтересираних компанија“ (Galbraith, 1983:148). А веза извршне власти и корпорацијских интереса зна бити готово нескривена. Можда је томе најбољи пример владавина Џорџа Буша Млађег чији је кабинет био пун људи који су директно имали интерес од веза с војском, чак до тога да су ратне војне интервенције „пратиле“ траг потреба нафтних мултинационалних компанија. (У последњем поглављу овог рада детаљније ћемо се бавити деловањем ове групације у инвазији Ирака.)

Демократски надзор над војним естаблишментом је реално готово немогућ. С једне стране се води бучна и заглушујућа јавна кампања о „цивилној контроли“, а у

реалности је евидентно одсуство тога. Прво, војни сектор је огромна организација испуњена сложеним техничким компонентама, да „обични грађанин, кад види големост и сложеност“, просто слеже раменима и пристаје да је то само за експерте. С друге стране, ту увек стоји тајност као ограничење. Уз то иде национални интерес, патриотизам, последња одбрана, ризик да непријатељ не угрози „нашу заједницу“.

И увек се ради о угрожености на смрт! Овај друштвени однос Александар Зиновјев проницљив, критички и на Запад придошли посматрач објаснио је као „државност западњачког друштва (која се) састоји из демократског и недемократског дела“. У први део он поставља демократске изборе, демократске институције, вишепартијски систем, а у други спадају „административно-бирокуратски апарат, полиција, судови, затвори, армија, тајне службе“. Зиновјев сматра да први део „чини тек незнатни део државности“, а онај демократски део само је дрво са којег ће се разгранавати „огроман број 'помоћних' служби, комитета, комисија, министарстава, итд. Они нису озакоњени на нивоу фундаменталног права. (...) Војна сфера, тајне службе, спољно-политичка сфера задобили су такве размере и утицај, да сами конкуришу централној власти у борби за реалну власт. (...) Јавна власт не вуче важне потезе без његовог знања. Овде такође улази мноштво људи које се састоји од представника приватних интереса, лобиста, мафијашких група, личних пријатеља. То је – 'кухиња власти'. Она је постојани елемент власти који је изнад државе и који јој одузима део суверенитета“ (Зиновјев, 1999:33-34).

Ако је амерички војни естаблишмент, без сумње, највећа концентрисана моћ, ни у земљама трећег света улога војске није, пропорционално, друштвено мање моћна. На пример, „латинскоамеричке војске нису узор строја и дјелотворне дисциплине, али у већини тих земаља не постоји ни једна друга организирана структура која би им могла конкурирати“ (Galbraith, 1983:155).

Четврти пункт су медији – првобитно постављени као „контролори друштва“, као „пси чувари“ демократских вредности и проносиоци информација од општег друштвеног значаја без којих је демократско одлучивање немогуће. Медији данас, по правилу, припадају сфери капиталистичке производње: раде за „више друштвене интересе“, дефинишу се као „слободни“, хвале се као „независни“, а репродукују на тржишту по законима који важе за сваку другу производњу и промет.

Медији су другачије структурирана моћ. Некад је локална јавност одређивала недељна проповед у цркви. Парох је вековима имао „монопол деловања“ на ту јавност. Још у XIX веку монопол су нарушавале ретке књиге и новине које су стизале до ретких

претплатника. У западној култури, црква је у међувремену изгубила то место. Црква више нема монопол ни над образовањем. Наука није више под њеном контролом, а увелико је постала и средство које угрожава верски поглед на свет. Религијски дух и верске поруке су еластичније и мекше структуриране, а наука се држи прецизности и строге методологије. Тако је и обликовање мишљења маса постало циљ много разнороднијих и опремљенијих „рибара људских душа“ (Шушњић). Кад се човек данас врати с недељне литургије чека га дигитална телевизија, електронски извори информација, „фејсбук“, интерактивна комуникација. А јавност обликују фаланге професионалаца у радију, дневним новинама, магацинима најразличитијих профила, књиге и различита електронска складишта и преносници информација, мишљења и порука.

Моћ медија, као некад моћ религије, долази из доминантне организације. Некад су те организације личиле на предузетничке фирме, знало се које личности диктирају правила, а данас је то „у опису посла“ безличних корпоративних механизма и као у религији – информисање и знања су секундарни, главни циљ је – веровање. До тога се стиже професионалном обрадом информација, способношћу (монополом) да се пажња усмери на једне а не на друге вести. И „нема сумње да је то потчињавање велико. Повјерење које се некад осјећало према свећенику – и, можда у мањој мјери, према учитељу – данас се гаји према новинарима штампе и телевизије. Алузија на извор тог вјеровања је универзална и аутоматска: 'То сам прочитао у новинама!' или 'То сам видио на телевизији!' Заправо разговор о политици започиње спомињањем неког новинског или телевизијског коментара“ (Galbraith, 1983:161).

„Немогуће је израчунати колико времена и снаге губе људи седећи пред телевизором, читајући новине и часописе, слушајући радио“, написаће Александар Зиновјев, кад је 1999. одлучио да се врати са Запада „мајчици Русији“. „Никаква црква не може се са ове тачке гледишта упоредити с 'црквом западњаштва'“ (Зиновјев, 1999:52).

Пошто је медијска моћ, између осталог, извор директних великих профитних прихода, сама порука се у XX веку битно модификовала, и – што је битно – њена уверљивост се смањује. Комерцијализована медијска сфера изгубила је из свог видокруга почетна начела. Она се више не обраћа грађанину, него потрошачу. Тако економска моћ неповратно модификује демократске структуре. И читава јавност, која је некад била политичка, друштвено релевантна, озбиљна сада се мења и спушта до најнижих, ирационалних, људских порива: подгрејавају се све варијације људске сујете

– тако да, на крају, више не утиче телевизија на људе, него особина гомиле претворена у идолатријске поруке и атмосферу суб-културе као неупитине вредности утичу на телевизијски програм. Круг је затворен. Кад се припрема нека емисија, која би требало да се исплати власнику, праве се истраживања да се утврди шта гомила жели. Углавном се ради с гомилом, јер корпорације највише плаћају огласе онима који им могу привести најбројније слојеве потрошача.

Капитализам тако из основа разара своју пратиљу из „херојских времена“ либералну демократију. Последице су далекосежне и непоправљиве. Временом се губи поверење, веродостојност и – изузетност. „Телевизијске рекламе у којима се придаје големо терапеутско дјеловање сасвим обичним и прозаичним фармацеутским производима, реклама у којој се тврди да ношење бијеле одјеће отвара пут у високо друштво, морализирање политичких аспираната – све то изазива невјеровање. А будући да се тако виде или чују, ствара се и тенденција увјеравања *ни у шта*“ (Galbraith, 1983:162).

Таква друштвена клима логична је последица расподеле моћи у друштву у којем је врховни бог новац а главни храмови – берзе. Све је подређено одржавању тих друштвених интереса и безусловна је употреба свих инструмената моћи. Ови инструменти су доживели модификације у том правцу. Држава је, пре свега, ослонац за корпорације, корпорације су кичма тог друштва, војни естаблишмент је чувар центара равнотеже и заштитници од спољне агресије на систем, а медији су и жерци и забављачи. Људско биће ту нема другу улогу него да буде пљачкано или, како би то Маркс рекао, експлоатисано на свим плановима. Наговара га се да купи неку робу, објашњава му се за кога је најбоље да гласа да би њиме владао без одговорности, култура му се претвара у индустријску продукцију, информације у просту манипулацију. Западно друштво је због тога ушло у још једну велику кризу. Из које је излаз припремање за још већу кризу. Јер, прогрес - упорно напредовање ка још већем балону - суштинска је природа капитализма. На почетку XXI века ушли смо у још један балон. Као и 1848. или 1929. питање је: где је излаз? Може ли ово друштво себи обезбедити „још један круг“?

Сваки пут кад се друштво суочи с претећим неспокојем дубина кризе капитализма поставља се исто питање: „Може ли капитализам остати у животу?“ (Шумпетер, 1960:97) (Шумпетер је, иначе, ово питање поставио 1942. године у првом издању књиге.) Његов „Капитализам, социјализам и демократија“ једна је од научно најутемељенијих расправа о том питању. Јозеф Шумпетер, чија је способност

сагледавања друштва увелико превазилазила оквире економске науке, разматрао је то питање као припрему за опело капитализму. Он није био левичар, а још мање марксиста или неки задрти „непријатељ капитализма“, али је закључивао да ће излаз из „последње кризе капитализма“ бити – социјализам. Шумпетер у социјализму – ни у теоријама социјалиста, ни у социјалистичкој пракси – није видео прогрес, али га је сагледавајући проблеме модерног „касног капитализма“ (Маркузе) прихватао као неизбежност. „Теза, коју ћу настојати да поставим јесте да су садашњи и очекивани резултати капиталистичког система такви да оповргавају идеју да ће се капитализам сломити под тежином економског неуспеха, али да сам његов успех поткопава друштвене институције које га штите и 'неизбежно' ствара услове под којима неће бити у стању да даље живи и који *јасно указују* (курзив С.Р-) на социјализам као законитог наследника“ (Шумпетер, 1960:100).

Шта то сада стоји пред капитализмом као препрека коју он неће моћи још једном прескочити? „Атмосфера непријатељства према капитализму“, написаће одговор Шумпетер те 1942. То је једна историјска дотрајалост која онемогућава да се рационално гледа на постигнућа капитализма, на његова технолошка достигнућа и високи животни стандард који је он успевао да донесе (барем у оном делу света где је успео!). „Дух времена“ носи „стање духа“ које „осуђује капитализам и сва његова постигнућа као унапред дату чињеницу, што је већ готово постала нужна етикеција приликом вођења дискусије“. И: „Каква год била његова политичка склоност сваки писац или говорник једва чека прилику да се придржава овог кодекса и да нагласи свој критички став, своју 'непристасност', своју веру у неадекватност капиталистичког постигнућа, своју одвратност према капиталистичким и своју наклоност према антикапиталистичким интересима. Сваки други став сматран је не само глупим већ и антисоцијалним, и на њега се гледало као на знак неморалног ропског почињавања“ (Шумпетер, 1960:101).

Објашњење за овакву рањивост тако продуктивног и консеквентног система Шумпетер налази у времену када је капитализам настајао, тј. у начину на који је нова класа уклањала претходни феудални друштвено-државни пројекат. Капиталистичка класа је безусловно разорила двор, село и занатски цех. За то су кориштена сва средства: (нелојална) тржишна конкуренција против заната, сва политичка средства, често и у револуционарним формама, против двора и феудалног села. Онда се над израђаваним, пониженим, десеткованим и искорењеним феудалним елементима уздизала законодавна власт која је и формално укидала економске и политичке

привилегије класа или група које су некад имале водећу улогу. Све се то утемељивало и цементирало у јавном мњењу које је, храњено некритичким прогресивизмом, распаљивало најниже народне страсти, потхрањивало зов анархичности у људској природи и ентропичност традиционалних заједница, разарало старе везине митове као „затуцаност прошлости“, уносило дубок и непомирљив презир према ритуалима, вери, традицији, машти, људској емотивности. Тријумф рационализма, тријумф математике као примењеног двојног књиговодства у коме су држава и бизнис налазили неупитност и утемељење реда у коме све може стати у бројке, тријумф науке као „заробљеног ума“ упрегнутог у логику што непосредније технолошке употребљивости и сливања свега у једину вредност дриштва – Профит, циљ који и оправдава сва средства а и носи у себи видљиву клицу самопоништавања. Јер, „посматрајући овај процес са данашње тачке гледишта, посматрач би могао с правом да се упита да ли је на крају *тако потпуна еманципација* (курзив С.Р) била повољна за буржуја и његов свет – јер ови окови су не само спутавали, већ су исто тако и заштићавали“ (Шумпетер, 1960:201).

Стигло се до стања за које ће Валтер Бењамин 1928. писати да „било да буржоазија добија или губи у тој борби (класној борби, прим.С.Р.), она остаје у унутрашњим противречностима, које ће постати кобне током развоја, осуђена на пропаст. Питање је само знати да ли се она зачиње по себи или захваљујући пролетаријату“ (Бењамин, 1989:50).

Историјски наступ капиталиста је тривијалан и одвојен од „дубљег смисла“ времена из кога је он дошао. „Сигурно да не постоји никакав траг неког мистичног сјаја кад су они у питању који је веома важан да би човек завладао људима. Новчана берза представља тек слабу замену за Светог Грала. Видели смо да индустријалац и трговац, уколико су предузетници, исто тако врше једну водећу функцију. Међутим, *економско вођство* овог типа не шири се брзо, као војно вођство средњовековног племића, у вођство појединих нација. Напротив, трговачки дневник и прорачун трошкова апсорбују и ограничавају“ (Шумпетер, 1960:204).

Претворен у гонича који не уме да прашта ни цркви, ни двору, ни занатском умећу, подигнут на живом блату рационалне сумње без ограничења кад су други у питању капиталистички процес ће на крају стићи под сопствене бедеме, да „разруши сопствене одбране, да растера посаде својих утврђених положаја. И, коначно, видели смо да капитализам ствара критички дух који се, пошто је уништио морални ауторитет толиких, многих других институција, на крају окреће против својих сопствених; буржуј установљава, на своје запрепашћење, да рационалистички став не престаје код

акредитива које дају краљеви и папе већ иде и даље, *да би напао приватну својину и читаву схему буржујских вредности*“ (Шумпетер, 1960:206).

6. Искушења Слободног орвелијанског света

Кад се друштво суочило с том чињеницом отворено је питање: која је то друштвена снага, која ће на крају, извршити коначну трансформацију друштва у „нови квалитет“. Карл Маркс је средином XIX века поверовао да је за ту улогу предодређена радничка класа. Шумпетер је половином XX века, пристајући на чињеницу да је социјализам неизбежан, у то сумњао. Кад се капиталистичко друштво после Другог светског рата преобразило у „касни капитализам“ кад су - како је то убедљиво показао Рајт Милс – „беле крагне“ потпуно потиснуле „плаве каргне“ у други план – почела је потрага за новим носиоцем промена.

То је посебно постало актуелно бурне и историјске '68, кад се свет Центра и дела Полупериферије одлучно и некалкулантски побунио против капитализма који је тада већ био доминантно амерички. Део америчког друштва, црначка и интелектуално-студентска популација пре свих, суочене и са личним ризицима – црнци због друштвено утемељеног дискриминаторног односа према „обојеним“, а студенти згрожени ратним операцијама у Вијетнаму и погођени ризиком да и сами буду регрутовани и отпремљени у кланице азијских прашума – изнедриле су отпор који колико год био нехијерархичан и овлаш организован, толико је у себи носио опасни и субверзивни набој искренности. „Рат у Вијетнаму је за те студенте по први пут разоткрио бит постојећег друштва: у њему садржану нужност експанзије и агресије и бруталност конкурентске борбе на интернационалној основи“ (Маркузе, 1978:42).

Покрет '68 је букнуо у трену, разлио се универзитетима, делимично се прелио и на улице и тргове, указао на проблеме који су надилазили националне па и блоковске границе, а онда нестао као понорница. Остали су незаборавни списи као Маркузов „Есеј о слободи“, сећања на узвишене и утопистичке речи левих интелектуалаца суочених са свежином и проветравањима, истакли су се „нови лидери“. А онда је све утихнуло. Несмирени Руди Дучке је смртно настрадао, бунтовни следбеници су после бескрупулозно ликвидирани као припадници илегалних и друштвено екскомуницираних „црвених бригада“. Један од симбола смисла повезаности побуне на Западу и отпора „трећег света“ Че Гевара, прогоњен од стране вашингтонских ловаца на уцењене главе, ликвидирао је у боливијским шумама као ситни пљачкаш

банака. Прилагодљиви љубитељи етаблиране „воље за моћ“ попут Кона Бенедита и човека сумњиве улоге и угаслог осмеха Јошке Фишера, инфилтрирали су се у естаблишмент с ону страну барикада. И – империјализам, „као највиши стадиј капитализма“ како је говорио Лењин, могао је да преобучен у мађионичара-добротобра сачека слом државног социјализма 1989.

Реално друштвено стање је замаскирано потрошачким бумом и технолошким успоном у коме је доминирао “PC” – лични компјутер и његова примитивнија и поједностављена варијанта – мобилни телефон . А „што се тиче појма демократије; то је, сад, у сваком случају врло озбиљна ствар... ни у једном од постојећих друштава нема демократије, а сигурно не у онима која се називају демократска. Постоји само нека илузорна, врло илузорна демократија, прожета неједнакошћу, док стварни увјети демократије тек треба да буду створени“, рећи ће Херберт Маркузе побуњеним студентима и професорима (западно) берлинског Слободног универзитета 1968, у разговорима који ће после бити насловљени као „Крај утопије“ (Маркузе, 1978:31).

Интелектуалац који је имао и европско предратно и америчко искуство упозориће да сада „тенденције манипулирања – то не смијемо превидјети – нису сила. Нитко ме не присиљава да сатима сједим пред својим телевизијским апаратом, нитко да читам идиотске новине“ (Маркузе, 1978:21). Та нова чињеница, одсуство или повученост у други план „голе силе“ збуњивала је „старе револуционаре“. Исто као што је за њих нерешива енигма био и нови положај радничке класе у водећој капиталистичкој империји. „Хтио бих само упозорити да овдје постоји одлучујућа разлика: оно што можемо рећи о радничкој класи у Америци – да је својом големом већином интегрирана у систем и да нема потребе за радикалним обртом – вјероватно не можемо више, или још не можемо рећи о европској радничкој класи“ (Маркузе, 1978:41). Делови те „нове радничке класе“ формирају слабу и разуђену опозицију систему. У нејасном фронту прикључује им се и студентска опозиција. Систему најозбиљније тих година опонира угрожени али охрабрени „трећи свет“, државе сиромаштва и „презрени на свету“.

У једном широком организованом отпору капиталистичка држава је све те „силе“ прво примирила, пацификовала, а онда и ућуткала критичку јавност. То је било много више од простог прогона противника. „Треба имати на уму у којој мјери природне знаности, а такођер и социологија и психологија, зависе о финансијској потпори владе и великих *foundations*, у којој мјери социологија и психологија непосредно служе контроли људи и регулирању тржишта“ (Маркузе, 1978:41).

Маркузе је, у ствари, показао да капиталистичко друштво праве опозиције и нема.

Али, као мислилац који је веровао да наука без друштвеног ангажмана има мало смисла, Херберт Маркузе, иако је рационално одбијао могућност да студенти ти који могу променити свет, неће одолети да тој „новој париској комуни“ не поклони своју дубоку наклоност. „Бунтовници су обезвриједили назор о 'утопији' – напали су покварену идеологију. Свеједно је да ли је њихова акција била револт или незрела револуција, она је заокрет. (...) Млади бунтовници знају, или осјећају, да је у питању напосто њихов живот, живот људских бића који је постао предмет игре у рукама политичара, менаџера и генерала. Побуњеници га хоће одузети из тих руку и учинити вриједним живљења; они схваћају да је то данас још увијек могуће; да је за постизање тог циља нужна борба која више неће бити спутавана правилима и уредбама псеудо-демократије у Слободном орвелијанском свијету. Њима посвећујем овај есеј“ (Маркузе, 1978:133). Ради се о његовом *Есеју о ослобођењу*.

Маркузеово полагање наде у ту генерацију било је више емотивно инспирисано него што је реално остварљиво. Многи „млади бунтовници“ ће се после три деценије појавити као препарирани и јаничарски инструментализовани чувари естаблишмената и система. Бил Клинтон, његова супруга и друштво с факултета предводиће америчку империју у њеној најбруталнијој и најбескрупулознијој фази која је претходила обелодањивању опадања, Јошка Фишер поверљиви курир и таксиста у студентским узлетима подизаће кажипрст и идеолошки етаблирати и правдати најмонструозније бомбашке НАТО-операције над слабим и нејаким народима по свету. То, наравно, није значило да је *Есеј о ослобођењу* умро с суновратом те генерације, нити да су последице побуне могле бити без последица уклоњене из дубоко, изнутра потресеног капиталистичког друштва. Овде се без претеривања може изрећи она израубована метафора „да свет после овога никад више неће бити исти“. И, заиста, није био.

Изгледаће, посматрачу који се обавештава из масовних медија, да је „касни капитализам“ 1989. био у зениту. Подељени Берлин ће срушити Зид, симбол једног времена, а главни „непријатељ“ либерализма, тржишта, „слободног света“, глани играч с другу страну, СССР ће се урушити. Изненада, рећи ће већина посматрача. Тријумф је изгледао као вечност. Френсис Фукујама, амерички мислилац чија мисао је била пројекција највиших жеља естаблишмента, огласиће „крај историје“. (Фукујамина књига *Крај историје и последњи човјек* објављена је у САД 1992. године, штампана је у преко двадесет иностраних издања.) Егзалтација ће бити тотална. И готово нико није имао времена ни да примети да „демократија“ није прошла „брисани простор“ на

Тјенанмену. Комунистичка партија Кине је одбила да се реформише по диктату „демократског света“ и америчком рецепту. Либерални свет није имао снаге и храбрости да се суочи са чињеницом о границама своје моћи. У својим „слободним медијима“ он је годинама одржавао слику о „последњој земљи комунизма“, што је сугерисало „погрешан“ и „недемократски“ пут. Иза те велике самообмане подизала се Нова Кина, која је у трену када је истина о Тјенанмену 1989. угледала светлост дана већ била друга економија света и главни такмац Америке у борби за место водеће силе света. Лаж се у историјским размеђима не исплати, али сила никад не може да сама одабере непријатну истину.

За озбиљне мислиоце то ће бити време да се постави грубо питање: „Шта после либерализма?“ (Валерштајн, 2005:9) Већ тад је имало смисла да се друштво погледа „орловским“ погледом. „Година 1989. анализирана је као крај периода 1945-1989, то јест као пораз СССР у хладном рату“, али Имануел Валерштајн сматра „да је корисније сматрати је крајем периода 1789-1989, то јест периода тријумфа и колапса, успона и пада либерализма као глобалне идеологије, што зовем геокултура модерног светског система. Дакле, година 1989. обележава *крај политичко-културне ере* (курзив С.Р.), ера спектакуларних технолошких достигнућа – у којој је већина људи слогане Француске револуције доживела као рефлексију неизбежне историјске истине која се мора остварити сада у блиској будућности“ (Валерштајн, 2005:9).

Дуговременска и планетрана привлачност либерализма, ипак, није од либерала створила ништа више од „групе (која) је увек остајала мањина на путу да постане већина“. Врхунац те геокултуре вероватно је период америчке доминације од 1945-1968. Тада је она све своје (анти)вредности извела до краја и показала их у најогољенијем и најгламурознијем облику. Свет је као никад био „јединствен“ у једном планетарном политичко-економском шоуу, а империјална контрола је била и мека и тотална, средства су била ненасилна али ефикасна.

Оном Марксовом увиду како капитализам својом понудом роба нигде и никог не оставља равнодушним, додата је незамислива аутоматизација и – компјутер, што како је то уочио Макс Хоркхајмер, суштински и непредвидиво мења друштвено стање: новопронађене машине су у прошлости угрожавале радна места радничкој класи а компјутерска технологија доноси нове могућности контроле у тоталитарним системима (који за себе тврде да су демократски) досежући моћи теологије, која представља историјски узор система како се контролишу људске мисли и осећања. Дакле, у том периоду „Сједињене Државе и СССР биле су ангажоване у веома

структурисаном и пажљиво контролисаном формалном (али не и суштинском) сукобу, у којем је СССР деловао као подимперијалистички чинилац Сједињених Држава“ (Валерштајн, 2005:17).

7. “Фаза Б“ Кондратијевљевог циклуса

Поглед уназад којим се покушава објаснити чињеница о “контролисаном формалном сукобу“ Великих сила враћа се до 1917. када Вудро Вилсон уводи САД у светски рат и излованог разбуђеног дина естаблира у водећу светску силу. Вилсонизам и лењинизам су две кључне а и антиномичне идеологије тог доба. Вудро Вилсон је као вођа силе која је постала свесна своје светске доминације Трећем свету, сиромашним, угроженим и експлоатисаним понудио „самоопредељење народа“ као пут ка слободи. Програм је био поједностављен: прво, политичке промене које носе искушења проласка кроз хаос и распад, а онда „нова држава“ стиче право да покрене економске реформе - свеобухватне и без икаквог реалног рачуна. Лењинизам је ту Вилсонову утешну понуду оберучке прихватио заузимајући се за кључно „држање корака“ и одлажући на основу те понуде револуционарно „уклањање јаза између богатих и сиромашних земаља“. Лењин је вешто вилсонизам „превео у марксистички жаргон, тако да се он појавио као антиимперијалистички и као основа за изградњу социјализма“ (Валерштајн, 2005:20).

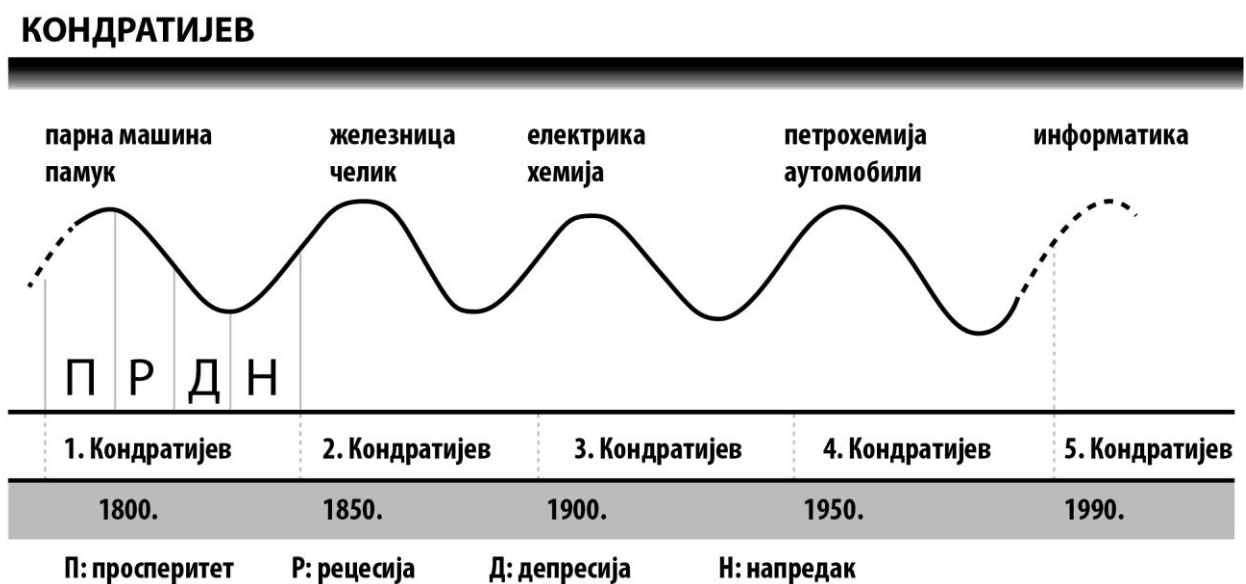
Али, ствари су измакле контроли и то кад је баш када је изгледало да је америчка империја стигла на врхунац своје моћи. Кад се колонијално царство коначно распало, а процес деколонијализације донео јасан нови захтев – национални развој система није био у стању да даље функционише. Јер, „управо кад је дошао тренутак за тај други корак, светски систем је ступио у Кондратијевљеву Б-фазу“ (Валерштајн, 2005:21).

„Б-фаза“ је време велике кризе.

Николај Димитријевич Кондратијев (1892-1938) је руски економиста који је двадесетих година прошлог века открио и дефинисао законитости у цикличним кретањима светске капиталистичке економије. Та економија, по својој природи, носи у себи „хијерархијску неједнакост дистрибуције“, поједностављено речено, има уграђен механизам који спречава равномернију расподелу произведеног друштвеног богатства. Неке државе или региони у одређеном периоду концентришу извесне врсте производње и обезбеде монопол и према томе, високопрофитну производњу. Велика

производња ствара услове за успостављање супермоћне државе, која „заузврат, гарантује опстанак монопола. Пошто су монополи инхерентно крхки, постоји стална и ограничена, али значајна релокација тих центара концентрације током читаве историје модерног система“ (Валерштајн, 2005:30). Промене се дешавају као циклуси. Ти циклуси, по Кондратијеву, трају педесет до шездесет година. „Њихова А-фаза суштински рефлектује дужину времена у којем – посебно значајни економски монополи, могу бити заштићени; њихове Б-фазе су периоди географске релокације производње чији су монополи исцрпљени, као и периоди борбе за контролу нових монопола“ (Валерштајн, 2005:30). Али, кад се једном хегемонија успостави онда се за њено очување „захтева озбиљно финансирање, што неизбежно доводи до релативног слабења актуелне хегемонистичке силе и борбе за наследника“ (Валерштајн, 2005:30). Имануел Валерштајн сматра да је „светска револуција 1968.“ подрила читав идеолошки консензус које су Сједињене Државе изградиле, „укључујући чак и њихову резервну карту, совјетски штит“ (Валерштајн, 2005:21).

Графика бр. 4 Кондратијевљеви таласи



(Извор: Wikipedia.org, English, одреница “Kondratiev wave”)

Стање распада, или фаза-Б, чије је избијање на површину означио слом у центру финансијског олигархијског царства у Волстриту, ујесен 2008 – потрајаће. Догађаји из 1989, Валерштајн је у праву, лоше су „читани“. Развој догађаја јесте показао да

либерализам, брат близанац социјализма-комунизма (Валерштајн, 2005), није желео да разуме како је година 1989, у ствари, година и његове пропасти, јер „на идеолошком нивоу, марксизам-лењинизам је више био врста вилсоновског либерализма него истинска алтернатива“. Већ 1943. на Јалти јасно и на изненађење удаљених посматрача оцртала се природа тог односа – споразум у садашњости је, ипак, и увек могућ, а остаје, као стални рефрен те „песме“ једна непрестана „реторичка борба о удаљеној будућности“. Колапс СССР је драстично променио улогу изненада усамљене Америке. Америка ће морати да сада и јавно актуелизује „политичку контролу“ над, дотад неупитним својим пратиоцима и у добру и у злу, Западном Европом и Јапаном. То ће променити смерове битних друштвених кретања у глобализованом друштву. Јер „либерализам је, као доминантна идеологија геокултуре (већ поткопана 1968. и смртно рањена догађајима у 1989), био политички стуб светског система и главно средство 'припитомљавања опасних класа' (прво радничке класе у деветнаестом веку, а онда народних класа у трећем свету у двадесетом веку)“ (Валерштајн, 2005:56). Без тог средства почеле су да се ослобађају силе које друштва претварају у „отворене системе“ за које је немогуће знати куда ће кренути.

Практична „дијалектика идеје прогреса“ за коју се чинило да даје несумњив путоказ заплела се у дубинске парадоксе који ју доводе до самоубилачких ћорсокака. Пред каквом су променом данашња друштва? Еволуцијском или револуционарном? Дубински симптоми стања модерних „структура“ указују на време настајања „нове стварности“ у којој суштински сукоб две модерности поприма размере „рата до истребљења“. Реч је о тензији између *две модерности*. „Следећих четрдесет до педесет година“, пише Имануел Валерштајн у спису „Крај – какве модерности“ (објављен 1995), „светски систем ће се наћи у великој моралној и институционалној кризи... а оно што се догађа јесте бар јасна и отворена тензија између *модерности технологије и модерности ослобођења* (курзив С.Р.). Између 1500. и 1800. изгледало је да две модерности наступају заједно. Између 1789. и 1989. њихов латентни сукоб је контролисан успешним покушајем либералне идеологије да представи како су две модерности идентичне. Међутим, 1968. маска је спала. Сведоци смо њихове отворене борбе“ (Валерштајн, 2005:122).

Промене траже своје објашњење. Засад се друштвене науке ломе и напрежу покушавајући да процес „учине видљивим“. „Као сигнално учење постмодернизам је несумњиво антиципаторски. Јер заиста се крећемо у правцу другог историјског система. Модерни светски систем се завршава. Ипак, биће потребно бар педесет година

кризе, то јест 'хаоса', пре него што ступимо у нови друштвени поредак“, процењује Валерштајн. „Слика коју покушавам да вам дочарам није много лепа“, написаће он у једном свом другом социолошком футуристичком раду *Утопистика или историјски избори двадесет првог века* (из 1998.). „То је сценарио великих нереда и личних неизвесности и несигурности. То је слика фундаменталних структуралних проблема за које не само што нема једноставних решења већ можда нема ни изгледа да се они умање. То је слика историјског система у великој кризи“ (Волерстин, 2000:56-57). Валерштајн (чије презиме неки наши преводиоци преводе и као Волерстин) признаје да живимо доба „после либерализма“, крећемо се ка добу чији су обриси и нејасни и неразумљиви а немамо ни елемената да бисмо му наденули име, али слику посткапиталистичке будућности не види као изразито црну: „Неки ће рећи да је ово песимистички став. Наравно, ако сте сигурни у то да смо живели у најбољем могућем свету, нећете бити срећни да чујете да му је дошао крај. Али, ако иоле у то сумњате, суочићете се с будућношћу с нешто више хладнокрвности“ (Волерстин, 2000:56-57), јер „када систем функционише нормално, структурни детерминизам односи превагу над индивидуалном и групном слободном вољом. Али, у време кризе и транзиције, фактор слободне воље постаје централни. Свет у 2050. години биће онакав каквим га сами направимо. То нам оставља одрешене руке за наше деловање, нашу посвећеност и за наш морални суд. То такође значи да ће овај период бити време страшне политичке борбе, зато што је улог много већи него у тзв. нормална времена“ (Волерстин, 2000:57).

Закључак: Значајни савремени енглески мислилац Џон Греј (John Gray) констатовао је (*BBC News Magazine, 3 September 2011*) да је крајњи ефекат актуелне финансијске кризе да “све више људи почиње да мисли да је Карл Маркс био у праву“. Овај закључак изгледа парадоксално с обзиром на тријумфализам Запада и либералне идеологије после пада Берлинског зида 1989. и распада Совјетског Савеза. Ти догађаји су, међутим, само прикрили драматичне промене које су се десиле у капитализму и неповратно промениле његов карактер: *предузетници* који су били главни носиоци капиталистичког успона су се повукли и претопили у „доколичарску класу“; *капиталистичко предузеће* је изгубило своју еластичну и прилагодљиву форму концентрисало капитал различитог порекла, централизовало се и хијерархизовало у корпорације којима је тешко сагледати реалну величину; *управљање* процесом

производње постало је чињење менаџерских (бирокупратско-технокупратских) структура које су фрустриране развојеношћу од власништва; највећи послодавац у капиталистичким друштвима је постала држава, тј. војни комплекс; иако се никад није више говорило о слободном тржишту монопол никад није био непробојнији. И баш као што је Маркс предвиђао „буржоаски свет је разорен. Али то није дело комунизма. Капитализам је тај који је поубијао буржоазију“ (Џон Греј, 2011).

Друго поглавље

ПРОМЕНА КАРАКТЕРА ДЕМОКРАТИЈЕ: ОД ПАРЛАМЕНТАРНЕ ДО МАНИПУЛАТИВНЕ

У једном од својих бестселера о модерној „контроли медија“ и „спектакуларним достигнућима пропаганде“ Ноам Чомски, кога и *Њујорк тајмс* назива највећим живим интелектуалцем на почетку другог миленијума, указао је на „две различите концепције демократије“. Једна концепција „сматра да је демократско друштво оно у којем јавност има средства да на неки смислен начин учествује у решавању властитих послова, а средства информисања су отворена и слободна“ (Чомски, 2009:7). Оваква дефиниција је уобичајена у приручницима и лексиконима. На пример: демократија „оличава идеал да такве одлуке које утичу на заједницу као целину треба да доносе сви чланови заједнице, као и да сви треба да имају једнака права да учествују у доношењу таквих одлука“ (Битем и Бојл, 1997:1). У приручнику *Увод у демократију* – направљеном у популарној форми 80 питања и 80 одговора – истиче се да демократија „подразумева два повезана начела“: прво, доношење одлука мора бити под јавном контролом, а друго, сви морају имати увид у спровођењу те контроле. Закључак: „Неку заједницу можемо назвати демократском у оној мери у којој се та начела спроводе при доношењу одлука.“

Тако то изгледа у апологетској литератури либералне ортодоксије. Али пракса ће, ипак, више личити на оно што је описано у *алтернативној концепцији* демократије „у којој јавност мора бити спречена да управља властитим пословима, а средства информисања морају бити држана под строгим и тесном контролом“ (Чомски, 2009:7).

Чомском, кога и самог држе пристојно удаљеним из мејнстрим медија а анализе су му изоловане „зидом ћутања“ у демократској јавности, даје за право стање у савременом журнализму, положај медија у друштву и њихова улога која је углавном везана за структуре моћи.

Али пре него што размотримо начин управљања у модерном демократском друштву важно је утврдити промене које су претходиле стању. Дакле, како је – да се послужимо уочавањем Карла Манхајма (1893-1947) – западно друштво прошло две фазе развоја: од првобитног доба *либералне демократије*, до потоњег доба *масовне демократије*? “Наиме, по Манхајму“, како наводи Коста Чавошки, „на самом почетку настанка и ширења нововековне демократије политичке улоге маса углавном била незнатна... то је била веома ограничена либерална демократија за мањину имућних и образованих... Како су све владајуће елите биле ослобођене тешког и исцрпљујућег рада, то су имале довољно времена и могућности за властиту индивидуализацију и стицање свестраног развоја“ (Чавошки, 1977:170-171).

Промена је, тврди један други значајан европски мислилац Хосе Ортега и Гасет (1883-1955) последица „побуне маса“. Писац *Побуне маса*, „најчитанијег дела шпанског језика после Дон Кихота“ (Инђић, 1988:180), Хосе Ортега и Гасет, Манхајмов савременик, за себе је говорио да је рођен "изнад штампарске ротације", што је требало да истакне порекло из породице "утицајних интелектуалаца... И отац и деда су му били новинари, књижевни и политички писци. Деда по мајци је био оснивач и власник утицајног листа *El Imparcial*, у коме је и Ортегин отац радио од 1879. године (1910. постао и дирктор). Лист је касније прешао у наслеђе Ортегином ујаку Рафаелу Гасету" (Инђић, 1988:170). Овим чињеницама се могла објаснити и Ортегина приврженост аристократији под чиме он "подразумева друштвено стање у коме одлучујући утицај имају најбољи", а то објашњава и његову латентну резигнацију чињеницом да су на почетку XX века "демократизоване аристократије напустиле своју традицију и имитирају понашање плебејаца" (Инђић, 1988:172-173).

Првобитна очекивања пројекција развоја "старог либерализма" (Ортега и Гасет) и предузетничког капитализма, битно су се модификовала, а и актери, главни протагонисти су се променили. Историјска је чињеница да су деформације индивидуализма, који је био суштина понуде „прве фазе“, подигле радикални колективизам. У XIX веку идеја колективизма се подизала и структурирала, "током стотину година стално нарастала док није преправила читаво обзорје" (Ортега и Гасет, 1988:19). Ортега је двадесетих година прошлог века уочио и интелектуалну и политичку промену. Прво, интелектуална клима: "Кад писац себи зада тему коју је дуго осмишљавао и проучавао, мора мислити да просечан читалац - иначе невичан тој конкретној теми - не чита зато да нешто научи, већ да писца критикује ако се текст не подударе с фразама којих је препуна његова глава" (Ортега и Гасет, 1988:38). Ортега из

тога изводи закључак који никад није био видљивији него у време у коме живимо: "Данас је особено да прост човек, мада препознаје у себи простоту и просечност, дрско истиче властито право на просечност и простоту и повуда их намеће. Што би рекли у Северној Америци: непристојно је разликовати се!" (Ортега и Гасет, 1988:38) "Побуна маса" је у друштву у коме "демократија и закон, легална конвivenција беху синоними" довела до "једне прекомерне демократије у којој масе делују непосредно без закона, материјалним притисцима, намећући властите тежње и укус" (Ортега и Гасет, 1988:38). Пошто је окончано доба "либералне демократије" када је владала "елита политичара, уз све грехе и мане", али која се "нешто боље но она [маса] разумевала у јавне послове", наступило је време када "насупротив томе, данас маса верује да има право да наметне и озакони своја кафанска наклапања. Сумњам да је некад било добро током историје када је светина тако непосредно успевала да влада као у наше доба. Управо зато говорим о претераној демократији (хипердемократији)" (Ортега и Гасет, 1988:38).

Ипак, Ортега је са овако бриљантном и козистентном теоријом у сусрету с стварношћу остајао без речи. Реакција у Шпанији - на његову идеју да се у драматичној ситуацији "капиталисти и радници интегришу под империјом националног интереса" - била је да "у парламенту Ортеги аплаудира десница за сваку његову критику републиканског поретка и парламентаризма од којих се удаљује почетком 1932. године" (Инђић, 1988:180). Ортега "разочаран у активну политику исте године [1932.] се повлачи у академски рад", а после поновног боравка у Немачкој као велики германофил 1935. "о нацизму неће написати ни реч. У време избијања грађанског рата (у Шпанији) 1936, не опредељује се ни за једну ни за другу страну, напустивши већ у августу исте године Шпанију" (Инђић, 1988:180). У своју земљу се вратио у јесен 1945, али до смрти 1955. није учествовао ни у каквим јавним делањима.

С другу страну, важно је разумевати да је Карл Манхајм припадао и другој класи и другом научном погледу. Он није одбацивао значај класне поделе капиталистичког друштва, а при „одбрани угрожене слободе и демократије“ – због тога што је прва земља социјализма (СССР) „потпуно изневерила очекивања његове младости“ (Карл Манхајм је с Ђерђом Лукачом учествовао у мађарским револуционарним превирањима 1918.) – „право решење није тражио у социјалистичкој револуцији и радикалној промени постојећег поретка ствари“ (Чавошки, 1977:170-142). Али друштвену ситуацију „касног капитализма“ Манхајм је разумевао као нешто што се мењати мора: „Уколико бих требало да укратко изложим ситуацију у једној

реченици бих рекао: 'Живимо у добу промене *laissez-faire*-а у планско друштво. Планско друштво које ће наступити може узети један од двају облика: њиме ће се управљати или од стране мањине у условима диктатуре или од стране новог облика владе која ће и поред увећане власти бити демократски контролисана' (Чавошки, 1977:142), писао је он у спису „Дијагноза нашег доба“. [Манхајм, није био „систематичан дух“ и није оставио „кохерентне социолошке теорије и логички усклађене резултате и закључке“, па ћемо за ову прилику користити интерпретацију његовог тумачења односа „елите, маса и демократије“ коју је синтетизовао Коста Чавошки за студију „Маса у социолошкој теорији“ Института за социолошку теорију Филозофског факултета у Београду, коју је крајем седамдесетих уредио професор Миодраг Ранковић.]

Главни проблем демократије, која је неизбежно *елитистичка*, долази отуд што је „нарушена одговарајућа равнотежа између рационалних и ирационалних чинилаца у масовном индустријском друштву данашњице... Јер, уместо раније ограниченог типа демократије за имућне и образоване елите, које су располагале супстанцијалном рационалношћу, темељна демократизација је довела до превласти *емоционалних маса* (курзив С.Р.). А у таквом друштву у којем масе све више доминирају, ирационалност продире у политички живот...“ (Чавошки, 1977:171). И у Манхајмовом погледу да новонасталу ситуацију „масовне демократије“ коју је обележили опште право гласа, било је, могло би се рећи, за интелектуалце уобичајног прећутног презира за нови демос – који може бити у бољем случају *маса*, или у горем - *гомила*. Гомила је „психичка компонента скупине људских бића која су доведена у стање непосредног, привременог и неорганизованог додира и која већином реагује на исте подстицаје и на сличан начин“ (Чавошки, 1977:158). За разлику од гомиле, која је „увек прелазни и нестални облик људског окупљања“, подложна законима масовне психологије, *маса* је „превасходно социолошка и политичка категорија... релативно трајна и постојана људска скупина. Чак се може рећи да у Манхајмовом делу подела на елите и масе представља исто онако трајно обележје досадашњег људског друштва као што се то може рећи за поделу на друштвене класе“ (Чавошки, 1977:158). Пошто су у оваквом погледу на друштво *елите* активне и доминанте, а *маса* маса за усмеравање, „стварно одлучивање је у рукама елите, која се уздиже изнад широких маса“ (Чавошки, 1977:168), онда је највећи изазов тог друштва како обезбедити најефикаснији начин одабирања елита, а да он упркос свему буде демократски.

Манхајм се ту нашао распет између демократског начела („за демократски

карактер одабирања *елите* није толико важан сам начин успона већ *шире осонове* на којој се врши избор“) и деморатске реалности. Манхајем сматра да постоје три основна начина избора елите – *крвна веза, својина и постигнути резултат*.

Аристократско друштво је еманирало елиту по основу породичног порекла и наслеђених привилегија, буржоаско друштво је начин избора проширило уводећи богатства као кључно мерило, а модерна демократија даје „превагу трећем начину на темељу личног постигнућа, као мерилу друштвеног успеха, мада су порекло и богатство још увек играли веома значајну улогу“ (Чавошки, 1977:180). И, кад се улази у оно што је Манхајем звао „планско друштво“ (иначе, масовно демократско друштво) неопходне су и „измене у друштвеној техници (*social technique*), под којом је подразумевао збир 'метода којима се утиче на људско понашање, тако да оно одговара преовлађујућим обележјима друштвене интеракције и организације“ (Чавошки, 1977:142). У ствари, друштвена техника је морале бити стално унапређиване „не само због тога што је она постала изузетно ефикасна, већ *пре свега* (курзив С.Р.) због тога што је њена ефикасност погодовала владавини мањине“ (Чавошки, 1977:142). Манхајем је развио и теорију три главна правца успона у редове елите [1) бирократско напредовање, 2) нерегулисано такмичење, и 3) класни притисак], али је на крају свега стајала отрежњујућа чињеница – реалност, коју су „по Манхајму, уверљиво показала чувена истраживања Ласкија [Laski H.J., *The British Cabinet A Study of Its Personal*, Fabian Tract No 223, London, 1928] и Најтингејла [Nightingale R.T. *The Personal of the British Foreign Office and Diplomatic Service 1851-1929*, Fabian Tract No 232, London, 1930] према којима се владајући слој у Енглеској до недавно састојао од 1.000 породица које су држале водеће положаје у друштву. Стога је са социолошког становишта Енглеска била политичка демократија којом је управљала олигарахија“, али Манхајем је веровао да процес, ипак, иде у правцу постепеног проширивања основе за избор. У тако сложенем феномену као што је масовна демократија, готово је немогуће прецизно утврдити где се и како разграничавају *стварност, тежње и илузије* (Чавошки, 1977). На крају, западном друштву је остало да се помири с реалношћу да је „класична идеја демократије у супротности с чињеницама овог времена“ (Чавошки, 1977:183), односно како је то Јозеф Шумпетер утврдио, да је „демократска метода онај уставни начин да се дође до политичких одлука, помоћу којег појединци добијају овлашћења да доносе одлуке путем конкурентске борбе за стицање гласова у народу“ (Шумпетер, 1960:380-381). Друштву само остаје да се ослободи илузије да је демократија *владавина народа* „у дословном значењу речи народ и владавина“

(Чавошки, 1977:183) и да се суочи с чињеницом о сталном повећању значаја „социјалних техника“ којима ће се све драстичније и бескрупулозније утицати на народ који једино „располаже могућношћу да прихвати или одбаци људе који њима владају“ (Чавошки, 1977:183). А елите (оних 1.000 породица и њихови помагачи из „нижих слојева“ који се као појединачни тркачи желе докопати тог врха и привилегија) усавршаваће *social techniques* до тоталности „индустрије свести“, јер одржавање доминације не може имати цену.

Потврда томе су и факта о америчкој владајућој елити, непун век после истраживања Харлода Ласког. “У савезном Конгресу седи чак 44% милионера, док се само 1% опште популације може сврстати у ову категорију“ (Вареца, 2010:148). Узак је фундамнет на коме је постављена зграда америчке демократије. „Аналитичари сматрају да не више од 4% Американаца даје донације током предизборне кампање“ (Вареца, 2010:141). Ноам Чомски држи да је, без сумње тачна, „теорија улагања“ Томаса Фергусона „према којој политичке одлуке представљају одраз жеље блока моћника, који сваке четири године *инвестирају* (курзив С.Р.) у контролу владе. Финансијски најјачи кандидати побеђују у 9 од 10 трка“ (Вареца, 2010:148). Политичари су сасвим свесни тих чињеница: „Ништа боље не илуструје шта утиче на америчку демократију од податка да 94% кандидата који потроше највише новца у кампањи победе на изборима“, говори бивши савезни сенатор Дејл Бамперс (Dale Bumpers). Ако погледамо апсолутне бројке ствари су још јасније. „Избори 2008. били су најскупљи у америчкој историји. Два кандидата су, током кампање за председничке изборе, заједно прикупили више од милијарду и по долара. Само је садашњи председник Барак Обама, скупио око 750 милиона долара, што је рекорд у односу на претходне кампање“ (Вареца, 2010:144). За нове изборе, упркос Великој кризи, најављују се још веће суме. Од одржања власти без обзира на цену, једино је скупљи њен губитак.

1. Од Милтонове „Ареопагитике“ до Милове „тираније јавног мњења“

За разумевање природе и дубине манипулације у демократији ваља се вратити уназад, а за потребе овог рада до XVII века и дела Џона Милтона (1608-1674). Он је 1644. године саставио спис *Ареопагитику* (по обиму невелико дело од педесетак страна) који ће у наредна три века, до дана данашњег, бити потезан као чврсти аргумент о „ослобођењу штампе“ и значају тог цивилизацијског достигнућа за

„слободни свет“, „демократију“, капитализам и прогрес. И непосредно пред најдалекосежнији догађај за успон капитализма и успостављање демократије, пред Француску буржоаску револуцију 1789. гроф Мирабо превео је и француским приликама „прилагодио Милтонову *Ареопагитику*“ (Бригс, Берк 2006: 138). Легендарно Милтоново дело је већ у том трену било теоријско објашњење за историјску „експлозију нових издања, а најмање 250 новина основано је у последњих шест месеци 1789“. То се узима као важна револуционарна чињеница иако „већина Француза није умела да чита 1789“. Али читање је било знак слободе и веома у моди, те је у револуционарном заносу бележено да је „једна 23-годишња Францускиња која је радила као куварица 1791, тврдила да је редовно читала четири новине“ (Бригс, Берк 2006: 139).

Милтонов снажни захтев да се друштво ослободи цензуре и цензора био је благовремен и падао је на „плодно тле“. За нову капиталистичку класу, која се пењала на друштвеној лествици, било је то моћно средство за ослобађање протока идеја, нових знања, субверзивних мисли . „Дајте ми слободу да знам, зборим и било шта тврдим сходно својој савести, јер такву слободу ценим више од свих других“ (Милтон, 1990:70), писао је он те 1644. „лордовима и посланицима Енглеске“ (Милтон, 1990:23). Форму и наслов обраћања позајмио је од чувеног грчког ретора Исократа, ученика Горгије, Продика и Сократа. Исократов *Ареопагитикос логос* упућен је Ареопагу, атинском великом већу, 20 векова раније, а садржавао је свевременску поруку да су „бројни закони ту да нам скрену пажњу на несавршености“, али мудру управу и „истинску хармонију у политици“ немају они „чији су трагови прекривени указима и законима, већ они који начела правде носе у својим срцима“ (Милтон, 1990:3). Цона Милтона, као изузетног борца за ново друштво, носила је та узвишена мисао.

Као што Макијавелијев *Владалац* или Боесијева *Расправа о добровољном ропству* нису упутства за владање и(ли) револуцију, тако ни *Ареопагитика* није приручник за стицање „слободе штампе“. Разматрајући примере цензуре из Атине и старог Рима, све до прогона по основу папског *Index Librorum Prohibitorum* и додатног *Index Expurgatorius*, Милтон је поставио идеале новог друштва, што у грубости свакодневице пре служи као опомена и звезда водилја него што спада у ред достигнућних циљева. Јер „знање не може покварити никога, па сходно томе ни књига, ако воља и савест нису већ пре тога искварени“ (Милтон, 1990:39-40).

Колико пута су манипулатори и владари у демократским друштвима који цитирају Милтона као „своју Библију“ прекршили ову поруку? Не присуствујемо ли,

готово свакодневно у демократским друштвима перманентном и организованом напору да се Адаму оспори и одузме „слобода избора“? И то она рационалистички конципирана идеја слободе за коју хришћани верници „знају“ да је од Бога. „Многи осуђују Божанско провиђење што је допустило Адаму да згреши. Какве будале! Јер када је Бог Адаму дао разум, дао му је и слободу избора, јер шта је разум ако не избор... Ни ми сами не ценимо љубав, дар или послушност кад су плод присиле: Бог га зато остави слободним и постави пред њега изазове“ (Милтон, 1990:49).

У атеистичким друштвима с којима ће се Европа суочити, из ове мисли избациће се „Бог“, али ће искрени поборници слободе онима који настоје да слободу ограниче износити истоврстан аргумент. Јер „велики је губитак и назадовање ово увођење цензуре. За нас је то већи губитак од оног који би настао кад би нам неки непријатељ с мора затворио све луке, јер цензура спречава увоз наше најдрагоценије робе – Истине“ (Милтон, 1990:63). Зар тако шта и данас не би могли рећи грађани у „најразвијенијим демократијама“ којима је „наметана истина“ о исправном путу њихових носилаца моћи, њихових корпорација и њихових друштва све до слома у Волстриту у јесен 2008. године. А и кад је слом постао очигледан, они који управљају „друштвом прогреса“ одбијају да признају размере сопствених манипулација и лажи, из буџета узимају новац грађана да би покренули „опоравак“ из кризе за коју нема криваца, а тај новац пореских обвезника даје се управо онима који су били моћни да друштво уведу у кризу и да преваре, прикривају и „тумаче“ у своју корист.

У *Аеропагитици* је описан и парадигматичан случај аутоматског заборављавања оних који једном победили и заузму водеће позиције у друштву. Док су енглески двор и лордови водили рат с Ватиканом, „слободна штампа“ је имала изузетну употребну вредност. „Док је служила за хушкање људи против бискупа, штампа је била слободна; у доба владавине парламента, није ли то право које људи стичу већ самим рођењем? Али сад, кад су бискупи протерани из цркве, чини се да наша реформација и није тражила друго до места за друге, који би на њихова места засели, само под другим именом, при томе допустивши да бискупске сплетке процветају опет“ (Милтон, 1990:60). Која све друштва од Робеспјерове Француске до данашње демократске Србије нису прошла исти пут. А при томе су сви иронисали домислицу која се приписивала и Сен-Жисту и чешће Лањину „да нема демократије за противнике демократије“.

Милтон говори о директној цензури. Важно је напоменути да су те тврде методе контроле у последњем веку, углавном, напуштене. Али њихове модификације нису

промениле ни резултат ни делекосежни циљ. „Крај историје“ је најомиљенија тема оних који се једном успну на власт. Милтон је још 1644. објаснио да је „такво шта увреда за обичне људе. Јер, ако смо тако неповерљиви спрема њих, те се не усуђујемо да им поверимо један обичан памфлет, зар их тиме не проглашавамо површним, поквареним, необразованим људима“ (Милтон, 1990:57). Та објава није променила ништа. Манипулатори се никад нису одрекли свог права које потиче од оног „аксиома“ који је сликовито у два стиха изложен у *Горском вијенцу*: /Вук на овцу своје право има,/ ка тирјанин на слаба човјека... / То је једна од непролазних истина пред којом демократија нема решења. Има ту сталног напора, који ћемо опет описати узвишеним речима владика Данила: /Ал' тирјанству стати ногом за врат, /довести га к познанију права,/ то је људска дужност најсветија!/, али ту је и чињеница да је та „људска дужност најсветија“ идеал, настојање, циљ који се никад не досегне, а да је „слаби човјек“ константа.

„У Милтоновој осебујној и не ретко контроверзној личности спаја се редак дар *калсичног образовања и политичких уверења* (блиских Аристотелу и мислиоцима римског републиканизма), ренесансног хунализма и пуританске преданости непосредном животу и доследности у одбрани моралног и социјалног става“ (Милтон, 1990:VII). Ова реченица Триве Инђића из предговора *Ареопагитики* скица је за портрет највећих бораца за демократију на европском Западу која садржи попис кључних особина и квалитета тих људи.

Два века после Милтона, „један од највећих ерудита 19. века“ Џон Стујуарт Мил (1806-1873), био је у сличном положају и носио наглашен осећај друштвене обавезе. Било је то време кад су нека достигнућа демократских промена носила дилеме и потребу да се много тога у односу на „велики идеал“ исправља. Тако је Мил вероватно и „највећи еклектичар у историји социјалне и политичке мисли и писац који се често налази на средокраћу између супростављених утицаја, идеја, становишта, настојећи да их помири, нађе компромис и неки 'средњи пут'“ (Вујачић, 2007:172). Мил је тако у теоријском заносу заговарао да је „*једини циљ* ради кога човечанство, било појединачно или као целина, има право да се меша у слободу деловања било ког свог члана *самоодбрана* (курзив С.Р.) и једина сврха ради које власт може с правом да се користи против воље било ког члана једне цивилизоване заједнице, јесте да спречи повреду других“ (Мил, 1988:43), али је онда у судару с реалношћу и у име принципа целиходности налазио да демократска влада „кад год неко 'велико добро' то буде захтевало, мора да одступи... Може се рећи уопште, да ради општег интереса треба да

се учини све што је пожељно... Наравно, о томе ће у сваком посебном случају одлучивати јавни службеници. Тиме је знатно увећан степен дискреционог одлучивања у односу на онај минимум на који су га сводили водећи либерални заговорници владавине права – Хјум, Смит и Берк“ (Вујачић, 2007:159).

Може се тврдити да је Милов еклектицизам био изнуђен великим променама (кључни догађај је свакако Француска револуција) које су се издешавале на капиталистичком Западу. Сам Џон Стјуарт Мил, као и његов отац Џејмс и економиста Дејвид Рикардо, припадали су тзв. кругу филозофских радикала који су померили „острвски либерализам“ ка континенталним променама, па би се могло рећи да су били „интелектуални и политички изданак француског просветитељског рационализма и револуције прилагођен енглеским интелектуалним и политичким условима“ (Вујачић, 2007:148). Под Токвиловим утицајем Џон Стјуарт Мил је успео да доста јасно и далекосежно дефинише ограничења демократије. Наиме, француски мислилац Алексис де Токвил (1806-1859) је у Америци уочио и упечатљиво описао да „владајућа већина обележава својим мислима широк круг, у оквиру којег појединац може слободно да се креће између неколико у основи сличних (курзив С.Р.) начина мишљења и живљења“ (Чавошки, 2003:18), али кад се појединац дрзне да искорачи из тог круга, средина се сурово обрачуна с њим. Одмазда није формална и не садржи толико и тако суровог физичког насиља као у апсолутистичким монархијама тадашње Европе, „али га зато демократска већина излаже разним неповољностима и прогонима, који су често равни животу изгнаника у властитој средини, пошто је увек окружен сумњом и подозрењем“ (Чавошки, 2003:18).

Демократија није налазила одбрану од тог „поданичког конформизма“, а углавном је није ни тражила. Напротив, скривена иза формалне љуштуре да појединац може „слободно да каже“ она је његове невоље, у ствари, сматрала доказом своје моћи. Јер, људи већине се „згражавају над оним што сматрају неуобичајеним или неморалним, под којим најчешће подразумевају понашања која стицајем околности сами не прихватају... Том типу људи припадају и они који су својевремено нагнали у изгнанство Бајрона и Шелија, а да никад нису могли ни да схвате праве последице овог чина које се тичу њих самих“ (Чавошки, 2003:19). „Дух конформизма“ је формалну слободу претварао у општу немоћ да се слободно мисли о јавним стварима. Мил је утврдио да иза „политичке тираније већине“ у виду пуке нумеричке већине, „постоји једна врста тираније која је много софистициранија и теже опаљљива, а која има исте последице по појединца гушећи његову самосталност и слободу. Ради се о тзв.

друштвеној тиранији или *тиранији јавног мњења* (курзив С.Р.), преовлађујућих схватања и осећања, конформизма и једнообразности, као тежњи друштва да разним неинституционалним врстама притисака наметне појединцу неке заједнице осећања, схватање и понашање и на тај начин спречава развитак тираније јавног мњења инхерентне демократији и њу је могуће само умањити, али је није могуће у потпуности уклонити“ (Вујачић, 2007:168-9).

У поглављу *О личности, као основи људског благостања*, свог класичног дела „О слободи“ Мил је показивао неку врсту презира према реалности демократије: „Данас се поједини људи губе у множини. У државном животу правна је реч, када се каже, да јавно мњење влада светом. Једина сила, која је ту помена вредна, јесте сила масе и влада, док се она још одаје за оруђе масе... А што је још важнија новост, маса сада не гради себи мњење по великанима цркве и државе, по вођама или књигама, које су изнад обичности. За њено мишљење брину се људи њене врсте, па се под упливом тренутка, управљају преко њихових новина или у њено име. Ја се не љутим на ово, ја не тврдим, да ишта боље приличи, него ово опште правило, данашњем ниском степену развитка. Али то мени не смета да кажем, да је осредњост владе уједно и осредња влада...“

Никада се није влада демократије или многобројне аристократије узвисила изнад осредњости, било у свом политичком раду, било у мњењима, својствима и душевном расположењу, а не би се могла ни узвисити, кад се не би дали они многи, што владају, (а тако је то било у најбоља времена) руководити саветом и упливом једнога, или оно мало људи, који су даровитији и ученији... Данас, када су мњења маса, састављена од обичних људи, постала или ће постати сила, која влада; велика је потреба, да се што пре развију особине даровитих људи, како би равнали и држали у равнотежи поменути силу. И нарочито у оваквим данашњим околностима, не треба ванредни људи, да се дају заплашити, него да се тиме ојачају у својој радњи, која се разликује од раније масе. У прошла времена био је овакав рад од користи, ако је човек не само друкчији, него и боље ради“ (Мил, 1988:90-91).

„Мњење маса“, тј. тиранију јавног мњења умни Џон Стујуарт Мил је уочио и описао у знацима, а с обзиром у шта ће се то претворити у XX веку, била је то само опомена. Моћ једног утицајног дела друштва, како је говорио амерички социолог Харолд Ласки у првим деценијама XX века, да „обликује јавно мњење и настоји да његови обичаји и правила живота постану општеобавезна мерила понашања свих припадника заједнице“ (Чавошки, 2003:18) и да остварује своје интересе и циљеве –

постајало је правило друштвеног понашања. Та врста употребе демократије агресивно је представљана као сама демократија. А кад „оваквој јавности пође за руком да у појединцу угуши сваки покушај сопственог расуђивања које одступа од преовлађујућих мњења, она га лишава и саме намере да мисли својом главом... У њеној је природи да подвргава контроли сферу људског духа и да зауставља сваки смислени мисаони напор који се уздиже изнад преовлађујуће осредњости“ (Чавошки, 2003:19). Такво друштво „демократски“ производи појединца који је „покоран и прилагодљив једнообразним стандардима“ (Чавошки, 2003:19). А долазило је време несагледивих манипулација у којима ће тако обликовани грађанин добити улогу „оруђа које говори“, боље речено, оруђа којим ће неки слојеви на најскупљи и најкрвавији начин, уз „слободни пристанак“ „слободног грађанина“ остваривати своје интересе.

2. *Танка линија између демократског мобилисања у рат и фашистичког „распуштања демократије“*

Да су „обични“ људи управо онакви како мисле они које „саветује“ романтични Џон Милтон, објавиће Едвард Ј. Берниз двадесетих година XX века када су САД, после Првог светског рата, преузеле лидерску позицију у тзв. демократском свету, објашњавајући да „у теорији грађани могу имати свој утицај на јавна питања и ствари“, али у пракси, ако би човек покушавао да изучи за себе економске, политичке, моралне чињенице повезане са сваким питањем „било би немогуће доћи до закључка о било чему“ (Bernays, 1928:10).

Едвард Берниз није говорио напамет. Иза њега је стајало велико искуство у владиној Криловој комисији која је саветовала председника Вилсона у пословима манипулације грађанима у време Првог светског рата. Њен најважнији задатак био је припремање народа Америке за улазак у рат, за којим грађани уопште нису осећали потребу, а без кога, опет, САД не би постале водећа светска сила у наредних сто година. У комисији су била и три човека која ће касније оставити значајна дела о манипулацији и политици: Џорџ Крил, Едвард Берниз и Волтер Липман. Они су, иначе, били део знатно шире и од председника овлашћене машинерије, која је од апатичне масе створила људе и народ којима је „рат био једини пут“. Крил је после објавио књигу *How We Advertised America (Како смо оглашавали Америку)* у којој је до танчина изложено како је председник Вилсон дошао до оне чувене предратне констатације: „Поведите овај народ у рат и он ће одмах заборавити да постоји нешто што се зове

толеранција. За ратовање је потребна бруталност и безобзирност, и дух безобзирне бруталности продреће у саму срж нашег националног живота – заразиће Конгрес, судове, полицајце на дужности, човека на улици“ (Knightley, 1977:130) И САД су ушле у рат. Ступиле су и на светску позорницу као нова велика сила спремна да уређује свет. Вудро Вилсон је имао значајну, ако не и пресудну улогу на Версајској конференцији на којој ће се скицирати мапа будућег света и одредити принципи на којима ће се подићи нови међународни односи.

Како је амерички народ ушао у велики рат? Демократски? Ако говоримо о демократији у којој обавештен народ, који за то има на располагању „слободна и отворена“ средства информисања, слободно бира шта ће учинити, у којим преломним догађајима ће учествовати и на који начин, онда улазак Америке у рат свакако није био демократски избор. Џорџ Крил је поносно објаснио да је његов Комитет за јавне информације (Comitee on Public Information), инструмент владе и председника Вилсона, „морао радити нешто ново и непознато у демократском процесу“ (Creel, 1920:70). Нису постојала правила, није било узора за угледање, а та официјелна машинерија покренула је веома опсежну акцију мењања мишљења људи: од „припремања и објављивања вести које су биле повезане с америчким ратним напором – дакле, не мишљења, већ факта“, а које су креирали у складу с потребом патрона и фризирали угледани новинари (Creel, 1920:72), преко употребе филмова и холивудских потенцијала, организовања хиљада јавних приредби у којима су обучени говорници „у четири минута“ – колико, према позоришним искуствима, монолог држи пажњу – сажимали бит пропагандне поруке; на то су ишли милионски тиражи памфлета који су објашњавали „како је рат стигао до Америке“, рад са женама, са неамериканизираним имигрантима... Прво тотално професионално препарирање јавног мњења.

Државни секретар за рат (тако се то нееуфемистички звало почетком XX века, пре него што су сви „ратници“ постали министри одбране!) Њутн Д. Бејкер је 1918. објаснио да та „сјајна мобилизација Америке“ и „није била само мобилизација људи, новца, индустрије и рада, већ мобилизација као истинско признање људских права. Био је то *демократски покрет* који је учинио могућим овај велики резултат“ (Creel, 1920: Forward – XVII). Опет смо код демократије. Тако је, дакле, почела организована „мобилизација идеја“ (Бејкер) а и производња идеја, тј. алтернативна концепција демократије, како је назива Чомски. Народ се, према томе, не обавештава него се „мобише“, разним техникама (пропагандним). „Прост“ свет не зна шта је најбоље за њега, те ће га помоћ „невидљиве“ владе извести на прави пут. И после ће га истим

средствима водити, тамо где треба.

Деценију касније, Крилов сарадник, већ помињани Берниз, написаће књигу једноставног наслова *Пропаганда*. Постојала је потреба да се нове методе објасне. „Наша мишљења су (споља) обликована, наши укуси су (споља) формиран, наше идеје су нам сугерисане, и то највише од људи о којима никад ништа нисмо чули“, објашњавао је Берниз грађанима „организовање хаоса“, како Берниз дефинише демократију, а што је посао „невидљиве“ владе. А како су они стекли то право да манипулишу нама? Берниз то објашњава у једној реченици: „квалитетом свог природног (урођеног) лидерства, способношћу да нас снабдевају потребним идејама и кључном позицијом у друштвеној структури“ (Bernays, 1928:9).

Човек, коме је, иначе, Фројд био ујак и кога данас зову „оцем ПР-а“, мисли да би „вероватно било боље да уместо пропаганде и специјалних расправа имамо комитет умних људи који би бирали наше законодавце, диктирали наше вођење јавно и приватно“, али „ми“ (Американци) изабрали смо супротно – методу отворене конкуренције. „Организујући тај хаос“ „ми“ то морамо чинити с „разумљивом мекоћом“. Зато „слободна комуникација“ мора бити креирана од стране „вођства и пропаганде“. Јесте, признаје Берниз, да су неки феномени „тог процеса на удару критике – манипулација вестима, инфлација личности и свеопшта бука у којој се политички и комерцијални производи и друштвене идеје доносе пред савест маса. Поједини институти којима се јавно мњење орагнизује и фокусира могу бити неприхватљиви. Али те организације и фокусирање су потреба свакодневног живота“ (Bernays, 1928:12). И тако остају константно присутни.

Улазак САД на светску позорницу, њена економска и технолошка надмоћ, хаотично стање у Европи после Првог светског рата, потреба западног света да има вођу у одбрани од „прве земље социјализма“ СССР-а, чија је појава претила да афирмише „диктатуру пролетаријата“ као начин решавања све већих проблема капитализма, учиниће *American Way of Life* све доминантнијим утицајем на промене у демократији. Ипак, Американцима ће требати још четврт века да учврсте политичку доминацију и свој културни утицај претворе у глобални. А период после Првог светског рата обележиће „криза идеје прогреса“, како је то описао Антонио Грамши, италијански левичар, који је друштвена кретања објашњавао кроз *теорију хегемоније*. Грамши је изузетно ценио Лењиново дело у Русији и надао се успостављању хегемоније радничке класе у Италији и, наравно, веровао у светски значај те идеје. Као неко ко је држао до Марксовог усмеравања на „филозофију праксе“ и ко није сумњао

да „одиста постоје управљачи и они којима они управљају“, и да није изгледно да се тај однос уопште може променити утопијским идејама, Грамши је своју теорију подредио циљу да ће „с обзиром на то бити потребно видети како се може руководити на најефикаснији начин (с обзиром на извесне циљеве) како, према томе, најбоље припремити руководиоце“ (Грамши, 1980:92).

Грамшијева „криза идеје прогреса није, дакле, криза саме идеје, него криза носилаца те идеје“. Демократија и капитализам без прогреса јесу риба без воде, јер „да је прогрес представљао демократску идеологију, нема сумње, да је политички послужио формирању модерних уставних држава, итд. исто је ван сумње. Да данас више није на врхунцу, такође је ван сумње“ (Грамши, 1980:85).

Творац *теорије хегемоније*, која је и данас доста популарна међу неким утицајним западним мислиоцима, нема илузија као ни Вилсон, Крил или Берниз. Он само за остваривање својих идеја и циљева користи другачије профилисано средство – социјалистичку пропаганду. Поводом једне интерне левичарске полемике, Грамши је објаснио суштину тог средства и показао шта је *differentia specifica* у односу на буржоаску пропаганду. Комунистичком часопису *Гридо* који је излазио у Торину приговорено је како су један одговор и разјашњење написани тешким и нејасним језиком, те да његова „циљна група“ – пролетери, то не могу разумети. Грамши је одбио могућност да се „мисао која је по себи тешка“ може и треба прометнути у баналност и као таква задовољити потребе. Мора се остати „у мисаоној сфери противника, да покажемо како је и поред, боље речено управо због таквог правца размишљања (који је наш, који је правац размишљања социјализма, а не шепртљава детињаства мисао) теза о сарадњи заблуда“ (Грамши, 1980:140). Банализовати озбиљну расправу да би она постала јасна свима „значило би изневерити, преварити као винар који продаје воду уместо црног пијемонтског вина или ружице“ (Грамши, 1980:140).

Човек који је стварао „новог руководиоца“ да би остварио хегемонију пролетаријата сматрао је да тон и садржај написа и пропагандних чланака треба, ипак, да буде нешто изнад тог просека да би то значило „подстицај у правцу интелектуалног напретка, да би бар извештан број радника изашао из опште тупости изазване прежвакавањем летака и духовно очврснуо кроз узвишено критичко виђење историје и света у коме живи и у коме се бори“ (Грамши, 1980:140). Иста она матрица вере у „обичног човека“ и његов демократски потенцијал о којем говори Милтон, а што ће – како ће будућност показати – допринети поразу социјализма у крајњем историјском сукобу с буржоаским идеологијама, којима све што је било корисно у борби за

опстанак и трајање није било страшно.

Грамши је то могао на миру да гледа из затвора, у који ће убрзо бити смештен. Док су левичари настојали да успоставе хегемонију своје класе, у општој кризи прогреса на италијанској сцени појавио се још један озбиљан такмац – фашисти. Фашисти нису бринули на ком нивоу ће ширити своје мишљење о начину спасавања идеје прогреса. Еклектички је спајано све што је могло да помогне групацији да заузме јаку позицију у друштву: одбацили су либерална сумњичења државе као организације која угрожава слободу индивидуе, одбацили су бригу о апстрактном појединцу као врхунско начело западног друштва. Уместо начела конкуренције, „социјалног дарвинизма“ и борбе класа „фашизам хоће да призна и учини вриједним (стварне потребе) у корпоративном систему интереса усклађеним у јединству државе“ (Мусолини, 1939:13).

Та злослутна идеја, како је између демократије и диктатуре на тлу западне цивилизације тек танка црвена нит, била је тих година на уму и неким озбиљним мислиоцима. Један из „франкфуртског круга“, Франц Нојман, изричито је тврдио је да смо „присиљени на закључак да се са повијесног стајалишта не може одржати уобичајена конфронтација либералне демократије и диктатуре као конфронтација добра и зла. Морализирање о политичким системима онемогућује сагледавање њихове функције“ (Neuman, 1990:513). Из тога ће Нојман закључити да националсоцијализам који се подизао пред његовим очима, и противно његовим настојањима и напорима, није ништа друго него „диктатура монополног капитала и велепосједника што се скривала иза маске сталешке државе“.

Ту се појавила и идеја натконфликтне „интегралне корпорације“ чије је „остварење могуће на терену државе.“ Пошто је владајући либерални модел огласио за „историјско и логичко предсобље анархије“ фашизам је за тачку ослонаца оредио – фашистичку државу. „За фашизам је наиме све у држави, и не постоји ништа хуманог или спиритуалног, а још мање има вриједности, изван државе“, говорио је Мусолини (Грамши, 1980:325). Либерално конципирани прогрес омета човека да „судјелује код духовног развоја обитељи и друштва, нације и историје“. А „велика је вриједност традиције у сјећањима, у језику, у навикама и у обичајима социјалног живота. Изван историје човек није ништа“ (Мусолини, 1939:11).

Вадећи човека из политичког хаоса, указујући на пут изласка из економског суноврата и застрашујућих неједнакости које се у кризама покажу као „црне рупе“ друштва, ослобађајући појединца тескобне самоће у коју је улетео пратећи понуду

либералне слободе, враћајући достојанство прошлости, зов митова и носталгије, фашизам уопште није морао да крије да је – тоталитаран. Успостављајући релативно брзо, у сваком случају најбрже од свих конкурената, оно што се грчевито тражило, фашизам је могао и да уклања „све препреке“ с пута без много обзира и државно-правних обавеза. Антонио Грамши је тако, као озбиљан „реметилачки фактор“ завршио у затвору (од 1927. до 1935). „Тај болешљиви и неугледни грбавац са Сардиније постао је бриљантни професор економије и неспорно један од највећих духова Италије“, рећи ће његов заклето непријатељ Бенито Мусолини, али за фашизам је он само друга страна, а с њима се води „рат до истребљења“.

Главна моћ свих варијација фашизма између два светска рата – а било је ту разних појавних облика од Мусолинијевог оригинала, преко Хитлеровог национал-социјализма до Рузвелтовог „либералног фашизма“ – лежала је у корпоративизму. Та појава и тај појам су врло важни за будућност демократије и капитализма, јер ће „корпоративна моћ“ надживети фашизам, мутирати у постратним демократским друштвима, учврстити своју позицију у хладном рату који је давао значајан део легитимитета за њено функционисање и бити преузета као друштвено-економска основа од кључне силе XX века – САД. (Књига Јонаха Голдберга „Либерални фашизам“ била је бестселер на листи „Њујорк тајмса“ 2009.)

„Шта је у средњем веку била корпорација? Била је организација свих оних који су се бавили истим занатом – обућари, кројачи, итд“ (Тољати, 1981:133). Италијански фашизам се „сетио“ тог појма који је у друштву велике кризе и изражених напетости, заоштрених класних сукоба, сугерисао некакву магловиту солидарност, заједништво, а све насупрот „вучјим законима“ капитализма. Било је то време кад се Мусолини још питао да ли је посреди „криза у систему или криза система“. У тим сложеним интеракцијама корпоративизам се претворио у „нови систем економског организовања“, у коме је фашистичка држава уз помоћ пропаганде и инфраструктуре фашистичке партије, а ослањајући се на смернице које је као излазе из капиталистичког ћорсокака у енцикликама *Rerum Novarum* (15. Мај 1891. „правила о обавезама капитала и рада“) и *Quadragesimo anno* (15. Мај 1931, на четредесетогодишњицу *Rerum Novarum*) назначила Римокатоличка црква и, инкорпорирајући неке идеје које су настале у оквиру социјалдемократске струје у радничком покрету, настојала да успостави помирење између капиталиста и пролетера.

Мусолини је том, за комунисте антиномијом, инфицирао и своје синдикате „када су у Италији фашисти говорили, и када говоре, о корпоративизму, они потврђују

неопходност класне сарадње и нужност да се њоме елиминише класна борба. То не важи само за Италију већ и за све земље у којима се на корпоративизам гледа као на средство за отклањање класне борбе“, објасниће Палмиро Тољати 1935. „Зато се лако може разумети због чега се фашистички синдикати у почетку називају синдикалним корпорацијама, како имају сасвим другачији карактер. Фашистички синдикати су се на Оснивачком конгресу називали корпорацијом, зато што су на њима учествовали или, боље рећи, могли да учествују власници и радници, капиталисти и пролетери“ (Тољати, 1981:134).

У италијанској држави су званично постојале 22 корпорације: „прва група обухватала је производно-пољопривредни циклус, друга група обухвата циклус индустријске производње, трећа услужне делатности“. А дуго се расправљало да ли корпорације треба да се организују по струкама или по производима. Да су организоване по струкама, корпорација би „још задржала представништва радника и власника“; међутим, организовање по производима успостављало је аморфне структуре у којима су „сви били једно“, а онда се на основу реалних снага знало – ко је газда. Тако да „у корпорацију житарица улазе представници власника и млинско-пекарских радника, посластичари, трговци житарицама, пољопривредни техничар, итд.“ Такве манипулације формално у оквиру демократије воде брзом – укидању демократије. „Погледајте корпоративну пропаганду свуда у фашизму. Она је увек везана за полемику против парламентаризма... везана је уз борбу за укидање демократских слобода, за распуштање демократије“ (Тољати, 1981:141).

3. Чињенице су немоћне пред манипулацијама ирационалношћу

Најповршније гледање на капиталистичку епоху строго одваја „демократију“ од њених криза и мутаната као што су фашизам и популизам. То је питање политичко-пропагандних констатација, а не озбиљних гледања на капитализам. Објашњавајући „бекство“ модерног човека од слободе, Ерих Фром је 1942. темељно истражио последице утицаја закона тржишта на демократска друштва. На делу је продаја људи! „Мануелни радник продаје своју физичку снагу, сопственик, лекар или клерикални службеник продају ’личност’.“ Људско биће се осећа сасвим немоћним у мрежама тог „царства нужности“. „И као што је случај са сваком другом робом, тржиште одлучује о вредности тих људских својстава, па чак и о самом њиховом постојању“ (Фром, 1969:118). То има за последицу човека без упоришта и наде – биће које се не може

одупрети никаквој акцији „шачице људи која има огромну, мада скривену, моћ над читавим друштвом“. Кад се биће с толиким „осећањем немоћи и безнадежности“ суочи с инфлацијом у Немачкој 1923. или америчким крахом 1929. као мрачним надсилама и објективним последицама, до темеља се поруши „нада у напредовање властитим трудом“.

Где такав човек види излаз, јер излаза за живог човека мора бити. И он тражи силу „изнад себе“ која нуди сигурност. И налази је у – јаком вођи. Човек постаје глина од које пропагандисти и манипулатори праве средство.

С друге стране, урушавало се све што су либерали заступали. Карл Полањи налази да „пуко заступање слободног предузетништва, које се данас свело на фикцију услед сурове реалности џиновских трустова и великих монопола“ (Полањи, 2003:246) уводи демократско друштво у – губитак слободе. Јер, „заправо, нигде либерали нису успели да поврате приватно предузетништво, коме је било суђено да пропадне из унутрашњих разлога. Резултат њихових напора било је инсталирање крупног бизниса у неколико европских земаља и, *такође уз то, разних врста фашизма* (курзив С.Р.), као у Аустрији. Они су желели да планирање, регулација и контрола буду укинута као опасности за слободу. Међутим, победа фашизма била је *практично неизбежна* (курзив С.Р.) услед опструкције либерала при свакој реформи која је укључивала планирање, регулацију или контролу“ (Полањи, 2003:246).

Полањи у односу оваквих либерала и фашиста види стање непомирљивости. „Крајње осујећивање слободе у фашизму запараво је *неизбежан резултат либералне филозофије* (курзив С.Р.), по којој су власт и принуда зло, а слобода захтева њихово одсуство из људске заједнице. Тако нешто није могуће, што се у комплексном друштву јасно види“, констатује Полањи. У ствари, „то не оставља неку другу опцију него да се остане веран илузорној идеји слободе и пориче реалност друштва, или да се прихвати реалност и одбаци идеја слободе. Прво је закључак либерала, а друго фашиста. Ништа друго се не чини могућим“ (Полањи, 2003:246).

И Франц Нојман је настојао да разјасни ту трансформацију из либерализма као „световно-рационалних основа власти које су иманентно револуционарне“ у стања сасвим ирационална или – како би он то означио – „у контрареволуцију“. Он је ту своју теорију развијао на Веберовом појму „харизматичне власти“, а Италију и Немачку је узимао као убедљиве примере те врсте преображаја. Нојман у такве преображаје укључује, са свим специфичностима, и – стаљинизам. „Добро је подсетити“, пише он у делу „Демократска и ауторитарна држава“ (објављено 1957.), „на то да је

марксистичко-лењинистичка концепција диктатуре пролетаријата била демократска управо у смислу такве припремајуће диктатуре. Концентрација власти у рукама пролетаријата требала је довести до укидања сваке класне владавине и бити увод у ново раздобље слободе у бескласном друштву. Овдје не можемо расправљати о чињеници да се није испунило то, него нешто сасвим друго. Можемо, међутим, навести темељне чињенице зашто у модерним увјетима свака диктатура нагиње тому да буде тоталитарна, те имплицира негацију демократије“ (Neuman,1990:514).

Случај Хитлера и Немачке из тридесетих година XX века и екстреман је и парадигматичан. Због „демократске климе“ у друштву „диктатор је присиљен на тражење масовне подршке“ и да се онда држи „ритуала демократије“, иако реалне демократске супстанце у друштву нема. „Као што је знао већ Енгелс, против модерне армије *coup d'etat* се чини безизгледним, диктатор може доћи на власт само уз подршку или толерирарње армије, али одржавање његове власти овиси о масовној бази“ (Neuman, 1990:515). Хитлер и Гебелс су „знали“ како се то постиже. Виљем Рајх је 1933. године разматрајући „масовну психологију фашизма“ објаснио да је „један од основних потеза националсоцијалистичке пропаганде... та идеологија вође“. Са вођом се манипулисање масама поједностављује до слепила: „Будући да је националсоцијализам *елементарни* покрет никави га 'аргументи' не погађају. Аргументи би дјеловали само да је покрет нарастао помоћу аргумената.“ (Вилхем Штампел)

Сам Хитлер је наглашавао „да се треба одрећи аргументације и непрестано говорити масама само 'о великом коначном циљу'“, а Рајх тврди да „само ако [је] структура вођене особе у сузвучју с масовноиндивидуалним структурама широких слојева може неки 'вођа' стварати повијест“ (Reich,1981:41). Сва средства су дозвољена. На пример, кад су 1933. у Потсдаму нацисти, пошто су придобили племство, пошли у поход на индустријске раднике „јаче је наглашен револуционарни карактер нацистичког покрета“ и славио се – 1.мај. Опет се појављује питање Боесјеовог „добровољног ропства“. „Зашто се масе дају политички варати? Имале су све могућности да контролирају пропаганду различитих партија. Како то да нису открили да је Хитлер истовремено радницима обећавао развлашћење власника средстава за производњу, а капиталистима заштиту пред штрајком?“ (Reich,198:43)

На такво идеолошко стање су се могла калемити и она, после ће се показати најопаснија вредновања – „расна чистоћа, то јест чистоћа крви“. А расни елементи и идеја о „иберменшу“, тотална мистификација прошлости уводе у „демократску

комуникацију“ – као никад до тада – подсвесне компоненте. За Јозефа Гебелса се може узети прва озбиљна систематска употреба подсвесног управљања демосом, али, извесно је, да с њим то није нестало. Напротив, и у време Гебелса те методе су користили и његови конкуренти из „слободног света“, а тек је после одласка организованог нацизма са историјске сцене много тога адоптирано, прилагођавано, усавршено. Много тога је преведено у „меку контролу“ у којој су се разне технике – адвертајзинг, политичко спиновање, лобирање – све више стапале, да би се толико измешале се новинарским техникама по дефиницији објективног извештавања, да су се црвене линије толико тањиле да су на крају нестале.

Кад друштво потоне у безосећајност, демократија је поражена, само јој треба још неко време да ишчили. И слике које се појављују у том међупериоду, накнадно, изгледају нестварне. Било је ово време окончавања либералне демократије расклиматане Вајмарске Републике. А крај је обављен „демократски“. Хитлерова власт је формално задобијена на изборима. Хитлер је дошао на чело Немачке с подршком од 33% бирача добијеном у формално исправној демократској процедури.

Кад се данас хоће рећи како се употреба нечега (аутомобил, мобилни телефон, итд.) проширила у народу, онда се каже да се то средство „демократизовало“. Тако некако се и нацизам, парадоксално, демократизовао. Отац нацистичке пропаганде др Јозеф Гебелс пронашао је начин како да Хитлер „утемељи власт помоћу мање политизираних маса“. Бескрајне политичке игре, предизборне буке и одсуство било каквог напретка после тих гласања, компромитовање моћи демократије да може да обезбеди и друштвену стабилност а камоли прогрес, губитак поверења народа у право и законе, довело је до тога да је Хитлер „легално провео свој последњи корак к победи у ожујку 1933. мобилизацијом ништа мање него пет милијуна људи који до тада нису гласовали, дакле неполитичких људи“ (Reich, 1981: 208). Како је то нацистима успело?

Виљем Рајх верује да је логично да у то време „власник фирме и велепоседник“ буду десне политичке оријентације, као што би било нормално да су индустријски радници уз левицу. „Кад су, међутим, радници или намјештеници или чиновници политички десно оријентисани, то је углавном због политичке нејасноће, што значи због непознавања властите социјалне позиције.“ Али, зар изгубљени човек није – апстинент? Изгледа да није. „Бити неполитичан није, међутим, пасивно психичко стање, то је врло активно понашање, *одбијање* политичке свијести“ (Reich, 1981: 209).

Припадник комунистичког покрета Виљем Рајх разумео је, за разлику од Грамшија, како левица „неполитизираниог човека покушава политизирати тиме да га

доведе до свијести о његовим до сада неиспуњеним привредним интересима“.

Психоаналитичар са искуством рада у радничким срединама знао је да нас „пракса учи да се масу тих неполитичних људи једва да навести да слушају, али да ће се лагано дати повести мистичним фразама неког националсоцијалисте који неће баш превише причати о привредним интересима“. Рајх у нацистичкој пропаганди уочава рад „са средствима вјерности и мистике, дакле са сексуалним либидозним средствима“ којима се задобија поверење „не зато што би му националсоцијалистички програм више импонирао од комунистичког, него зато што у предавању вођи и његовој идеологији доживљава тренутно опуштање сталне унутрашње напетости, јер тиме свој конфликт може превести у другу форму и тиме га ријешити, то га чак оспособљава да у фашисти види комунисту, у Хитлеру њемачког Лењина“ (Reich, 1981:210).

Та врста посредног утицаја постаће главна техника манипулисања у демократијама. Врло сличан механизам управљања људима, који је Рајх описао 1933. непосредно по доласку Хитлера на власт – што је он, иначе, видео као „тешки пораз“ организоване немачке радничке класе – уочава и Фром 1942. анализирајући „обраду купца“ у Сједињеним Државама. Реч је о оном што се бенигно назива *адвертајзинг* и што је по општеприхваћеној дефиницији – средство за повећање продаје робе.

И реклама се користи „честим понављањем истог обрасца“ (а само је Гебелс оптуживан да је сто пута понављао лаж да би постала истина). У свакој пропаганди сви ти методи су ирационални. „У ствари, ти методи отупљивања способности за критичко мишљење опаснији су за нашу демократију од многих отворених напада на њу и неморалнији – у погледу људског интегритета – од скардне књижевности, чије објављивање кажњавамо“ (Фром, 1969:126).

Иначе, за политичку сферу почиње да важи исто. Политичари и њихове поруке се „продају“ гласачу као што је Рајх описао – не као реално и рационално представљање проблема, него као пилуле за опуштање. Уласком у игру „горостасних партија“ усложњававају се демократске процедуре: „спорна питања су замршена, а од сваковрсних метода замагљивања постала су још замршенија“. Тако да Фром, који је себи ставио у задатак да опише „разлоге фашизације“ неких друштава у Европи закључује: „Као што дејство рекламе код купца прави осећај који води ’предаји’“, тако и методи политичке обраде грађанина „теже да увећају осећање безначајности појединог гласача“. Све се чини да се „отупи гласачева критичка способност... Јасно и рационално обраћање његову мишљењу је пре изузетак него правило у политичкој пропаганди – чак и у демократским земљама“ (Фром, 1969:126).

4. Милсово откриће о преласку „с владања на манипулисање“

Капитализам је демократију поробио као згодан простор за специфичне методе наговарања. Појединцу се ласка, индивидуална слобода се уздиже на пијадестал надисторичности, промовисање могућности неограниченог избора ствара осећај демократског увида над протоком робе и капитала. Али реалност је сведена на тескобу. Опис који следи је Фромов из 1942: „Огромност градова, у којој се појединац губи, зграде високе као планине, непрестано акустичко бомбардовање преко радија, крупни новински наслови који се три пута дневно мењају не остављајући човеку никакву могућност да одлучи шта је важно; варијетети у којима стотине девојака с прецизношћу часовника показује своју способност за отклањање оног што је појединачно и делује попут моћне уходане машине, изнурујући ритам цеза – те и многе друге појединости јесу израз стицаја прилика у коме се појединац суочава с несавладивим величинама према којима је обичан трун“ (Фром, 1969:128).

Анализирајући послератно америчко друштво Рајт Милс ће дефинитивно утврдити прелазак „с владања на манипулисање“. „Мека контрола“ у којој се људи утапају, као она постепено „кувана жаба“ из експеримента, постаје суштински облик друштвене контроле. „У модерном друштву принуда коју је монополизирала демократска држава ријетко је неопходна као стална мјера, али они који држе власт у својим рукама често се служе њом на прикривене начине“ (Mills, 1979:110).

То, изгледа, није могло да буде не примећено ни читав век раније. Опет се враћамо до 1848, која је као што верују неки мислиоци суштински битна за разумевање актуелне кризе. „Сада се хаос скрива под једном речи – демократијом. То је она универзална и одлучујућа реч коју сви желе присвојити попут неког талисмана. (...) Снага речи демократија је толика да ниједна држава ни партија не може постојати или мислити да може постојати, а да ту реч не упише на свој барјак“ (Neuman, 1990:498). Звучи толико савремено, а изречено је после немирне 1830. Речи су то Франсоа Пјер Гијом Гизоа, историчара и политичара који је 1840-47 био француски шеф дипломатије, а онда 1847-48 председник владе за краља Луја Филипа. Иако је делатни мислилац сасвим разумео „дух времена“ и суштину неопходне манипулације Гизоа, премијера „демократске монархије“ одувао је свежији талас демократије 1848. Та година, и револуција која је поставила сва велика питања модерности и демократије,

била је најупечатљивији покушај демократских снага у друштву да се отргну од своје сенке – диктатуре. До тога никад није дошло. И питање је да ли уопште може доћи. „Демократска идеологија је постала толико универзалном да се *Guizotov* став данас чини истинитијим него 1848“, писаће крајем педесетих прошлог века Франц Нојман. Али „све модерне диктатуре настале су у демократским увјетима. То важи за Италију, Њемачку, Шпањолску, Аргентину, па можда, чак и за Совјетски Савез, иако у мањој мјери“ (Neuman, 1990:514).

И сада, пола века после Нојманових увида, после још једног лупинга касног капитализма и још поодмаклог процеса „перманентне демократизације“, сада суштински глобализоване, Гизоове опаске су актуелне. И Нојманове: „Сваки народ данас посредно доживљава демократију. Захваљујући глобалном проширењу комуникација чак су и најзаосталији народи постали свјесни демократије те ју желе, а масовна свијест која се буди обично поприма облик захтјева за народном еманципацијом“ (Neuman, 1990:516). Нојман напомиње да се то, ипак, мора гледати „у светлу економског система који се мења“. На сцени је – индустријско друштво. Динамично и технолошки детерминисано. Већ имамо довољно искуства и знања да технолошки прогрес не региструјемо као политички и социјално неутралан, а камоли с „технолошким оптимизмом“ коме су били склони Жорж Сорел или Торстен Веблен, на пример. Јер, „модерни индустријализам је политички амбивалентан, будући да садржи и интензивира двије дијаметрално супротне тежње у модерном друштву: тежњу слободи и тежњу репресији“ (Neuman, 1990:517).

Иначе, новим друштвом преовлађује општераширени сабласни осећај немоћи да се разуме одакле уопште манипулација долази. „Корпоративне техноструктуре“ (како је ту друштвену организацију описао Џон Кенет Галбрајт) следе логику система у коме су власници средстава за производњу отуђени од производње (за власништво се добија пропорционални део профита), а они који сада стварно руководе производњом ограничени су и фрустрирани што раде с „туђим средствима за производњу“. Између те две „судбинске“ (судбина одређена правилима и организацијом) фрустрације постављене су велике групације упослених који такође у тој кафкијанској атмосфери живе с тескобом и у општој несигурности. Технолошки развитак и нова организација производње све већи део становништва „унапређује“ (јер топла канцеларија је била жељени циљ већине запослених у суровим условима производње XIX века) у аморфну, транскласну групацију „белих крагни“, групу која је и групе које су „нова средња класа“, али чија сигурност више зависи од положаја у структури него од личних

способности. Бити део великог механизма носи и осећај и сазнање да готово свако у било ком тренутку може бити замењен као шраф или део машине. „По честој процјени, неких 80 посто људи на раду сада обавља посао који могу научити за мање од три мјесеца“ (Mills, 1979: 224).

Устројени односи за последицу имају перманентну несигурност: „Напредовање постаје ’стално продавање’... било да тражите посао или циљате на онај непосредно изнад вашег. У сваком случају морате продавати себе и настављати то да чините... Имате један производ, а тај производ сте ви сами“ (Mills, 1979: 241). Губи се линија разграничења између „продатог дела“ неке индивидуе и њене личне слободе. Та магловитост статуса појединца у производњи преноси се као врста односа на све области живљења и сва интересовања. Кад је друштво „животни стандард“ поставило као једини циљ вредан напора, људи/грађани претворени су у бројлере. Над њима непрекидно светли светлост коју неко горе пали и по недоступној логици може да гаси, храна и пиће су стандардизовани да човек не би трошио нешто што не садржи „све потребне састојке“, култура је забавно опуштање, политика ТВ шоу у коме се може учествовати као она публика која на дати знак аплаудира или се смеје у емисијама уживо.

Мењају се друштвени токови. „Серијска производња стандардизира робу за продају; масовна дистрибуција стандардизира продајне цене. Али потрошачи нису још потпуно стандардизирани“ (Mills, 1979: 174). Кад се стандардизује „потрошач“, стандардизују се и све димензије људског бића – све до оне гласачке. И зато на сцену ступају „скривени убеђивачи“ како је ту машинерију, која покрива широки фронт од „продаје“ миришљивих сапуна до продаје председника, описао Ванс Пакард истражујући „психологију рекламе“. „Шта убеђивачи хоће да постигну у многим случајевима, добро је изразио један од њихових лидера, председник Америчког удружења за односе с јавношћу, који је у једном говору члановима рекао: ’Сировина коју ми обрађујемо је *материјал од кога се састоји човекова мисао* (курзив С.Р.). У многобројним напорима да обраде материјал од кога је састављена наша мисао, професионални убеђивачи имају директну подршку и упутства уважених научника“ (Пакард, 1994: 13).

Тако је стандардизовано људско биће. Џон Кенет Галбрајт ће, описујући „нову индустријску државу“ средином шездесетих XX века, моћи ће да констатује: „Потицај за одлуку што ће се производити не потјече од сувереног потрошача, који би, преко механизма тржишта, издавао она наређења која ће механизам производње приклањати

његовој вољи као нечему о чему у крајњој линији све овиси. Не, потјецај долази од великих производних организација које посежу за стецањем контроле тржишта, оног истог тржишта коме тобоже служе.“ Истина је да „преко тржишта те организације прилагођавају потрошача својим потребама. Чинећи то, оне дубоко и снажно утјечу на вредноте и вјеровања тог истог потрошача“ (Галбрајт, 1970:19).

Пошто је потрошач и грађанин, ипак, иста личност, плус стандардизована, онда ће се без икаквог отпора и „убеђивање грађана“ прихватати као најнормалнија радња у том друштву. Манипулација људима престаје бити прикривана. Демократија се скинула у топлес. „Почетком 1956. часопис *Нејшн бизнис (Nation's Bussines)*, орган Трговачке коморе САД, са задовољством је најавио нови бизнисменски прилаз политици“ (Пакард, 1994:209). Лепо се објашњава да ће „обе партије продавати своје кандидате и ставове помоћу истих метода које је привреда развила да би продавала робу“. Сто пута, односно планираном интензивношћу, понављаће се „огласи преко радија“, а кандидат ће због ТВ „морати бити способан да изгледа искрено“ (Пакард, 1994:209).

Да буде искрен неће морати. „Могуће је замислити режим невидљиве диктатуре која би и даље употребљавала форме демократске владе“, рећи ће тих година Кенет Боулдинг са Мичигенског универзитета. Кад је сучелио антипode „диктатура“ и „демократија“ онда је све звучало као „негативна утопија“, попут Хакслијевог *Врлог новог света*, која тек треба да „сиђе“ до друштва. Таквом манипулацијом (која не мора бити намерна!) онда се гледа преко стања ствари. То има своје последице. И Рајт Милс ће говорити о „постојању широко распрострањене политичке индиферентности“ у којој се демократија подноси, а активност учешћа у демократским институцијама и свакодневном животу своди на „мучнину“ при помисли на отуђену власт. „У систему власти која је у толикој мјери централизована као што је наша, 'кризе' се у застарјелом значењу догађају само онда кад се нешто олакша, када постоји неки пропуст; а у међувремену се иза наших леђа доносе одлуке од виталног значаја“ (Mills, 1979: 298).

Настојање система да уклони ризик класних разлика, обезбеди стабилизатор у лику општеуспостављане средње класе, делује као средство за умирење. Овако формализовану демократију не угрожава постојање радничке класе која генерално прети револуцијом, демократију угрожава „што такав покрет не постоји и што је замијењен низом нових утврђених интереса“. То неприродно стање морало се одржавати недемократски средствима. И „неко вријеме послје Првог свјетског рата америчка демократија, која више није представљала опће повјерење и аутентичне

друштвене осјећаје, постала је предмет службене пропаганде“, подсетиће и Милс. То ће неповратно променити суштину саме демократије и положај појединца у том систему. „Током посљедње половине стољећа, примјећује Лојд Морис, Американци су постали људи чија слобода, моћ, материјалне предности и начин живота изазивају завист у цијелом свијету, али чије се поуздање и вјера у будућност стално смањује. Постоји паралелан развој моћног прогреса и немоћног разочарења“ (Mills, 1979:297).

Како се круни моћ водеће нације демократског света, тако се и систем који је успостављен око њених вредности круни и топи. Кад је педесетих година писао своје чувене *Беле крагне*, Милс није могао одредити годину или време кад ће се његова слутња о последицама (зло)употреба демократије остварити, али није могло бити сумње да таква употреба једног система води његовом исцрпљивању, историјском трошењу потенцијала и слому – што је огласио догађај у Волстриту у јесен 2008. Читав процес који је довео до слома заснивао се на парадоксу: веровало се да ће масовно ширење образовања, успон образовних институција, технолошко скраћивања пута до знања и драматично увећавање броја и врста технолошких проналазака снажно учврстити темеље демократије. Али, демократија и њени мапипулатори, ипак, као у Орвеловим пројекцијама, нису могли да засене све потенцијале људског бића које, као што је то и Рајх приметио пре пола века, „активно“ бежи у индиферентност. Испоставило се да су „школоване масе... можда политички најнезаинтересованије, јер су у уџбеницима о правима и дужностима грађана били највише изложени политици“ (Mills, 1979:305).

После су дошла „ТВ деца“, још тежи случајеви, и стварност је генерацијама постајала све даља и даља. Јер, као што је уочио Маршал Маклуан, образовање у електронском добу је тотално, само одрастање је образовање. У дигитализваном времену чисто учење са памћењем и понављањем чињеница потпуно је ирелевантан процес, „као кад би рашље за тражење воде користили у нуклеарним истраживањима“. „Човек сада почиње да извлачи свој мозак из лобање и своје нерве испод коже; нове технологије подижу новог човека. Недавно објављена карикатура приказује дечака који унезвереној мајци говори: 'Кад порастем бићу компјутер!' Хумор је често и пророчанство, говорио је Маклуан (1969.)“ (Рељић, 2011:22).

Очекивати да ће се ТВ деца моћи укључити у старе образовне установе „исто је што и очекивати да се орао може натерати да плива“. Уместо озбиљног учења које је у добу опште деконструкције грађанског погледа на свет било важан циљ нико више не тежи – а све се прелива у забаву и лајф-стајл пројекције друштвених потреба. На место

културе стаје - масовна култура. „Масовна култура није у знаку 'пропаганде' већ разоноде; људи су јој често изложени кад им је дух најопуштенији а тијело најуморније и њезини ликови пружају лагодне норма за идентификацију, лаке одговоре на стереотипне проблема. Преодоље успјеха и његова индивидуализирана психологија, представљају најважније облике културе и највише одвраћање од политике“ (Mills, 1979:303).

5. Илузија „богатства на дохват руке“ - замена за демократска права

Једини прави успех у таквом друштву може бити – богатство. Та појдностављена формула пренела се и у Европу чији се допринос променама природе демократије у добу *Pax Americana* драстично смањивао и повлачио у полуилегалност. Европа постаје америчка културна колонија. Њене изворне парадигме се постављају на главу. Италијански историчар Лучано Камфора на почетку трећег миленијума констатује: „Доминација потрошње постаје култ потрошње и он на дневној бази ствара и с временом све више учвршћује култ богатства. Потребно је скренути пажњу на чињеницу да је *основни садржај* гигантске телевизијске 'машине' невероватан број рекламних програма у којима није важна врста робе, рекламира се све. Оно што смета само малом броју корисника (јер отежава да се 'поново ухвати нит') у ствари је *основна порука*: сати и сати свакодневних хвалоспева богатству које се, задивљујућим учинком, представља као *статус* на дохват руке“ (Канфора, 2007:316).

И као што то у историји обично бива, та помахниталост, у ствари, јесте објава колективног страха која долази из дубине друштва, тамо где се стање пропадања не може укинути. Карактеристика овог „неодољивог“ начина „освајања јавног мњења“ јесте да „никада није директно политички“. Одбачене су „директне методе као неделотворне, јер оне остављају последице само на елиту“, а доведене до савршенства индиректне методе манипулације које су „сигурно делотворне, између осталог и из разлога што су опције на чија опредељења она треба да наводе, елементарне (више робе = више среће), у којој се само мењају кратке слике, лако схватљиве нижем интелекту, представљајући *један (фиктивни) свет*, који преобиле робе чини савршеним и срећним“ (Канфора, 2007:317).

Управо је то врхунац среће и савршенства. Органски збир низа чињеница које сведоче о девастирању демократије, и све мања могућност структура друштва да те промене усмерава и контролише, временом генеришу кризу. Овај пут Велику кризу.

Карактеристика Велике кризе је – за разлику од низа успутних рецесија које друштвене групе које имају моћ решавају иза сцене и за које народ формално овлашћен да управља својом судбином обично сазна кад се оне окончају – да се проблеми више не могу прикривати, нити се могу разрешити бежањем од реалности, фингираним дионизјском распусношћу, слављењем богатства и слободе из доколоце и у потрошњи.

Да ли се криза ових размера десила изненада? Могуће само за грађане „испраних мозгова“ који живе у демократији у којој нема неконтролисана комуникације и слободних медија високог кредибилитета. Јер догађаји из октобра 2008. „само су *тобоже* били изненађење“, објаснио је чувени антрополог Царед Дајмонд. „Кажем тобоже јер, у ствари, то није било ничега изненадног. Сваки идиот зна да ако узимаш из своје банке више новца него што дајеш у ту банку, онда ће се свакако нешто догодити. На неки чудан начин је та лекција промакла онима који одлучују у америчкој влади“ (Diamond, 2009).

А да и не подсећамо да ни упозорења нису недостајала. Џон Кенет Галбрајт је 1955. написао књигу *The Great Crash 1929 (Велики крах 1929. године)* која је имала многа издања и постала класичан економски бестселер. Осим економских законитости, Галбрајт је увео у игру и елемент америчког карактера – „неумерену тежњу брзом богаћењу уз улагање минималних напора“. Он је као изузетно сведочанство „те црте карактера“ навео случај кад је на Флориди средином 1920. године дошло до правог бума некретнина. „Флоридска грозница“ претеча је онога што се управо десило у Америци с некретнинама. Галбрајт сматра да до кризе сличне оној из 1929. извесно може доћи јер су „шансе на понављање шпекулативних оргија прилично велике.“ Он није суњао и знао је да „нико не сумња да је амерички народ као и раније подложен спекулативним активностима.“ Галбрајт данас звучи као пророк, мада он није имао илузија о порукама које је слао. Професор Јован Душанић је разматрајући утицај „доларске алхемије и казино-економије“ на невеселу стварност и мутне перспективе сиромашне али оптерећене илузијом о могућности „лаког живота“ Србије, цитирао Галбрајта: „Друштво, које је заузето искључиво питањима богаћења, има прилично мрачне перспективе“ (Душанић, 2010/II:14).

Исток Европе који се касно, тек деведесетих прошлог века укрцао на брод оцвале демократије у која се одмах уздигла на „седмо небо“ одкале се пад, невоље и проблеми не могу ни замишљати, није том процесу могао битно да доприноси. Исток је своје културне претпоставке за дијалог, толеранцију, схватање политике и одговорног деловања срамежљиво повукао пред офанзивом западњачког победника, пред

диктатуром правила лажног „краја историје“.

„Последњи велики амерички извозни посао је извоз наше слободе штампе и слободе говора“, тријумфалистички је крајем деведесетих јављао амерички аутор Дејвид Халберстем. Тај увозни артикал који је стигао да би сахранио сву озбиљност тих друштава, а која су од Запада наивно очекивала едукацију за демократију, изградњу високе демократске културе – потонуо је у бруталној трци за профитима и у атмосфери апсолутне превласти „ароганције моћи“ (Виљем Фулбрајт).

А формална демократија је на крилима општег климакса кризе доживела прави бум у *New World Order*-у. "У последње три деценије демократија се проширила по свету, брже и више него икада раније у историји човечанства. Према подацима 'Фридом хауса' (Freedom House), демократске институције која сваке године оцени грађанске и политичке слободе, на свету данас има 120 демократија, а то је приближно 63 посто од укупног броја држава на овој планети. Приближно 40 проценара светског становништва живи у друштвима која су, по налазима 'Фридом Хауса', слободна - где је читава једна широка листа политичких и грађанских слобода безбедна. Ово је највиши ниво експериментисања са демократијом (курзив С.Р.) икада достигнут у историји света" (Липсет, Лејкин, 2006:21).

Одјек одушевљења америчких писаца "демократским веком", у земљама којима је демократија октроисана само код некритичних аутора наилази на одушевљење. "Америчка Национална задужбина за демократију (National Endowment for Democracy) јавно је промовисала идеју *to impose democracy* ("за наметање демократије") као основну идеолошку премису којом треба мењати постојећи светски поредак", наводи Зоран Јевтовић у књизи "Јавно мњење и политика". "На европском континенту учествујемо у трећем таласу демократизације после Другог светског рата (први - Немачка и Италија, други - Шпанија, Португал и Грчка, трећи - све бивше комунистичке државе), при чему се трансформација ауторитарних поредака врши задовољењем формалних процедуралних захтева без контроле његових либералних и социјалних елемената" (Јевтовић, 2003:7). Јевтовић истиче да се стварају "глобални системски оквири у којима припципи материјалног доминирају светом, док информативност мења духовност" (Јевтовић, 2003:7). Америка своју доминацију уопштава и кроз сам израз *new World Order* који "грубо преведен значи 'нова правила', али ако га читамо као *New World Order* онда је реч о 'поретку Новог Света' или 'америчком поретку', јер је 'Њу Ворлд' вековима синоним Америке" (Јевтовић, 2003:7).

6. *Демократија транзиције – систем у коме нико не штити права грађанина и народа*

На Полупериферији и Периферији где је Центар експортовао „демократију“, читав тај систем изгледа као превелик капут на човеку који неупитно покушава да то околини представља као – нормално. То је посебно поглавље у ширењу демократије које је посебан замах добило после пада Берлинског зида 1989. Оно је демократију ставило у посебну ситуацију, такорећи у безваздушни простор. Наиме, и сам Запад се нашао у неразрешивој дилеми. Одједном је највећи непријатељ СССР, као болесник кога је покосио срчани удар, пао у прашину и ваљало је освајати тај простор из практичних разлога – хегемоније, тржишта, културне доминације, али је било немогуће одустати од велика мисија ширења демократског система. Из тога је настао хибрид који је донекле упоредив са ширењем Совјетског Савеза после велике победе у Другом светском рату, али се та два процеса не могу поистоветити. Наиме, јасно је да су „мисионари“ поседници виших знања у односу на „пагане“ који се приводе „вери“, па је Совјетски Савез те системе у Источној Европи називао „народне демократије“ што је био први степен на путу ка „земљи социјализма“. Центар је после 1989. та друштва звао, углавном неформално, *друштва у транзицији*. Неформално су се давале и „лиценце“ – за успешне државе. Просто би се полузаинтересованој јавности наметнуло да је Литванија, на пример, „демократска држава“, огласиле би се новооформљене НВО дале своју сагласност, премијери „старих демократија“ би те видно понизне и неприродно захвалне представнике нових држава (познати случај „Данке Дојчланд“ у Хрватској) дочекали на црвеним теписима, потапшали их по раменима и процес иницијације је био окончан. Наравно, нити су придошлице усуђивале да се понашају као равноправне демократе (сем ретких изузетака као што је чешки државник Вацлав Клаус), нити су политичари „старих демократија“ било ког нивоа мислили да су добили равноправне саговорнике. Успостављани су *симулакруми демократије* који су онда обдржавали те системе, а све је посматрано прогресивистички – они су још увек примитивни и неотесани, али будућност ће то већ исправити. Две деценије касније, стигла је Велика рецесија, а мање-више је јасно да никаквог прогреса нема. Импортована „демократија“ систематски производи кризу, разара традиционалне друштвене структуре, повећава несигурност појединца, не доноси конформизам због кога су лакомислени све жртвовали, њена обећања слободе и правде делују све неуверљивије, нада се претвара у стрепњу, па клизи ка очају. Како

тај систем функционише у „транзиционим друштвима“, углавном још није описано темељно.

Слободан Антонић је анализом „случаја Сартид“, приватизације смедеревске железаре, показао размере оног што је он назвао „антилиберални картел“, а што су кључни актери у демократији као политичком систему којим се влада на европском Истоку, а и у данашњој Србији. Дакле, чињеница је да друштвене групе које су настојале да у „времену транзиције“ народу „продају“ либералну идеју и успоставе одговарајући модел владања нису то успевале да изведу самостално. Посебно је питање да ли је Центар као експортер демократије у датим међународним релацијама уопште спреман да неком друштву допусти да независно и безусловно успоставља демократски систем, а који би био неусловљена одлука народа из неке државе [такав случај није познат, а кад се као у Русији стигло до тога, онда је Запад као „овлаштени трејдер“ повлачио етикету „демократски“ и лепио цедуљице „тоталитарни“, „диктаторски“, итд], али у случају Србије је извесно да њени „либерали“ без помоћи споља нису успевала да успостави демократију којој би западни контролори ударили свој – демократски имприматур. И кад је 2000. године петооктобарским превратом уз нескривену западну помоћ демократија коначно „успостављена“, Антонић је без превеликог устезања могао да детектује „антилиберални картел... (кога) чине четири интересне групе... евалуатори, реформатори, бизнисмени и мисионари“ (Антонић, 2009:31).

Укратко представљени, актери су изгледали овако. *Евалуатори* су „међународне биркорате... из Брисела или Вашингтона свеједно, задужени за 'реконструкцију' или 'интеграцију' источноервопских друштава“ (Антонић, 2009:35). Уз њих су амбасадори западних држава, службеници америчких и европских агенција за „рефроне“ и „развој“ (USAID, Euroean Agency for Reconstuction, The European Commission's Delegation, Stability Pact, итд), затим представници глобалних невладиних организација (Freedom House, Amnesty International, Transparency International, The International Crisis Group – ICG, The International Republican Institute, NDI – National Democratic Institute, Fridrich Ebert Stiftung, Konrad Adenauer Stiftung, итд), а ту су и представници међународних финансијских институција (Светска банка, ММФ, СТО, итд). Та уиграна екипа која одаје, на први поглед, утисак диверзификованих помагача процеса демократизације, у ствари, на једнообразан начин препарира државне службе и службенике, универзитете и медије, за синхронизовану акцију на остваривању интереса западних држава.

Реформатори су домаће снаге, људи од западног поверења, „својевресни

'реформско-модернизацијски' сталеж страначких политичара и државних администратора“ (Антонић, 2009:36). У акцији на терену „њихов задатак је да строго спроводе упутства евалуатора“, а за то су „награђени могућношћу неограничене пљачке (наравно, само властите државе и властитог народа)“ (Антонић, 2009:36).

Бизнисмени су ту да обезбеде „'отворено' и 'стабилно' тржиште. Прво заправо значи да се мора уклонити држава као конкурентни власник или предузетник чак и у стратешким гранама. Друго значи да се домаће становништво мора искључити из власништва или управљања. Али, најважнији задатак ове фракције јесте обезбеђење новчаних награда реформаторима (али врло често и евалуаторима) кроз системску корупцију“ (Антонић, 2009:37).

И на крају тог ланца су *мисионари* „месна подружница транснационалне опслужујуће класе (Service Class). То је домаћа академска, медијска и културна елита која проповеда и одржава идеологију 'реформе', 'модернизације' и 'евроатлантске интеграције“ (Антонић, 2009:37).

И кад се у оваквом једном систему појавио *US Steel*, велика корпорација стратешког значаја „водеће земље слободног света“, све се могло завршити само пљачком имовине грађана државе Србије, јер само они у „антилибералном картелу“, а ни ван њега, немају никога ко ће искрено, борбено и доследно затступати њихов интерес. Демократија није обезбедила ни елементарну заштиту народног интереса!

Као артиљеријска припрема пред битку извршена је медијска припрема „терена“. Разорене су све тачке у којима би јавност могла да се запита да ли нешто није у реду с овим послом. Антонић је то показао кроз систематско продуковање четири негативна стереотипа, који су стварали јавно мњење да се тог социјалистичког ђубрета треба отарасити, и то - што пре то боље. "Први је рђав стереотип да је смедеревска железара подигнута на погрешном месту... наводно је Тито, приликом једне посете Смедереву, питао: 'Чега лијепог ви овдје највише производите?' 'Грожђа, друже Тито', гласио је одговор. 'А, гвожђе. Онда, дајте другови да се овдје направи жељезара.' Ова згода је измишљена, али је понављана кад год се писало о Сартиду, тако да се почетком двехиљадите почело мислити да је она истинита" (Антонић, 2009: 41). Није вредело што су непобитне чињенице да Српско акционарско рудраско индустријско друштво (скр. САРТИД) датира из 20. фебруара 1913, што је ту челичана подигнута двадесетих година прошлог века, што је тридесетих ту већ радила топла ваљаоница за танки лим и што је 1939. године Сартид "био међу највећим железарама на Балкану" (Антонић, 2009: 41). После Другог светског рата МКС (Металуршки комбинат

Смедерево) се непрестано развијао, па његова производња челика "не само да је била на нивоу земаља ЕУ већ је у понечему била и изнад: за тону ваљаног челика у ЕУ трошило се у просеку 1.085 кг сировог, а у МКС је трошено 1.075 кг - дакле мање од ЕУ просека" (Антонић, 2009: 43).

Други рђав стереотип је Сартидов дуг . "Током деведесетих сматрало се да дуг износи око 500 милиона долара. Али... представници US Steel-а су, одмах по доласку у Србију, започели снажну пропаганду о '1,7 милијарди долара дуга'. Тако је Србија једва дочекала да се реши тог 'вечитог губиташа' и 'бурета без дна'" (Антонић, 2009: 43).

Трећи стереотип је била лажна тврдња "да је МКС/Сартид огроман технолошко-пословни промашај". То можда најбоље описује понесено писање *Е-магазина* (бр. 16-17) који слави ПР кампању "За бољи живот у Србији - US Steel Srbija" где се егзалтирани новинар бескомпромисно обрачунава са "невреним Томама" у примитивној српској јавности које не разумеју "пословну филозофију" америчке корпорације. Дакле: "Овај слоган изазвао је многе коментаре у јавности и у медијима, као: Зашто би сад америчкој компанији било стало да Србији буде боље?" У стилу провинцијских љубитеља ПР којима би "велики маг" Том Ферал, саветник за односе с јавношћу *US Steel*, одвојио време за једну вечеру у Клубу књижевника, новинар *Е-магазина* се упустио у рат до истребљења са "силама балканског мрака" : "Чак и ако прихватимо да је лични интерес и жеља за профитом основна водила капитализма (а у неким мозговима и није, прим. С.Р.), поставља се питање да ли би бољи живот људи у Србији био у интересу једне америчке компаније која је у њу инвестирала? Инвестирање у *пропалу социјалистичку фабрику* (курзив С.Р.) је слично као кад позајмите новац пријатељу који је остао без посла." Стари Ферал (кажем стари, зато што сам упознао човека и знам да је за овај посао повучен из пензије) баш је знао да ствар спусти до "људске димензије". И радио је то с изразом брижности на лицу који би разоружавао саговорника. Онај ко се сећа тих времена "социјалистичке разградње" зна да се у оваквим некритичким реченицима тешко може раздвајати тада константна наивност инфериорног Истока који је западни поход посматрао као "стисак пријатељске руке", неку ситну личну корист писца тих апологетика и огорчену борбу медија за опстанак на хаотичном тржишту.

И зато је логичан закључак: "Једини начин да до свог новца икако дођете је да вашем пријатељу буде боље, да нађе добар посао, да заради, па да вам позајмљени новац врати. Исто вам је са страном инвестицијом", поручује "зналац" из *Е-магазина* и сугерише да то што сте знали о пијаци и социјалистичком трговачком односу (јер ту

није било пријатеља) заборавите одмах, јер "западни" и "капиталистички" пријатељи знају само за хуманизам и добре намере: "Да би инвеститору било боље, да би му се инвестиције исплатиле, мора и људима у Србији бити боље."

Четврти стереотип за медијску ликвидацију смедеревске железаре била је тврдња „да је Сартид бескорисна гомила гвожђа која је, осим дуговима, оптерећена још и с много радника“ (Антонић, 2009:51). Све је то био начин да се ефикасно обара цена индустријског гиганта који је процењиван на 1,2 до 1,5 милијарди долара (1997) до 430 милиона (2004). Међутим, US Steel и антилиберални картел имали су много мању суму на уму. Тако је српски министар за приватизацију “објашњавао јавности – која је била збуњена да Сартид, ослобођен свих дугова, не вреди више од 23 милиона долара – да цену треба сагледавати заједно с обавезом инвестирања уз трошкове задржавања прекомерног броја запослених у Железари“ (Антонић, 2009:53).

Тако је говорио министар владе Србије. А „доиста, треба знати шта је све US Steel, за своја 23 милиона долара, добио. Добио је, најпре, комплетну Нову железару, са свих њених шест челичана и ваљаоница, које се простиру на 300 хектара земље! Добио је Стару железару, на самој обали Дунава, с три ливнице. Добио је фабрику Спин, у којој се праве штедњаци 'смедеревци' (али и чамци, мањи бродови, ограде, намештај и слично). Добио је фабрику белих лимова у Шапцу, за чију је изградњу утрошено 450 милиона долара. Добио је фабрику креча у Кучеву (а креч је саставни део технолошког поступка у металургији). Добио је луку у Смедереву, за коју се каже да је 'једна од најзначајнијих у региону'. Добио је слободну царинску зону у Смедереву која се простире на површини од 21 хектара.

А све је то, *ослобођено дугова*, продато за бедна 23 милиона долара. Управо за толико је Црвена Звезда 2001. продала једног јединог играча – извесног Горана Друлића. (НИН, 10. јун 2004, стр. 30) Цео металуршки концерн, у који је уложено милијарде долара, и приде још пола града Смедерева за једног јединог играча. Алал вера, трговци!“ (Антонић, 2009:54)

У време кад се пише овај рад (2012) US Steel је због негативних утицаја светске кризе на тржиште челика, уз неке нетранспарентне доплате са српске стране у Кошицама, уз неплаћене рачуне ЕПС-у и граду Смедереву „вратио“ Сартид држави Србији – за један долар. Накнадне анализе ће показати колико су ти додатни намети за незаштићене грађане Србије, али овде се ради о још тежем проблему. Држава којом управља „антилиберални картел“ није оспособљена да подржава производне процесе, да се организује у ванредним условима, тако да је Сартид (овде је то само симболични

представник индустрије земље и уопште производне сфере у друштву) осуђен на гашење и даље пропадање. „Нове демократије“ немају способност да се носе са „одрживим развојем“. То спада у њихову конструкциону грешку. Оне су ту успостављене само као резервоар из кога ће се помоћу ММФ, Светске банке, комерцијалног банкарства и неравноравних услова слободног тржишта испумпавати вредност из тих друштава.

"Најдемократскије државе" на државе у транзицији гледају као на недораслу послугу с којом се комуницира по принципу: *Do what we say, not what we do!* (Радите шта вам кажемо, а не оно шта ми радимо!) Деценијама "најдемократскије државе" певају оде тржишту и слободној конкуренцији, прете држави и интервенционизму, а истовремено "данас на извршавање различитих наруџби федералне владе отпада између петине до четвртине читаве економске активности, док је 1929. тај удео износио отприлике 8 одсто... Врло велик дио јавне активности (између трећине и половине) непосредно је повезан с народном одбраном и истраживањем свемира" (Galbraith, 1970:15) Галбрајтова констатација се односи на крај шездесетих, а и данас, пола века касније, Пентагон је највећи послодавац на свету, иако су западне капиталистичке државе "запале у стагфлацију и финансијску кризу буџета услед достизања унутрашњих системских граница профитабилности" (Вратуша, 2010).

У међувремену је уследила "теоријска и практична преорјентација са кејнзијанске државне регулације привредних токова", а "најснажнији импулс за спровођење дерегулације и приватизације широм света пружиле су Федералне резерве САД под приватном контролом прегршт банкарских породица. Ова *банкарска олигархија* (курзив С.Р.) је 1971. године укинула златни стандард да би штампањем без покрића све безвреднијег папирнатог долара, финансирала рат у Вијетнаму и потоње своје ратове" (Вратуша, 2010). "Банкарска олигархија" је преко својих инструмената, Светске банке и ММФ-а, контролом над медијским средствима и правцима образовања, кренула у разарање јавног сектора привреде широм света, а и поткопавањем - суверених држава. Што је било више доказа како тај процес угрожава "демократска друштва" и реалну капиталистичку економију, то је притисак из Центра на Полупериферију и Периферију био јачи. Као збуњеној деци из предграђа коју неодољиво привлаче "светлости мегалополиса", без варијација, наметан је "парадигматски неолиберални образац за примену у домаћем окружењу у циљу легитимизације тржишног регулисања привредних токова" (Вратуша, 2010). Капитализам има ту способност да, стално окренут прогресу и будућности, не може

ништа да научи из прошлости. Људска похлепа коју он систематски потхрањује показује се као несавладива.

"Банкарска олигархија" је у земљама транзиције стварала локалне "антилибералне картеле" који патетично уз помоћ тоталитарних пропагандних техника "говоре о потреби очувања кредибилитета владе у очима Међународног монетарног фонда" и неупитно спроводе акције за остваривање "интереса банковне и корпоративне олигархије економски организоване у ММФ и војно организоване у НАТО *потпуно равнодушни* (курзив С.Р.) на погубне последице по животни стандард и квалитет живота огромне већине грађана" (Вратуша, 2010). Изнад свега лебди демократија, фаворизирана од овлашћених давалаца лиценци као што је "Фридом Хаус" и то сасвим из практичног разлога: она је најслабија и најпорознија брана, служи за ликвидацију било каквих унутрашњих одбрамбених снага пред неконтролисаним навалама "банкарске олигархије". Истовремено, док се Периферији саветује да се преда приватизацији и "невидљивој руци" "владе у центру светске капиталистичке привреде грозничаво настоје да спасу капитализам од капиталиста... интервенција државе само је масовнија и очигледнија", а "ни у време врхунца спровођења неолибералне политике дерегулације, либерализације и приватизације осамдесетих и деведесетих, државе центра никад нису престајале да субвенционирају приватне корпорације, обезбеђују им наруџбине и проширују страна тржишта, претњом употребе силе и стварним ратним освајањима" (Вратуша, 2010).

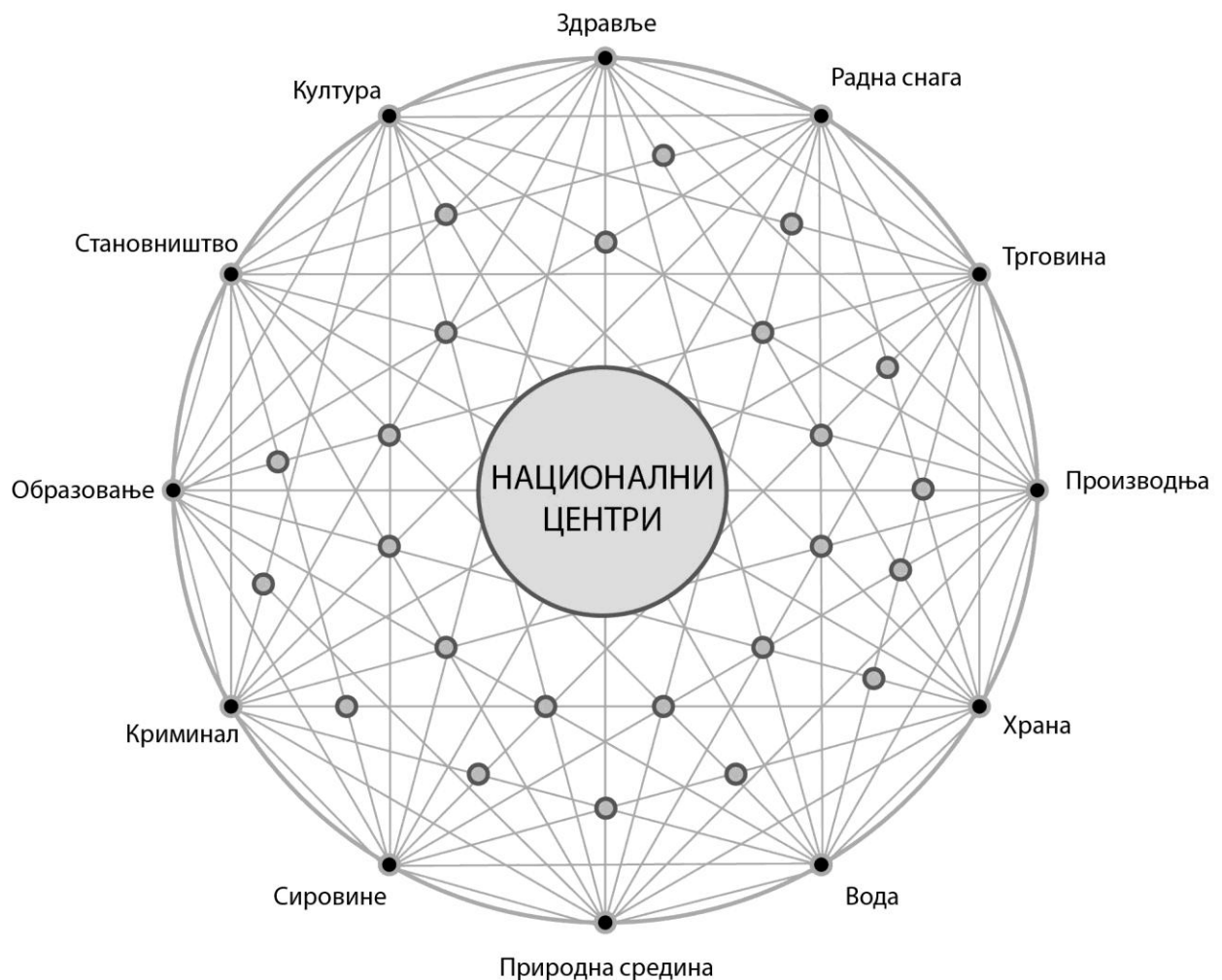
Ова "реприза колонијалног и неоколонијалног освајања света пред Први светски рат" за последицу има темељно разарање националних економија. То је пут у све дубљу и разорнију кризу стварања стања "недовољне потрошње услед сталног смањивања надница у циљу максимализације профита". Круг се затвара: "Искусвени статистички подаци о кључним показатељима стања привреде у целини крајем прве деценије спровођења препоруке Светске банке *о структуралним реформама и приватизацији у Србији* (курзив С.Р.) су поражавајући: око милион незапослених и запослених који не примају плате, готово триплирање дуга и преполовљавање покривености увоза извозом у односу на стање пре десет година, смањење запослености у индустрији и грађевинарству на само 6% укупно запослених" (Вратуша, 2010). Али догод је земља под контролом Центра она од сопствене пропасти не може одустати. Као у грчкој трагедији.

„Случај Сартид“ парадигматичан је и јасно показује како демократија, у глобализованом светском систему суспендоване суверености нејаких држава, служи

као параван да се у рукавицама изведе „та највећа пљачка српске индустрије од времена комунистичке 'национализације' 1946. године“ (Антонић, 2009:54). Однос према „жртви“ је типично колонијални, додуше ненасиљан али беспризоран, методе су „демократске“ али у условима када друга страна нема могућност да штити сопствене интересе пред „непоштеним избегавањем конкуренције, изигравањем уговорених обавеза, пљачком државне имовине, корупцијом, злоупотребом власти, изигравањем запослених, заваривањем јавности“ (Антонић, 2009:39). Овде је, рекло би се, на најјединичнији начин постигнут „идеал“ коме „либерална идеологија непрекидно тежи да грађанску јавност изједначи са јавношћу уопште, мњење човека као *bourgeois* са мишљењем *citoyen*-а“ (Тадић, 1987:44). Наравно, читав се тај процес одиграва изван политичког простора реалне демократије, а у сфери илегалности „организованог демократског криминала“. Такав начин доношења одлука искуључује могућност успостављања демократије. Тим друштвима влада цинично орвеловско начело да су „неки једнакији од других“ и њихове одлуке не могу омести демократски приговори или активности кроз демократске институције, јер се одлучује изнад и изван институционализованог простора. Правна држава је ту само прескуп параван. Јавност је мутна бара и ту Кантова примедба да „забрана публицитета ... спречава напредак једног народа ка бољем“ звучи као гомила речи испалих из неке бајке. Јер „где нема *политичке слободе* нема ни тла јавности“ (Тадић, 1987:31).

У неслободној држави, а држава под директиним спољним утицајем који прелази и најниже границе суверености, јесте неслободна – све ће водити не само девалвирању свих вредности новоуведене демократије него ће се „према томе, искварити добронамерност, врлина толико потребна држави... па самим тим и пропадање свих добрих обичаја“ (Спиноза, 1957:249). И Антонићев закључак у „случају Сартид“ упућује да „спољна контрола“ мора бити уклоњена и да „српски антилиберални картел може да *разбије* једино слободна и критичка јавност.“ Антонић се нада да би се тако „ојачале демократске институције“ и – демократска држава Србија. „Само држава може да разбије картеле. Зато нам је потребна јака и самоуверена држава. Стога овдашњи истински либерали немају друге до да постану уверени патриоти“ (Антонић, 2009:89). Иза овог закључка, а проток времена то потцртава, је дилема: да ли је за државу која ће морати да разбија „антилиберални картел“ важније да буде слободна по мери жеља својих грађана или демократска по мери „најдемократскијих држава“.

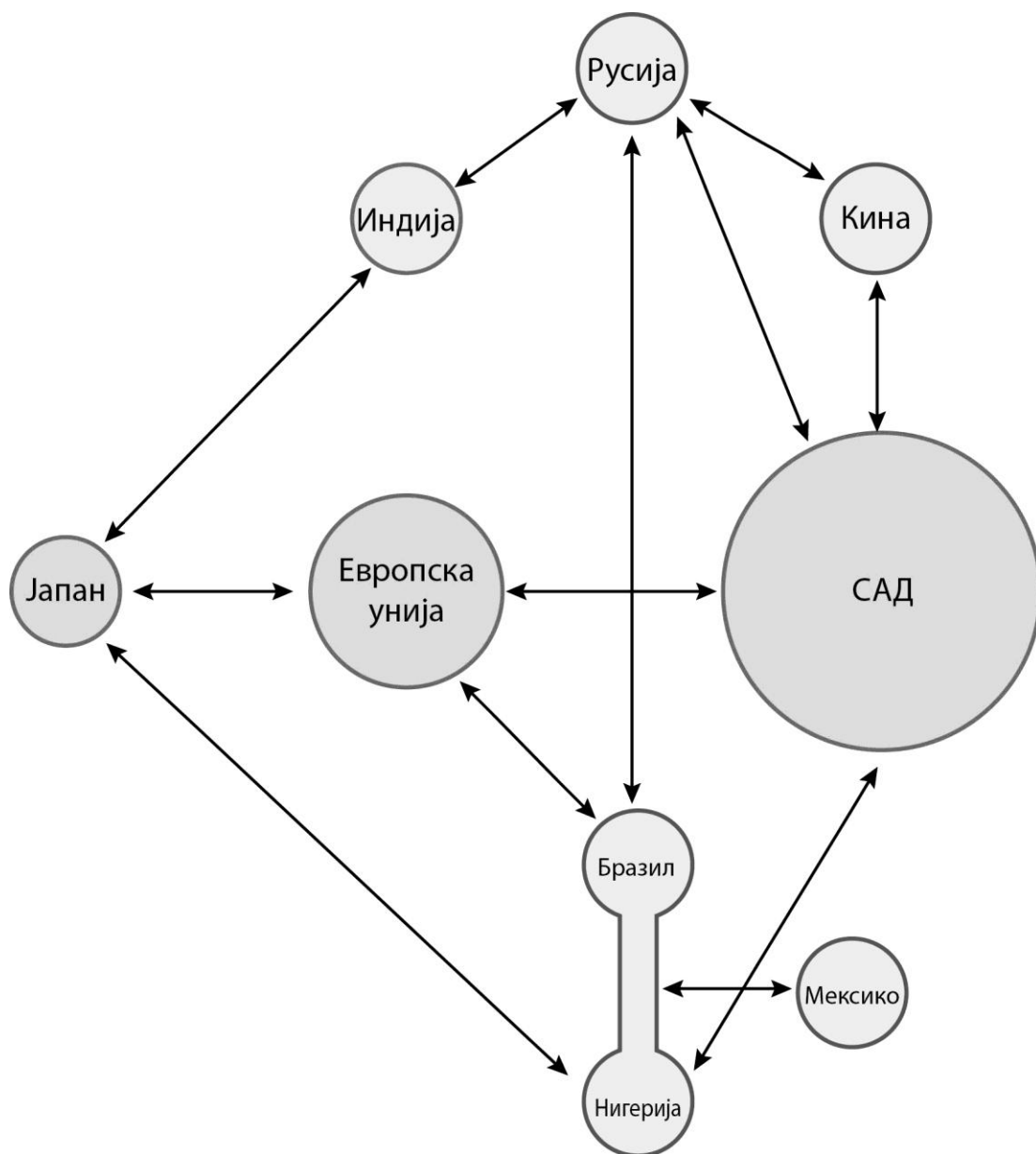
Графика бр. 5 Поглед „хиперглобалисте“ на савремени свет



Објашњење: (Дејвид Хелд је тачке гледишта на савремени свет у теоријском дијалогу поделио на „хиперглобалисте“, „скептике“ и „трансформисте“.) Глобализација посматрана из призме ХИПЕРГЛОБАЛИСТЕ – слика глобалног света као: а) густе мреже повезаности, међузависности свих сфера делатности; б) краја националних држава, које се претварају у пуне локалне „пипке“, извршиоце наднационалних економских сила и политичких институција.

(Извор: Печујлић, 2002)

Графика бр. 6 Поглед „скептика“ на савремени свет



Објашњење: Глобализација посматрана из призме СКЕПТИКА – глобални поредак као интернационални (Вестфалски) систем суверених држава, кључних актера на глобаној арени.

(Извор: Печујлић, 2002)

Савремени глобални систем је подигао читаву грађевину евалуатора који ауторитативно за глобалну јавност одређују коме какво место припада у „породици демократских држава“. Земље које би се дрзнуле да бирају слободу ризикују да буду „отпадничке“, „бандитске“ и у сваком случају непожељне. Тај ко одбија да буде систематски пљачкан, ма какав да је, биће бачен у цак с најгорим, на само дно неких табела које се разбацују читавим светом и чије поруке нису без последица.

Тако „форсирана“ и без „добрих вибрација“ демократија на Истоку не успева да се укорени: прво због настанка у грчу отимања из загрљаја социјалистичких грубости и неотесаности, а онда је започела тржишна утакмица без фер правила. Настао је један парадемократски хаос који ће, сад то постаје све јасније, за дуже време, слично као што је то већ виђено пре Другог светског рата, компромитовати саму идеју демократије.

Ствари иду предалеко. Овде се све мање ради о класичним невољама демократије за које се Милс надао да, можда имају решења: „Често се о политичким проблемима говори да су толико сложени и технички неприступачни да се од обичног грађанина не може очекивати разумевање њихових исхода“, али то је само „чудна мјешавина бирократских схваћања (које политичке проблеме претварају у административне) и одвећ поједностављеног поимања демократије (који би народ изједначио са извршним органима, а не би му се признало право да активно судјелује у доношењу одлуке опће важности“) (Mills, 1979:313). Овде се демократија белодано појављује као систем који не може да решава највећи део проблема друштва и почиње да угрожава основне принципе елементарне међуљудске солидарности, а политику еманира у трагикомичним формама које угрожавају и здраворазумске идеје, разглављује структуре друштва до немогућности нужног функционисања.

Ликови и групе који се у тим друштвима појављују као демократско лидерство препознају се или као западњачке креатуре без личног достојанства и јасних представа шта су национално-државни интереси, или као карикатуре сенки профилисаних демократских представника. Пропаганда ту убразно губи профињеност и ненасилност, те се трансформише у очигледно насиље над обећаним слободама. Специфична тежина друштвене интелигенције и елита је толика да сви изразито негативни токови не мотивишу ни на минимум критичког самопосматрања и самопреиспитивања.

Превлађује индиферентност и неспособност да се формулишу реални проблеми. У дубини друштва стварају се илегални „одреди отпора“. Куда ће они кренути, не размишља се. Они засад наилазе само на појачану репресију и страх повезан с

неконтролисаним избором најгорих придева за опис ове „деце демократије“. Иако није тешко закључити да то није решење, снаге за другачије усмерену акцију нема. Демократија изнад свега тога лебди као избледела застава, а само они који имају способност да читају оно што нигде не пише налазе њене трагове.

Времена су историјска, као што је 2008. написао амерички интелектуалац Ферид Закарија. И „за огромну већину човечанства више није реч о томе живети у демократији или не, живети богато или сиромашно. Сада је питање живети или умрети. И то питање се не поставља неколицини угрожених по Африци и Азији. То питање *глобалистичка елита* (курзив С.Р.) данас поставља читавим народима, једнако у Европи као и у Америци“, констатује Слободан Антонић у закључку анализе *Криза демократије и транснационалне елите*, а која се темељи на комплементарним налазима из деведесетих година једног Американца и једног Руса (Антонић, 2008).

Александар Сергејевич Панарин (1940-2003) је уочио *издају елита* [које су „изашле изван домашаја националне контроле“, које „не везују своје интересе и своју судбину са сопственим народом већ са глобалним системом богатства, моћи и престижа“, (Антонић, 2008:255)] и као последицу – стварање *четвртог света* или „простора одбачених“. Панарин подсећа да су националне елите у „трећем свету“ (свету сиромашних, „свету у развоју“) дејствовале *модернизационо* у пуном смислу те речи: „све оно што су научиле у процесу привремених миграција – практичних или текстуалних – у средини првог света, оне су се трудиле да пренесу својим сународницима, да то учине општенационалном баштином“ (Антонић, 2008:257). Данашње елите којима је уместо *прогреса* идеал *емиграција* не брину националне бриге. Напротив ти „комесари модернизације и мисионари вестернизације“ (Панарин) систематски и бескрупулозно дискредитују не само „националну елиту, већ и све друге који не деле њихове вредности – заправо, читав народ“ (Антонић, 2008:258).

Кристофер Лаш (1932-1994) (Christopher Lash) писац *Побуна елите: и издаја демократије*, назваће ту нову елиту – *симболичким аналитичарима* (посредници, банкарски, грађевински финансијери и предузетници, инжењери, консултанци, публицисти, издавачи, уредници, директори рекламних агенција, телевизијски продуценти и редитељи, новинари, професори универзитета и сл.), који везу с народом имају само преко послуга, „завршавају најбоље универзитете, космополитске по саставу студената и професора“ и после се запошљавају у мултинационалним предузећима. Они, каже Лаш, имају „више заједничког са својим парњацима у Бриселу и Хонгконгу него са масама Америчанаца“, не држе до патриотизма, националној

кухињи претпостављају „егзотичне кухиње“ уз егзотичну музику; поглед на свет им је у суштини – туристички; развили су идолатрију „креативног рада“ што се код те надкласе своди на „серију апстрактних менталних операција уз помоћ компјутера, а не произвођење хране, скровишта и других потрепштина“; и – све то „чини многе од њих потпуно равнодушним према опасности националног пропадања САД“ (Антонић, 2008:247).

Последица тога је инсистирање на „глобалној демократији“, апстрактној, неутемељеној, неозбиљној, као што је, уосталом, и транснационална група која ју пропагира. Зато „није реч само о огромном ризику да читав пројекат 'глобалне демократије' једноставно не успе. Реч је о *вероватноћи* ћемо изгубити националну демократију, а добити отуђену и арогантну, глоблану аристократију. А управо је то оно што нас све треба најозбиљније да забрине“ (Антонић, 2008:254).

Суочен са још горим издањем те „паразитске елите“ [„... у старим земљама Запада четврти свет још не расте тако брзо – тамо код делова елите још постоје остаци националног и професионалног идентитета. Али у Русији и осталим постсовјетским земљама, глобалистичка елита сасвим је истисла националну“ (Антонић, 2008:257)] Александар Сергејевич Панарин као лек за то види „не само социјалну, већ и *моралну* рехабилитацију народа, одбрану достојанства свих оних које је приватизовани прогрес гурнуо у четврти свет“ (Антонић, 2008:260). Такав процес са становишта „духа времена“ је тешко покренути. Он, чак, на први поглед делује анахроно. Јер, док је *стара елита* говорила „првенствено о обавезама, себе видела у служби тешких и напорних друштвених циљева, а показивала изразиту одговорност према одржању крхке материјалне цивилизације и танушне ('елитне') културе“, дотле се *нова елита* подиже на негацију свега тога и „иде искључиво за својим задовољствима, адолосцентски је заокупљена само својим проблемима. Она је дете једне нове, материјално богате цивилизације и као свако дете богатог скоројевића, оно је размажено, обесно и бестидно“ (Антонић, 2008:250). Све то Панариновим „дрним слутњама“ даје виши смисао и звуч као крик-опомена. На крају, „само до народа и њихове истинске елите зависи какав ће бити одговор“ (Антонић, 2008:261).

Закључак: Готово извесно можемо закључити да се демократија од „владавине народа“, како је замишљана и обећавана, претворила у своју практичну „алтернативну верзију“ која стоји на минималистичком праву народа да учествује у формализованом

бирању представника елите који тако добијају готово неограничена права да одлучују у име народа (Шумпетер, 1960: 402). С другу страну, демократски систем је угрожен и продором маса које га чине још нестабилнијим, а јачање елите намеће као једини пут за успостављање „контроле хаоса“. Између старих идеала и трежења ефикасних решења либерална демократија се претворила у прагматичну манипулативну демократију. Таква, истовремено и „елитистичка“ и „масовна“ демократија, нужно се окреће усавршавању друштвених техника за манипулисање и успостављење пропагандног система. У систему који се развијао тим путем повећана је потреба за употребом медија и за њиховим технолошким унапређивањем. Од средстава информисања медији се у складу с логиком промена у капиталистичком друштву транспонују у средства најразличитијих пропагандних операција. Та врста прагматичности показала се функционалном у периоду друштвеног успона, али време кризе капиталистичких вредности и система воде „здром друштво“ у канцерогени ризик, стање дуге аномије за коју овако устројено друштво све теже може пронаћи лек.

Треће поглавље

ПРОМЕНА КАРАКТЕРА КУЛТУРЕ: ОД КЕРАТИВНОГ ЧИНА ДО ИНДУСТРИЈЕ КУЛТУРЕ

Егзистенцијалисти, као (вероватно) најбољи дијагностичари болести западњачког грађанског друштва, констатовали су одавно апсурд, мучнину, тескобу, безизлаз. Албер Ками, на пример, који „није желио да га уврсте међу филозофе; бити моралист – више би му одговарало, бити умјетник – највише“ (Сутлић, 1989:169), усредостручује се на „апсурдну осјећајност, коју можемо наћи свугдје у нашем времену“ (Ками, 1989:11).

Напојивши своју знатижељу пре свега увидима у мисли Ничеа, Хајдегера, Јасперса, Шестова, Кјеркегора, Хусерла, Достојевског – Ками ће 1942. закључити: „Постоји само један доиста озбиљан филозофски проблем – самоубиство. Судити о томе да ли има или нема смисла живјети значи одговорити на основно питање филозофије“ (Ками, 1989:15).

Сва друга „велика питања“ из других времена и друштава која нису била окована тоталношћу тескобе и прожета апсурдом – другоразредна су за модерног човека. Највећа срећа у том непрозирном црнилу је да је апсурд неподношљив и да људи који се налазе у таквој ситуацији морају тражити излаз. То је онај исти осећај који је Џорџ Орвел овековечио у „1984“ описујући „отпор“ свог јунака Винстона Смита. У свом врућем песимизму и Ками је држао да, ипак, има „нешто“ у људском бићу, има некакве неуништиве моћи, без обзира што су њена искушења непрестана. Или, управо због тога. Кад су јунаци његовог романа „Куга“ прошли пакао смртоносне болести у затвореном граду, кад се куга сама од себе исцрпела и кад је на њу „дошао ред да упадне у клопку и да је њена изненадна немоћ дала снагу тупом оружју којим су се [људи] дотад бранили“ (Ками, 1956:248) и кад доктор „победник“ корача улицама и „што је даље ишао руља се око њега повећавала, граја постајала све јача и чинило му се као да се предграђе до кога је хтео да стигне све више удаљава. Постепено се утапао у

ту људску реку која је урлала, чији му је крик бивао све разумљивији, јер је то донекле био и његов сопствени крик“ (Ками, 1956:275). Ками разумева ту спасоносну моћ гомиле, али разумева да је егзистенцијални скептицизам неодвојив од тога: „Кад Рије стиже у стан свог старог болесника, тама је већ била прогутала небо. Из собе се могла чути далека граја слободе, а старац је и даље, увек подједнако расположен, преручивао зрна грашка. 'Имају право што се веселе, рече, све је на свету потребно... Неки кажу: 'То је куга, претрпели смо кугу.' Само што још не траже да буду одликовани. Али шта је то куга? То је живот, ето то је све...

Слушајући радосне покличе који су долазили из града, Рије помисли да тој радости увек прети опасност. Он је знао оно што ова весела руља није знала, а што се у књигама може наћи: да бацил куге никада не умире и никад не нестаје, да може десетинама година спавати у намештају и рубљу, да стрпљиво чека у собама, подрумима, сандуцима, марамницама и старим хартијама и да ће, може бити, доћи дан када ће, *на несрећу људи и њима за поуку* (курзив С.Р.), куга пробудити своје пацове и послати их да угину у каквом срећном граду“ (Ками, 1956:281-284).

У ствари, колике су размере потенцијала те побуне која је иконично у веку иза нас персонификована у Винстону Смиту је најважније практично питање. Нешто се мора чинити, без обзира што владајућа класа настоји да решавање проблема одгоди. Има времена кад се чини да се ради о светском буђењу, као што је то изгледало у другој половини XIX и почетком XX века, али онда долазе периоди кад се може осетити да је пригушена нада слаба светлост за тунел чији мрак егзистенцијално обесмишљава сам живот човека.

„Нисам никога видео да је умро од онтолошког доказа“, рећи ће Ками покушавајући да скрене пажњу контузованог друштва на размере невоље. „Галилеј, који је заступао значајну научну истину, веома се је лако одрекао чим је његов живот довела у опасност. У извјесном смислу, он је добро поступио. Наиме, због те истине није вриједило да га спале. Да ли се Земља окреће око Сунца, или Сунце око Земље, то није много важно. Све у свему, то је безначајно питање. Напротив, видим да многи људи умиру зато што сматрају да не вриједи живјети“ (Ками, 1989:15).

Људско друштво не може бити суочено с поразнијом чињеницом. Албер Ками ће у једној реченици исписати дијагнозу најтеже болести XX века: „Сматрам, дакле, да је смисао живота најпрече питање“ (Ками, 1989:16).

У полемици с либералним идејама и рационалистичким пројекцијама како ће се људски живот моћи свести „на праву математичку формулу“ у „Забелешкама из

подземља“ Фјодор Достојејски је извео опомену да ће „човек онда можда одмах престати да хоће (курзив, С.Р.), сигурно ће престати. Каква је сласт хтети по таблицама?“ (Достојејски, 1933:44) „Рекао бих, господо, да ме посматрате са жаљењем; понављате ми да просвећен и образован човек, једном речју такав какав ће бити будући човек, да он не може свесно желети нешто некорисно по себи, и то је математички јасно“ (Достојејски, 1933:48).

Међутим, Достојејски је боље познавао човека од либерала, томе сад ни либерали не противрече. Јесте, неразрешиво питање: „шта у мени остаје слободно“ (Достојејски, 1933:46), ако постанем егзактна математичка формула? „Разум је, господо, добра ствар, то је неоспорно; али разум је ипак само разум и задовољава само разумне човечје способности; а *хтење* (курзив С.Р.) је испољавање целокупног живота“ (Достојејски, 1933:47) и зато не може бити а да не постоји случај „кад човек може свесно да пожели нешто штетно и глупо, чак и најглупље, и још да *има и право* да пожели баш оно најглупље и да није обавезан да жели само паметно. Јер то најглупље, та ћуд, може, господо, бити оном човеку корисније од свега што постоји на земљи, а нарочито у понеким случајевима. А понаособ може да нам буде корисније од свих користи и у таквом случају кад нам отворено наноси штету и противречи здравим закључцима нашег разума и користи – а нам чува најглавније и најдаргоценије, то јест, нашу индивидуалност“ (Достојејски, 1933:48). На крају: „Шта зна разум? Разум зна смо оно што је успео да искуси; (понешто, можда, неће никад дознати; то, истина, није утеха, али зашто опет да се то не каже?) док човечја природа дејствује у целини, свим оним што у њој постоји и свесно и несвесно, и када и лаже, ипак живи“ (Достојејски, 1933:47-48).

Уз такво схватање човека, следи и одоговарајуће схватање историје. „Покушајте, баците поглед на историју човечанства: шта ћете видети? Величанствености? ... о светској историји се може рећи све, све што једној растројеној уобразиљи може да падне на памет. Али једно се не може рећи – да је разумна“ (Достојејски, 1933:44). С таквим погледом на историју Достојејски ће о човеку рећи истину која је, колико год анахрона, толико и једина његова реална нада, и у Орвеловој „1984“ и у токовима тоталитарне стварности: „Питам ја вас сада: шта се може очекивати од човека, од бића обдареног тако чудноватим особинама? Заспите га свим земаљским добрима, загњурите га у срећу до преко главе, да као на води клобуци стану искакати на површину среће; дајте му такво економско благостање да ништа друго не мора радити сем спавати и јести колаче и бринути се да се светска историја не прекине

– е, видите, и тада, и тај исти човек, из пуке незахвалности и због пасквила учиниће неку гадост. Ставиће на коцку чак и колаче, и за инат ће зажелети најштетнију глупост, само да би са свом том позитивном разумности помешао и свој кобни фантастични елемент. И баш своје најфантастичније маштарије, и своју најапсурднију глупост ће настојати да одржи, једино да би самоме себи доказао, (као да то баш нужно мора бити): да су људи још људи, а не клавирске дирке, на којима, истина, свирају закони природе сопственоручно, али прете да ће се толико засвирати, да човек ван календара неће више смети ништа захтевати“ (Достојевски, 1933:50-51).

Али модерно западно друштво ће учинити све да се на та „најпреча питања“ (Ками) одговори и не траже, јер ово је „доба гомиле“ кад је друштво организовано на принципима кад се „ниво једног људског колектива приближава нивоу његових најнижих чланова“ (Московиси, 1997:29) [„Неумесно је, дакле, рећи да су заједнички поступци и мисли на висини оних 'средњих'; пре би се рекло на дну. Закон броја био би закон осредњости; оно што је заједничко свима мери се аршином оних који имају најмање. Све у свему, у неком колективу (где „сви могу да узму учешћа и некој заједничкој акцији и да се осећају једнаки другима“), први ће бити последњи“ (Московиси, 1997:29).] Јер *тражење одговора* на „најпреча питања“ има дугорочну и круцијану последицу. И иако се одговор не може избећи, може се одгодити. Има озбиљних разлога за то. Послужићемо се још једном Камиевом алегоричним описом: „Причали су ми једног дана о неком управитељу некретнина, који се убио зато што је изгубио кћерку прије пет година, те да се отада много промијенио и да га је тај случај *'поткопао'*. Не може се пожељети тачнија ријеч“ (Ками, 1989:16).

Западно друштво је темељно „поткопано“. Сви се надају да се неће убити. У исто време док Камиија мори апсурд, Ерих Фром, иначе пресељен из Европе у капиталистичкији „нови свет“, за то неподношљиво стање појединца „оптужиће“ – моралну усамљеност. Фром ће подсетити да појединац може дуго времена бити сам, физички сам, али он може себи стварати сношљиво и смислено трајање тако што је „везан за идеје, вредности или бар за друштвене обрасце који му дају осећање општења или 'припадања““. Тескоба и(ли) опседнутост самоубиством, угроженост „осећањем издвојености“ који поједница доводе до потенцијалних „схизофреничких поремећаја“ последице су моралног распада у друштвеној пустињи. „Тај недостатак везаности за вредности, симболе, обрасце можемо назвати *моралном усамљеношћу* и рећи да је морална усамљеност *неподношљива као и физичка*, или да физичка усамљеност постаје неподношљива само ако обухвати и моралну усамљеност“ (Фром, 1969:36).

Усмаљен човек, логично, тражи заклон, тражи нешто што ће му попунити празнину. Али празнина западног човека је све већа. Иако су велики и цивилизовани народи до јуче јавно и гласно тврдили „да су достигнућа модерне демократије уништила све опаке силе“. То панично саопштавање да је нађена „лука спаса“ је samozавравање које води озбиљним последицама.

Један од најозбиљнијих интелектуалаца XX века, научник који је настојао да хуманизује Фројдову статичну психосексуалну теорију према којој „појединац остаје стварно исти, а мења се једино уколико друштво врши већи притисак на његове нагоне“ – Карл Густав Јунг, констатоваће у својој „Анализи снова“ да став западног цивилизованог човека „подсећа на једног психотичног болесника са моје клинике“ (Јунг, 1995:34). Алузија се затим осликава стварним човеком, Јунговим пацијентом који је и сам био лекар а његове конкретне, метафоричке асоцијације осликавају размере губитка у времену: „Једног јутра сам га упитао како је. Одговорио је да је изврсно провео ноћ у дезинфекцији читавог неба живиним хлоридом, али да за време тог темељног здравственог поступка није наишао ни на један Божји траг. Ту видимо неурозу или нешто горе. Уместо Бога или 'страха од Бога' постоји тескобна неуроза, или нека врста фобије. Осећање је остало исто, али му је предмет изменио своје име и нарав нагоре“ (Јунг, 1995:34).

Социјална психологија прошлог века еквилибрала је на жици односа појединца и друштва коју је на једну страну снажно и револуционарно усмеравала мисао да „не одређује свест људи њихово биће, већ обрнуто - њихово друштвено биће одређује њихову свест“. У судару с том марксистичком бескомпромисношћу – да се мисли и друштва, који су „дубили на глави“ одлучним преокретом „поставе на ноге“ – грађански мислиоци су настојали да нађу меру. Карен Хорнај, америчка психоаналитичарка, на пример, ревидирајући Фројдово искључивање моралних фактора, „схватила је да није могуће створити науку о личности без науке о људским вредностима“ (Косовић, 1991:214).

Хорнај је наглашавала да се проблеми личности у капиталистичком друштву не могу посматрати изоловано од саме природе капиталистичког друштва. А то друштво и сама „модерна култура“ подижу се на принципу индивидуалног такмичења где „изолована индивидуа мора да се бори са другим индивидуама исте групе, да их потискује и често гура у страну. Што је за једнога згода, често је за другог незгода. Психички резултат ове ситуације је дифузна непријатељска напетост између другог“ (Хорнај, 1991:206).

Друштвено-теоријски мит о томе како је Хобсов „друштвени уговор“ коначно превазиђено првобитно стање у коме је „човек човеку вук“, слаба је утеха за стање у коме „такмичарство и потенцијално непријатељство“, како констатује Хорнај, „прожима све људске односе“. Друштво, није природна нужност у којој се по једноставним и јасним правилима и за јасне циљеве боре „вучја деца“, већ је то вештачко стање (стање где је природа превладана и скрајнута) – стање рата без престанка, а број побеђених и фрустрираних чланова друштва је, логично, неупоредиво већи од броја реализованих људи и добитника. Кад је неко превладан у царству природне нужности, онда он пред собом има јасан резултат слабијег. Кад је неко превладан у вештачким условима онда рату нема краја, а његови напори не могу отићи „на неко мирно место“, самоекскомуницирати се. Ту нема скровитих места и нема односа који су поштеђени тог стања.

Сукоб, озбиљна утакмица, стални напор – у којима по правилу, нема фингираних борби – „прожима односе људи и људи, жена и жена, без обзира да ли је идеја такмичења популарност, компетенција, привлачност или нека друга социјална вредност, она увелико оштећује могућност за поуздано пријатељство. Она такође... ремети односе између људи и жена, не само у избору партнера него и у целој борби са њим за супериорност. Оно прожима школски живот. И можда најважније од свих, оно прожима породичну ситуацију“ (Хорнај, 1991:206).

Породица, до сада последња лука мира, бојно је поље „оца и сина, мајке и кћерке, једног детета и другог“. То болесно ривалство јесте уочио Фројд и изразио га „у идеји о Едиповом комплексу и у другим хипотезама. Међутим, мора се додати да ово ривалство *није условљено биолошки* (курзив С.Р.), него је резултат одређених културних услова, штавише последица тога да породична ситуација није једина која изазива ривалство, него су такмичарски стимулуси активни од колевке до гроба“ (Хорнај, 1991:207).

1. Три културне контрадикције које се не могу превазићи

То је друштво перманентног страха и напетости између индивидуа – „страха од потенцијалног непријатељства других појачаног страхом од освете за сопствена непријатељства“. На то се надограђује латентна стрепња од „изгледа на неуспех“ у друштву. „Страх од неуспеха је реалан због тога што су шансе за неуспех много веће него за успех“ и што неуспеси „значе не само економску несигурност, него такође

губитак престижа и доводе до свих облика емоционалних фрустрација“ (Хорнај, 1991:207).

Неуспех, примарно утиче на „наше самопоуздање“. Други у друштву нас цене и рангирају по нашим такмичарским достигнућима, али „хтели то или не, наша сопствена самопроцена зависи од истог обрасца“. Не заборавимо, то је у друштву где је и „у религиозним изразима, то (успех, прим. Р.С.) видни знак божје милости“. Нема те особе која може, без икаквих последица, да издржи тај блок идеолошко-религијског притиска. Човек је више од нахрањеног човека, и више од бића које се – у крајњим консеквенцама приступа који га стално „уцењује“ достигнућима у сфери животног стандарда претвара у потрошача; човек је, ипак, више од „шрафа“ без кога капиталистичка машина не може, али „шраф“ који се на сваком кораку уверава – да се не може ухватити смисао постојање изван тог захукталог гигантског механизма.

Међутим, никад у историји није створен систем који би обухватио људско биће „без остатка“. А како је Ерих Фром констатовао у „Здравом друштву“, нема опасности ни да ће се то десити. Јер, „човек је јединствен; његово мишљење, осећање и животна пракса нераздвојно су повезани. Он не може да буде слободан у својим мислима, ако није слободан емоционално, он не може да буде слободан емоционално ако је зависан и ако није слободан у својој животној пракси, у својим економским и друштвеним односима“ (Фром, 1963:260).

Сад је сасвим извесно да капитализам може само делу човечанства, мањем делу, да обезбеђује висок животни стандард, а слободу ни том мањем делу. Напротив, у тим условима процес ослобођења се појављује као још драматичније питање, јер су и процеси и системи контроле и репресије – јер је улог материјално велики – некад незамисливих облика, раширенији и дубљи него икад у историји. Тако уређено и богато друштво постаје крст за појединца кога се он, у нормалним ситуацијама, не може ослобађати. Његово распеће се друштвено доживљава као – потпуно. Једино је пожељно, кад се за то стекну друштвени услови, „укуцати“ још неки нови сјајни ексер, ново достигнуће система и технологије. Производ прогреса који се не сме и не може одбијати.

Ми ћемо се овде задржати на „културним контрадикцијама“ (Хорнај). Ваља разумети да су те контрадикторне тенденције дубински уграђене у „културу Запада“.

Прва контрадикција, коју је Хорнај уочила у мору контрадикција које се онда премрежава глобалним лицемерјем, „јесте између такмичења и успеха с једне стране и братске љубави и хуманости с друге“. Да би успео и реализовао се као људско биће,

човек у западном друштву, мора да се оспособљава за бескомпромисан, агресиван и преманенатно, благо речено, компетитиван став. То је стање у коме се сви други гледају „преко нишана“. Они су ти који могу стићи пре нас до циља и наш живот претворити у пакао. Која средства нису дозвољена у „рату без престанка“? „Фер правила“ су наметнути оквир, кога се јачи по природном праву борбе за опстанак може држати само док мора. Зато стално, у капитализму, дођу „времена јачег“. Кад тај „најјачи“ дође на ивицу провалије, онда се инсистира на старим добрим, хришћанским фер правилима.

У нормалним временима, човек западног друштва, на дну своје торбе средстава којима се бори за опстанак, носи „хришћанско наслеђе“ које је још од доба просветитељства гурнуто у страну. Али без обзира на секуларизовану и емоционално банализовану површину свакодневице „ми смо дубоко прожети хришћанским идеалима који проповедају да је себично тражити било шта за себе, да треба да смо скромни и попустљиви. За ову контрадикцију постоје у нормалном распону само два излаза: прихватити озбиљно једно од ових стремљења а одбацити друго, што резултира озбиљном инхибицијом индивидуе у оба правца“ (Хорнај, 1991:208).

Друга контрадикција друштва капитализма која тражи од појединца да измири немогуће и тако га трајно неуротизира је „између стимулације наших потреба и наших фактичких фрустрација у њиховом задовољавању“. Пропагандним техникама и потпуном премреженошћу друштва медијским средствима за њихово преношење и до последње јединке на кугли земаљској, ствара се утисак о доступности свега за свакога. Иза тога стоје економски разлози, хипертрофирана индустрија, неограничена глад за профитима, стално „ширење“ палете потреба, а „за велику већину стварно испуњење ових потреба готово је ограничено. Психичке последице за индивидуу су стална несразмера између њених жеља и њихових испуњења“ (Хорнај, 1991:209).

Ово су услови који пред појединцем стоје као финале грчке трагедије – не постоји редослед проверених потеза који води спашавању од неуроza и егзистенцијалне патње. Савремени човек је постављен у антиномичне конфликте од рођења. Неуротичар те конфликте, каже Карен Хорнај, „настоји да измири“ у распону обала за које нема изгледа да могу бити премоштене: „његова тенденција према агресивности и његова тенденција према попуштању; његови ексцесни захтеви и његов страх да никада неће добити ништа; његово стремљење према самовеличању и његова осећања личне беспомоћности“ (Хорнај, 1991:209). Клинички психолог добро зна да је „нормална особа у стању да се бори с тешкоћама без оштећења своје личности, у

неуротичара су сви конфликти појачани до тог степена да ниједно задовољавајуће решење није могуће“.

А ко је потенцијално склон да постане неуротичар тог профила? „Она особа која је искусила културно детерминисане тешкоће у једној наглашеној форми, најчешће преко медијума искуства из детињства, а која консеквентно није била у стању да их реши, или их је решила само високом ценом своје личности. Такву особу можемо назвати пасторчетом наше културе“, написаће Хорнај 1937. године. Прошло је од тада више од седам деценија у којима су контрадикције још више заоштрене, средства манипулације технолошки усавршена далеко изнад маште генерације Карен Хорнај, па се друштво данас састоји од јединки чија су детињства била импрегнирана „културно детерминисаним тешкоћама“ које та бића нису била у стању да „консеквентно“ решавају, те је сада сасвим логично и питање: ради ли се данас само о, ипак, бенигним „пасторчадима наше културе“? Или је „наша култура“ већ толико разводнила границе између „нормалног“ и „неуротичног“ да се може говорити о до те мере неуротизираним друштву да је питање шта се данас сматра нормалним?

Подастирање овако тешких и сугестивних питања, ипак, је пре израз страховања него тврдња. Али страховање које, готово да је постало друштвена константа колективне свести. Јер, неке ствари изгледа и очигледно клизе у квантитативну регресију. На пример, то је *трећа контрадикција*, о којој је Хорнај говорила 1937. То је раскол „између дате слободе индивидуе и свих њених ограничења. Друштво прокламује да је индивидуа слободна, независна, да може одлучивати о свом животу по сопственој вољи; 'велика животна игра' јој је отворена и она може добити што хоће, ако је ефикасна и енергична“ (Хорнај, 1991:209). То су некад били прогласи и прихватили су се због оптимизма и наде која се ширила, али у међувремену су пронађена средства који и голу лаж могу „понављајући је сто пута“ претворити у „истину“, те су границе битно померене.

Људи се „урањају“ у море информација које се „спинују“, што је легализовано и легитимизирано стварање хаоса у јавном мњењу и одобрена профитабилна индустрија мућења здравог разума. Наравно да су „у стварности за већину народа све ове могућности ограничене. Оно што је шаљиво речено о немогућности избора родитеља, може бити проширено на живот уопште – на избор и успех занимања, начин рекреације, избор друга. Резултат за индивидуу је колебање између осећања безграничне снаге у детерминисању сопствене судбине и осећања потпуне беспомоћности“ (Хорнај, 1991:209).

Много касније у културној сфери биће креиран „зомби“ – којег је амерички филмски хорор спектакл „Ноћ живих мртваца“ (1968) представио као оног ко се „диге из мртвих да би вршио злодела“, а долази из мутног света хаићанске маште као „биће чију је душу запосела нека друга особа“ помоћу зле магије, а онда његовим телом неограничено располаже та особа која је обавила обред. Тог хуманоида је - с симпатијама и с иронијом – широко прихватило друштво чија је базична антиномичност утицала на осећај гомиле да мишљење и логика нису нужни за живот. Напротив, они су „знали“ да је боље да „органи мишљења“ атрофирају, јер ионако се ништа против господара не може учинити. „Зомбији“ су ушли у енглески језик и почели „насељавати“ савремено друштво, како тврди „Тајм“ магазин, преломне 1929. године и то из романа „Магично острво“ Вилијема Сибрука.

„Цивилизација зомбија“ почива на „хипнотисаним особама ослобођених савести и самопоштовања“. У почетку се на ту врсту људског понашања гледало с чуђењем: „Мене је увек изненађивала чињеница да постоји изненађујући број појединаца који *никад не употребљавају свој ум*, ако то могу избећи, и једнако толико оних који свој ум употребљавају на запрепашћујуће глуп начин“ (Јунг, 1995:50), писао је „фројдовац“ Карл Густав Јунг који је, као и Карен Хорнај, могао за себе рећи да „пошто многа моја тумачења одступају од Фројдових, неки читаоци се могу запитати да ли је ово још увек психоанализа“.

То о чему прича Јунг је само део проблема савременог човека. Јер и они који нису „изненађивали“ Јунга по „умној апстиненцији“, живели су у емоционалној испражњености и блокадама. „Такође сам био изненађен“, писао је Јунг, „кад год сам видео како многи интелигентни и способни људи живе (колико се могло закључити) као да никада нису научили да употребљавају своје чулне органе и нису виђали ствари које су им стајале пред очима, нису чули речи што су им звучале у уху, нити су запажали ишта од оног што су дотицали или кушали. Неки су живели, а нису били свесни стања властитог тела“ (Јунг, 1995:50).

Карен Хорнај је то описала као „индивидуално осећање излованости“. Западно капиталистичко друштво, са свим својим контрадикцијама – које су историјски гледано због природе тог друштва неуклоњиве – репродукује перманентну усамљеност, гледано са становишта појединца, то јест суштинску атомизацију друштва у коме се јединке осећају непријатно и неприродно. „Емоционалу изолацију већина тешко подноси, а она доводи до унесрећености ако коинцидира са зебњом и неизвесношћу о себи“ (Хорнај, 1991:207).

2. *Je ли наше друштво здраво?*

У познатом делу XX века оптимистичног наслова “Здраво друштво“ (1955) Ерих Фром на постављено питање „*Je ли наше друштво здраво?*“ одговара – негативно. Такав одговор је, логично, захтевао образложење. Фром се упустио у историјску анализу капитализма. У XVII и XVIII веку тај систем је, док је још био везан за средњовековни хуманитет и феудални начин привређивања, држао до тога да је „најважнији принцип био да друштво и економија постоје због човека, а не човек због њих“.

Већ у XIX веку „људско биће, са свим својим жељама и бригама, све више губи централно место у овом систему, а то место заузимају посао (*bussines*) и производња. Најкарактеристичнији елемент капитализма XIX века је, пре свега, бездушна експлоатација радника: веровало се да је природни и друштвени закон да стотине хиљада радника живе у стању скапавања... Капиталистички принцип да свако, тежећи сопственом профиту, доприноси срећи свих, постаје водећи принцип људског понашања“ (Фром, 1963:101).

Побуна против тог друштва без елементарне солидарности – која почиње средином XIX века и интензивно траје у првој половини XX века – дубински је променило природу капитализма (као што је описано у Првом поглављу) и успостављена је другачија структура друштва у коме се „ставља нагласак на тржиште и расипничку потрошњу“. После успостављене, мање више јасне дијагнозе, Маркс, либерали и Фројд су понудили најрелевантније „рецепте за лечења људских болести“ и ма колико били различити „они су ипак одговарали патологији и симптоматологији карактеристичној за XIX век.“ И: „Шта је било природније“, пита се Фром, „него очекивати да ће укидањем експлоатације и економских патњи, и уклањањем сексуалног потискивања и ирационалног ауторитета, човек ући у нову еру слобода, среће и напретка, какву није имао у XIX веку?“ (Фром, 1963:113).

Много тога се променило, али то „није довело до очекиваних резултата“. Дијагноза др Фрома је да „упркос материјалном напретку, политичкој и сексуалној слободи, изгледа да је свет средином XX века *ментално болеснији* него што је био у XIX веку. Доиста, 'нама више не прети опасност да постанемо робови, већ работи', као што је сажето рекао Адлај Стивенсон. Не постоји ауторитет који нас застрашује, али нама опет управља страх од анонимног ауторитета конформизма. Ми се ником не

потчињавамо лично; ми не долазимо у конфликт са ауторитетом, али ми, такође, немамо своју индивидуалност и осећање свога 'ја'" (Фром, 1963:114).

Све се негде враћа на орвелијанско-хакслијевске принципе, који иако су до нас дошли као антиутопијска фикција, најбоље описују касно капиталистичко друштво из XX века: где се наглас призивају „слободни и независни, који нису подвргнути никаквом ауторитету или принципу или савести“, али у мрачним друштвеним коридорима исте те јавне особине волшебно се претварају у дијаметрално супротне „вредности“, и они, ипак, морају бити „вољни“ (увек се инсистира да томе да „слободни“ појединац спољну присилу уноси у корпус својих жеља!), дакле, „вољни да им се командује, да чине оно што се од њих очекује, вољни да се уклопе у друштвену машину без супростављања“ (Фром, 1963:121).

Сад смо пред питањем: Како се „слободни“ човек доводи до тог стања? То је једно од оних питања која у друштву (све)моћних анонимних ауторитета (као што је јавно мњење, на пример) носе у себу дубоку тајанственост и пред којим се човек, у првом трену, осећа потпуно разоружан и немоћан. Односно, одговори на таква питања су дијалектичка супротност, радикални раскид, са самим општим стањем у друштву где је све претворено у пароле, просте слике, баналну једноставност, сажето у разумљиво и схватљиво за све умове. Општа друштвена клима озбиљна истраживања и сложена знања чини стидним и беспотребним.

Пут до одговора је додатно отежан и положајем грађанског интелектуалца који је у друштву најамник – изнајмљен да мисли „како се и шта се наручи“. (Ово се пре свега односи на интелектуалца из тзв. теоријских наука, уметничког стварања и филозофије, док је техничка интелигенција, због конкретне употребне вредности, у другачијем положају.) У сваком случају, обоји су - кад је у питању стварање погледа на „постојеће стање“ - пожељни као апологети или декоратери. И зато су добро плаћени.

У доба кад је *American-way-of-life*, после Првог светског рата, постајао „авангарда“ капитализма, Едвард Берниз у свом популарном и утицајном делу „Пропаганда“ (1928) констатује да је тадашњи „едукатор оспособљен да стимулише мишљење појединачног свог студента, али није оспособљен као едукатор спољне јавности“. У демократији, у којој је по Бернизовом тумачењу најважније обезбедити поуздане и стабилне манипулаторске механизме, то је озбиљан недостатак. Зато је као задатак друштву постављено да будуће едуковање едукатора обезбеди двоструки циљ – „едуковање као учитеља и едуковање као пропагандисте“ (Bernaays, 1928:122). Наручена и по наруцби - на државним и на сложеној мрежи моћних приватних

универзитета - произведена „за демократију“ корисна знања, треба ширити и тако „служити друштву“. Као проблем се тада појављивало да су научници који су имали висок друштвени углед и уживали значајно поверење бивали „бедно плаћени“. Берниз је налазио да тако „наша цивилизација“ систематски „потискује и гуши“ интелектуалце, свој значајан потенцијал. У друштву у коме се као „почаст“ једино рачуна новац, односно количина новца, то је јасан сигнал. Будуће „обострано корисно“ савезништво је нашло свој *spiritus movens*.

3. Интелигениција против духа

Са „резултатима Велике депресије“ и ратним последицама на уму, додуше и из европског угла, али са универзалном обухватношћу, Албер Ками ће у „Миту о Сизифу“ (1942) указати на „трагичност положаја интелектуалца“ у западном друштву. „Ако је овај мит трагичан, онда је то због тога што је његов јунак свјестан.“ Ками је, како је у поговору за издање „Сизифа“ на нашем језику 1989. написао Вања Сутлић, „свјестан да одлуке интелектуалца тако мало значе у овом свијету“, али је у његовом дубоком песимизму, ипак, тињала нада да прометејски ваља „сачувати могућност јасног и поштеног уочавања и изрицања истине о догађајима данашњице као једину част својег социјалног слоја“ (Сутлић, 1989:163). Међутим, ако су Ками, Сартр, Орвел, Маркузе, Адорно и неки њихови савременици, и на Истоку и на Западу, успевали да одрже неке елементе аутономности и зато играли, ипак, запажену улогу и перцепирани као респектабилан „интелектуални социјални слој“, њихови наследници су – кад је неолиберални модел превладао у глобалном свету – изгубили и ту улогу и те јавне моћи. Као интелектуалци у стању „херојске будности“, сасвим изван система, деловали су само усмањени појединци, а „слој“ који је успео да добија своје део из касе стабилизатора друштва претворио се у „експерте“ и „аналитичаре“ чије су позиције обесмишљене и сведене на војнике „анонимних ауторитета“.

Полако али систематски је реализован „Кафкин свет“ како је Ками описивао надолazeћу стварност. „Позната је прича о лудаку који је ловио рибу у кади; лекар који је имао своје идеје о психијатарском лијечењу упитао га је: 'Је ли загризла?', а овај је оштро одговорио: 'Ма, не, лудаче један, јер ово је када.' Ова прича је бизарна. Али у њој се може схватити на примјетан начин како је апсурдни учинак везан за претјерану логику. Кафкин свијет је, уистину, неискazив свијет у коме човјек себи допушта мукотрпни луксуз да лови рибу у кади, иако зна да из ње неће ништа извући“, писао је

Ками у есеју „Нада и апсурд у дјелу Франца Кафке“ патећи под теретом хиперапсурдности којом је био окружен и покушавајући да напица зрнце какве-такве наде. Јер, интелектуално трагање за надом (која умире последња!) у друштву апсурда има дубоког смисла као животоносно опонирање ономе што су, баш у том времену, у капиталном спису „Културна индустрија“ описали франкфуртовци на „привременом раду преко Океана“, Макс Хоркхајмер и Теодор Адорно. Код Камија је то тражење наде у интелектуалној пустињи изведено до тражења сламке спаса. „Већина оних који су говорили о Кафки окарактерисали су, у ствари, његово дјело као очајнички крик, гдје човјеку није остављено никакво уточиште. Али то захтјева исправку. Постоји нада и нада“ (Ками, 1989:145).

Албер Ками се супроставио производњи лажне наде у којој „није ништа допуштено мало избирљивим срцима“. То је она индустријализована продукција културе као комерцијалног производа који не тражи човека с емоцијима, знањем, ставом и односом него бенигног потрошача, биће вољно да уз пиво и кикирики за трен замаже тескобу и под окриљем великих јавних кампања и приправљених програма побегне у изолованост и непрозирну усмаљеност. Таквом човеку „дјело које је било само безначајно понављање јаловог живота и пронициво слављење пролазног постаје овдје *колијевка илузија*.“ Ками, ипак, верује у прометејски чин и одлучно држи да „ријеч нада није овдје смијешна“. Напротив, она је моћ. Прикривена, али моћ, „одвећ лепа да се свиди сваком, одвећ горда да би певала за друге“, што би рекао наш песник, али – моћ која опстаје у пепелу иза кулиса и површности индустрије. „Чудно је, у сваком случају, да дјела сличног надахнућа, као што су Кафкина, Кјеркегорова или Шестовљева, тј. да укратко речемо, дјела егзистенцијалних романијера и филозофа, која су потпуно окренута апсурду и његовим посљедицама, завршавају на крају у том *великом крику наде*. (курзив С.Р.)

Она грле бога који их сатире. Нада се уводи понизношћу. Јер их апсурд ове егзистенције још више увјерава у постојање натприродног. Ако пут овог живота завршава код бога, онда дакле постоји излаз. А устрајност и упорност с којом Кјеркегор, Шестов и Кафкини јунаци понављају своје путеве необичан су јамац заносне снаге ове извјесности“ (Ками, 1989:146).

За наше разматрање овај Камијев поглед на наду занимљив је јер показује, наизглед парадоксалну, али логичну последицу тражења интелектуалног излаза из ћорсокака „цивилизације капитализма“ – да се са различитих почетних позиција и различитим путевима стиже до преиспитивања последица просветитељства као

интелектуалног фундамента западног капиталистичког друштва. У белешци „Уз ново издање“ Хоркхајмер и Адорно су 1969, обнављајући – без измена – „Дијалектику просветитељства“ подсетили да су њихове тезе, иначе први пут објављене 1947, сада још живље: „Прогноза о преокретању просвјетитељства у позитивизам, у мит онога што је случај, па коначно у идентичност интелигенције у непријатељству спрам духа, обилато су се потврдила“ (Horkheimer, Adorno, 1989:6).

Сад ћемо се вратити на тражење одговора на питања како је културно стварање успостављено као „индустрија културе“, како је тржиште и уз чију помоћ, танани културни напор, емоције и људске осећаје претворило у стандардизовану робу и чему то служи у касном капитализму? На почетку ћемо се задржати на једној опасци Карен Хорнај.

Она је учила како модерно друштво „провоцира појачану потребу за љубављу као леком“. И љубав чија је трансцедентност и надматеријалност константа, у том друштву, изашла је из сфере приватности и спустила се на ниво прагматичног и профитабилног „општег добро“ од посебног значаја – и постала замена за идеолошки субверзивна тражења „слободе, правде, једнакости“. Вечна суспстанца уметности, у потрошачком друштву љубав се профилише као неизбежан и, уз насиље, најпрофитабилнији састојак комерцијализованих стихова, најпопуларнијих приче, индустријализованих романа, холивудских филмова, непрекидног тока ТВ-серија. Таква љубав сада носи „аспиринску сугестију“ да „постигавши љубав, особа се осећа мање изолованом, као да јој мање прети непријатељство и мање је неизвесна о себи“ (Хорнај, 1991:208). Овде се нећемо детаљно бавити хипертрофираном продукцијом, али ћемо констатовати да се на њу, на љубав, пребацује толики терет виталних потреба апстрахујући, углавном по инерцији, да она не може бити замена за толике нерешиве личне и друштвене проблеме. Јер, тако ситуирана „љубав је прецењена у нашој култури. Она постаје фантом – као успех – носећи са собом илузију да је излаз за све проблеме... Идеолошко наглашавање љубави служи за прикривање чињеница које стварају нашу потребу за њом“ (Хорнај, 1991:208). А то је образац односа: фантомско стање.

Оваква врста „хоспиталозовања“ народа који изгубљено „поуздање у личну иницијативу и храброст замењује осећањем немоћи и безнадежности“, могућа је зато што је капиталистичко друштво XX века променило структуру и кроз корпоративну организацију капитала створило „новог демиурга“. У неком смислу савршеног. Јер не

само да владајућа друштвена група успешно остварује свој циљ контроле, него и они који су „манипулисани и инструментализовани“ својим новцем плаћају њихове „услуге“, увећавају њихов капитал, а и купљеној роби дају дигнитет и према њој сами, без присиле која је очигледна, успостављају однос јаког поверења. То оном другом, социјалистичком делу Новог друштва никад није пошло за руком. Системи који су покушавали наметањем па и поклонима да успоставе односе поверења никад то нису успевали у овој мери.

Концентрација капитала доводи до друштвеног стања у коме, како је говорио Фром, „шачица људи има огромну, мада скривену моћ“ над читавим друштвом и од одлука те „шачице“ зависи судбина великог дела друштва (Фром, 1969:121). Историјски примери тог деловања су инфлације 1923. у Немачкој, амерички берзански крах 1929, а и сада на почетку XXI века присуствујемо некој врсти репризе тих погибелних операција монополистичког капитала. „Понављање историје“, наравно, није нова представа истог комада.

Данас се ради по основним елементима сличном процесу, о чијој дубини, ризицима и последицама савременици углавном не знају готово ништа или разумеју врло мало. Готово да се може рећи, законито не знају ништа. И немају могућности да сазнају, ако сазнање схватамо као колективно разумевање које се претвара у делатно јавно мњење. А ако појединци и дођу до неких сазнања она не могу да постану „друштвена клима“, рационализован однос, „дух времена“ који носи потенцијал за делотворне акције.

Фром има право кад каже да је „у сваком друштву дух читаве културе одређен духом најмоћнијих“ (Фром, 1969:113). И моћни ће увек искористити моћ и средства која су им на располагању да „читаво становништво прожму својим властитим идејама“. И то јесте „делимично последица моћи тих група да надзиру васпитни систем, школе, цркву, штампу, позориште“, али последично, тако обрађени појединци носе у себи „заштиту“ тог система – пошто „те моћне групе уживају толики углед да ниже класе веома радо усвајају њихове вредности, подржавају их и с тим групама се психолошки поистовећују“ (Фром, 1969:113). То је већ „обрађени материјал“ у коме су друштвени процеси уградили осећања несигурности и „многима порушили наду у напредовање властитим трудом, као и традиционално веровање у неограничену могућност успеха“ (Фром, 1969:113).

4. *Happy-End* култура

Мислиоци XX века већ нису живели са заблудама о доброти, добронамерности, неупитној моралности и спремности појединца да се бори за истину, правду и да држи до једнакости. Ти идеали које је ново доба носило као оружје за рушење претходног друштвеног система избледели су до непрепознатљивости. Ни мислиоци оптимисти, какав је Ернст Блох, на пример, нису избегавали да то констатују: “Предобро се зна, људи хоће да буду преварени“ (Bloch,1981:512). Међутим, као ангажовани леви интелектуалац Блох је „знао“ да то није због тога „што су глупани у већини“, него – тврдио је писац „Принципа нада“ једног од дела без кога XX век не би имао противтежу егзистенцијалном песмизиму, „стога што људи, рођени за радост, ње немају, стога што вапе за радости. Тек због тога и они паметнији виде каткада само једну страну, лаковјерни су, лако се лове на сјај и уопће није потребно да сјај обећава злато, ту може бити довољно да сија“ (Bloch,1981:513).

Блох је веровао, и себе доживљавао као човека чија је то мисија, да те људе треба „учити надању“, наћи начина да они добијају подршку у неспокоју и нестабилности. Циљ тога је да би се прекинуо низ сталних превара које је он описао у једној реченици: „Недаће опамећују, али убрзо жудња опет ради и нада се да је овога пута неће преварити“ (Bloch,1981:513). Та игра може престати само кад се промене или докине друштво које ствара услове за њу.

Ернст Блох, колико год да је деловао умирујуће хуманизовано и балгоразумно, веровао је да су могуће само радикалне тј. револуционарне промене. То је било решење у које је он полагао своју наду, потпуно разумевајући да је безнадност „за човека најнеиздрживија, најнеподношљивија“. У тој друштвеној ситуацији, да би се живело у „долини суза“ - јер и тако се живети мора – „чак ни пријевара не може оперирати само с незнањем, и она се мора послужити неком надом, макар и само варавом“ написао је Гајо Петровић, један од водећих „праксисоваца“, у предговору Блоховог капиталног дела. „Због тога се и нада, ограничена на оно унутрашње или упућена на онострано, проповиједа са свих проповједаоница. Но оваква лажна нада није по Блоху само мало гора од оне праве, него управо оно најгоре: *Corruptio optima pessima*” (Петровић, 1981:XV-XVI).

Где се то производи лажна нада без које касни капитализам не може? Блох њено родно место налази у – култури. Јер, „гдје рад више уопће не радује, ту мора умјетност преузети на себе да буде шала, весела варка, измишљени *happy-end*“ (Bloch,1981:513).

Ефикасност тог начина је проверена, методе усавршене у највитаљнијем капиталистичком друштву, америчком и „на крају фашистичке народне заједнице, *American-way-of-life* сватко ће нешто добити, и то без нужде да се мијења било шта од постојеће збиље“. Проналазак је и моћан и парадоксалан: „Посјетиоци кина и читаоци магазинских прича гледају ружичасте успоне као да су у постојећем друштву правилом, и *happy-end* постаје капитализму то нужнијим што су шансе за успон у постојећем друштву постале мањима, што мање наде може оно пружити. К тому долази 'морално' дозирање доброг исхода; јер не бива сватко богатим и сретним, толико шећера нема чак ни у свијету магазина. Него је рачун у банци резервисан само крепоснима, за зле је пак, и само за њих резервирана биједа; тако настаје једно од најдрстичнијих изокретања стварног стања“ (Bloch,1981:513).

У подели улога у причама с *happy-endom* они који гладују, живе у сламовима, допану затвора, по правилу су „ружни, прљави, зли“. Без обзира што капиталистичко друштво никада није успело да докине беду и понижење, гајење неограниченог презира према сиромаштву и сиромашнијима је одлика тог друштва која у XX веку поприма размере потрошачке епидемије. Ту се начело унеколико модификује: онај ко нема да троши све више и више, не мислећи и чинећи то као нешто друштвено најпожељније – осећа се као изоловано биће, екскомуницирано из „потрошачког полиса“. „Осећам се боље кад нешто купим“ или „Имам потребу да одем у куповину и купујем, било шта“ исповедаће се многа домаћица чији је живот затрпан ТВ-рекламама, коју опседају издавачи помамних сјајних “*Best Shopinng*” магазина, чији су сандучићи препуни инсертација, препорука, позива и чије су очи засењене билбордима од којих се не може видети ни небо, ни цвет.

Метастаза капитализма *happy-enda* настала је у другој половини XX века, који је драстично продубио потребу човека за нечим што се сматрало и капиталистичким антивредностима. Од штедње и посвећености раду, као врхунски прокламованих вредности „слободног друштва“, стигло се на други крај скале вредности. Како је приметио Ерих Фром никад није мањкало капиталиста који се нису суздржавали у бацању новаца на раскош и разметање, али „класични представници капитализма уживали су у раду – не у трошењу“.

Капитализам је већ усавршио и механизме који су појединца претворили у „убеђеног потрошача“. Ти механизми су довели до тога „да спољашњи ауторитет изгуби свој углед и да *човекова савест* преузме место које је спољашњи ауторитет некад заузимао“. У неком другом времену када би појединац сам долазио до свог

мишљења та промена би била – слобода. Међутим, „ова промена је (само) изгледала као победа слободе“ (Фром, 1969:156). Грађанско друштво је пронашло начин како да уместо јавног спољашњег ауторитета човеком завлада *анонимни ауторитет*. Тај анонимни ауторитет се „прерушио у здрав разум, науку, психичко здравље, нормалност, јавно мишљење“, уочава Фром. „Он не захтева ништа сем оног што је само по себи очевидно. Било да мајка каже својој кћери: 'Знам да нећеш волети да излазиш с тим младићем', било да нам нека реклама сугерише 'Пушите ову врсту цигарета – свидеће вам се њихова свежина' – иста атмосфера тананог сугерисања стварно прожима читав наш друштвени живот. Анонимни ауторитет је делотворнији од јавног ауторитета, јер човек никад не може да посумња да се од њега очекује да поступи према некој наредби“ (Фром, 1969:157).

То је околност која због своје неприродности потпуно имобилише човекове механизме самозаштите. „У спољашњем свету очигледни су наредба и наредбодавац; човек може да се бори против ауторитета и у тој борби могу да се развијају лична независност и морална храброст. Али док у интернализованом ауторитету наредба, мада унутрашња, остаје видљива, у анонимном ауторитету невидљиви су наредба и наредбодавац. Као да на вас пуца невидљиви непријатељ. Никома и ничему не можете узвратити ударац“ (Фром, 1969:157).

Ерих Фром то назива „владавином савести“. Чак ни контрола „више силе“ натприродних бића није тако перфидна, јер овде „појединац њене Наредбе (наредба продуковане свести) осећа као своје: како се може бунити против себе?“ Све постаје као безваздушни и бестежински простор. И „ми тешко можемо да оценимо до које мере су наше жеље, мисли и осећања стварно наши, а у којој мери су нам наметнути споља... Постали смо аутомати, а живимо у обмани да смо појединци који поседују властиту вољу“ (Фром, 1969:226).

Пресељен из предратне Европе у убрзану стварност *American-way-of-life* и Фром је на примеру култног продукта америчке културе, јунака цртаног филма Паје Патка, истраживао смисао обмане у којој главни јунак увек, по дефиницији културног обрасца, пролази кроз разне перипетије, излаже се увек великим ризицима, доводи га акција на ивицу провалије, следи одлучни обрачун, али и њега и публику увек чека - *happy-end*. [Детаљима ове анализе смо се бавили у Уводу овог рада.] Његов закључак није далеко од Блоховог, али је овај други много експресивнији и носи више јаке наде. „То су старе недјељне проповиједи, постале већ потпуним лицемјерјем, к тому индустријом шминке. 'Ако новац', каже Маркс, 'долази на свијет с природним крвавим

мрљама на једном образу, онда капитал долази од главе до пете крварећи и циједећи нечист из свих пора'; па му је, што даље, то више потребна маска за исход, сретан исход што га доноси доброта. Али *happy-end* није само лажљив, он је постао такођер плитким као још никада, ограничује се на смијешак рекламе за аутомобиле и парфеме“ (Bloch, 1981:514). Блох верује да се *happiness* друштва *happy-enda* „уистину чак и више него мртваци граничи с ничим“ (Bloch, 1981:514).

Све то је на почетку друге половине XX века било прецизно констатовано и описано. Размишљало се о томе који пут је излаз и које снаге ће бити снаге промене. Међутим, уследило је време оног што се звало „хладни рат“, а што је носило „претњу атомском катастрофом, која би могла збрисати човечанство“ што је све „реалне проблеме“ друштва бацило у други план. Онда је технолошки прогрес који је текао паралелно с тим прогресом технологије наоружања подигао животни стандард и распршио наде левичара да би – револуције могле променити све. Напротив. Маркузеов цинизам с почетка шездесетих година прошлог века примећивали су само интелектуалци, помало и смешни у својој брижности за слободом. Звучало је, без обзира на претећу интонацију, симпатично тачно: „У развијеној индустријској цивилизацији превладава угодна, уходана, разумна, демократска неслобода“ (Marcuse, 1968:21). Ипак, и у дубокој сенци „хладног рата“ слобода се 1968. повампирила тек на трен, али – тражња за њом није изашла из маргиналних група на Западу (црнци, студенти) и – трећег света у планетарним политичким констелацијама.

Таква варљива слобода човека чији је „ум заробљен“ законима тржишта и обликован драматичним технолошким прогресом произвођила је – одговарајућу културу. Њен најкраћи и најубедљивији опис садржан је у наслову поглавља сад већ класичног рада Макса Хоркхајмера и Теодора Адорна: „Индустрија културе – просветитељство као масовна обмана“. А оквир томе феномену садржан је у наслову саме књиге „Дијалектика просвјетитељства“ (књига је написана до 1944, а објављена 1947) која том историјском тренутку намеће „задатак да спозна зашто човјечанство, умјесто да пријеђе у истински људско стање, тоне у барбарство нове врсте“ (Horkheimer, Adorno, 1989:7). Овакав став је сам по себи дијалектички парадокс, јер „просвјетитељство схваћено у најобухватнијем смислу као напредујуће мишљење, одувијек је слиједило циљ ослобођења људи од страха и постављања људи за господаре. Али, до краја просвјетљени свијет сија у знамењу тријумфалног зла“ (Horkheimer, Adorno, 1989:17).

5. Просвећеност као масовна обмана

Та тврдња делује драстично, претећи и провокативно јер је просветитељство или просвећеност у темељу новог западног друштва и узима се као један од најважнијих његових интелектуланих састојака. Просвећеност је „извршила снажан утицај на живот у Енглеској, Француској и Немачкој“ и логично, преко ова три кључна западна друштва на остале делове Европе. Мото просвећености је Кантова парола „Усуди се да знаш“, а „велики оптимизам у погледу могућности разума да може да контролише људски живот“ проносили су у Француској најубедљивије енциклопедисти, у Енглеској деисти, у Немачкој са нешто закашњења покрет познат као *Aufklärung*. „У свим областима културе осећао се утицај просветљености разумом. Исти дух разума који је покретао Њутнову науку, Локову филозофију и деистичку религију, осећао се и у литератури Корнеја, Расина, Молијера, у Баховој музици, у симетричкој архитектури Версаја и контролисаној рационалности Рембранта“ (Риз, 2004:691).

Виљем Риз подсећа да је „оптимизам просвећености отворио пут и дао снагу романтизму XIX века. Немачка је скоро симултано била под утицајем обе стурје. Међу противницима просвећености у XIX веку може се споменути романтични песник Новалис који је осећао да тешка и пребрза дистинкција које је уводила просвећеност не допуштају прави поетски однос између коначног и бесконачног“ (Риз, 2004:691).

Међутим, кад је Френсис Бекон, „отац експерименталне филозофије“, како је за њега говорио Волтер, утврдио да се надмоћ људи састоји у знању у коме су „смјештене многе ствари што их краљеви не могу купити свим својим благом, које не подлијеже њиховој заповиједи, о којима њихови иследници и изасланици ништа не извјештавају, а морепловци и истраживачи не могу стићи до земаља из којих долазе“ (Hrokheimer, Adorno, 1989:18) – он је, могло би се упрошћено рећи, огласио *утемељење знања као моћи*. А „знање које је моћ не познаје границе ни у поробљавању бића ни у услужности спрема господара свијета“ (Hrokheimer, Adorno, 1989:18).

Тако се Беконово чедо временом развило у Франкештајна. „Као што њиме (знањем, прим. С.Р.) могу бити извршене све намјере грађанске привреде у творници, тако њиме могу располагати сви предузимачи без обзира на поријекло“ (Hrokheimer, Adorno, 1989:18). Таква мисао има „бит свог знања“, а то је – техника. Консеквентна друштвена последица је – пошто техника „не смјера појмовима и сликама, срећи увида, него методи, *израбљивању рада других, капиталу*“ – оно што су Хоркхамјер и Адорно

назвали „принцип уништавајуће рационалности“. Конкретније речено: „Оне многе ствари које се, као што каже Бекон, још скривају у знању и саме су инструменти: радио као сублимирана тискарска преша, авион-ловац као дјелатнија артиљерија, даљинско управљање као поузданији компас. Људи желе од природе научити како је треба примијенити да би се владало и њом и људима. Ништа друго не важи. Просвјетитељство је, без обзира спрам самог себе, разорило и последњи остатак властите самосвијести“ (Horkheimer, Adorno, 1989:17).

По Хоркхајмеру и Адорну, франкештајновски принцип немогућности контроле, у случају просвјетитељства сасвим је на делу у модерном друштву. „Пред данашњим би тријумфом смисла за чињенице чак и Беконов номиналистички *credo* био сумњив као метафизика и био би проглашен испразним, каквом је Бекон прогласи схоластику! Моћ и спознаја су синоними” (Horkheimer, Adorno, 1989:18). А најпоразнији резултат, најнехуманији, јесте чињеница да се „на путу нововјеке знаности људи одричу смисла. Појам надомјештају формулом, узрок правилом и вјеројатношћу.“ Оно што људи називају истином није више циљ људске врсте који треба испунити, данас се „ради о *'operation'*, о ефикасном поступању; 'истински циљ и надлежност знаности' није садржан у 'палузабилним, пријатним, угледним или ефектним говорима, или било каквим увјерљивим аргументима, него у дјеловању и раду и откривању раније непознатих појединости за бољу опремљеност и помоћ у животу'. Не смију постојати никакве тајне, али ни жеља за разоткривањем (Horkheimer, Adorno, 1989:19)“, утврђују Хоркхајмер и Адорно у својим „филозофским фрагментима“.

Тако свет у коме је врховни приступ друштвеног деловања *индустрија* добија и – индустрију културе. Појам „култура“ би овде најлакше могао да се подведе у разликовање које је установио Алферд Вебер у својој „културној социологији“ а „који сматра да у 'културу' спадају филозофија, религија и уметност, а у 'цивилизацију' наука и технологија“ (Риз, 2004:489). Западна култура, како је то тридесетих година означио млади припадник Франкфуртске школе Херберт Маркузе, има идеалистички однос према стварности. Још је Платон афирмисао мисаону релацију да се „материјалном у свијету и поретку друштва у којем људи жуде за богатством супроставља свијет идеја или духовних вриједности као једино истинит и лијеп“ (Катунарић, 1990:60). Те се у тако постваљеној хијерархији вредности „култура“ сматра нечим не само различитим, него и узвишенијим од „дивилизације“ (материјалне свакидашњице). Западна култура „не подрзумијева толико бољи колико племенитији свијет; свијет који треба остварити не превратом материјалног поретка живота, него збивањем у души индивидуе“,

објашњавао је Маркузе суштину „афирмативног карактера културе“. Таква култура, у ствари, служи оправдавању постојеће беде и неправде, што реално води друштво у резигнацију, забаву, музејски простор, а постојећи јаз између среће и несреће се уопште не премашује (што грађански идеализма стално сигналише и обећава) већ само продубљује. Да би се друштво оумило и – из таквог извора материјално напредовало, мора бити темељно промењена та „неумна друштвена организација“ (Маркузе).

б. *Индустрија културе као објашњење „масовне културе“*

Намонтиран уз такву идеализовану и узвишену „културу“ појам „индустрија“ звучи и злокобно и цинично, и претеће и опомињуће. Етимолошки „индустрија, lat. (*industrius* – марљив, радин) означава радиност, марљивост, пословање, насупрот идеализованом стваралаштву, а „индустријализација“ је рационализовање организовања производње. У капиталистичком свету важи да је та суштина друштвена промена, индустријализација, извршена на три основна начина: „пут отимања и пљачке колонија, пут ратног пораза и контрибуција које врши једна земља према другој, пут концесија и зајмова којима капиталистичке развијене земље заробљују заостале земље“ (Клаић, 1990:585).

Сам идиом „индустрија културе“ скован је да би се успоставио и однос према двосмисленом и тада већ раширеном називу „масовна култура“. У *operation* добу, добу кад се дестимулише „свака жеља за разоткривањем“, кованица „масовна култура“, објашњавали су „франфуртовци“, сугерише погрешано и заводљиво, да се ради о култури која се „спонтано уздиже из маса“. За мислиоце „критичке теорије“ пристајање на ту велику друштвену обману је апсолутно неприхватљиво. Они читаву своју теорију подижу на противљењу пристајању на ту врсту обмана. Зато се наглашава да је *културна индустрија* организована тржишна продукција и њени потрошачи су, као и сви потрошачи индустријског доба – само објекти индустрије, које она обрађује, профилише, теше, мења, прилагођава као и саме индустријске производе. Такви потрошачи не могу добијати оно што би, кад би били слободни да пожелеле, узимали по својој мери и стварној својој потреби, они су само последње одредиште за производе планског репродуковања добара намењених потрошачкој гомили, која – што је кључна карика плана – производ не може одбити.

Валтер Бењамин је друштвени смисао за тај процес видео „повезаним са све

већим значајем маса у данашњем животу“ (Бењамин, 1974:121). У чувеном спису „Уметничко дело у веку своје техничке репродукције“ (1936) Бењамин констатује да је „'приблизити' ствари просторно и људски исто тако страна жеља данашњих маса као што је њихова тенденција да преодоле непоновљивост сваке датости путем примања њене репродукције. Из дана у дан се све неодложније испољава потреба да човек из највеће близине дође до предмета – у слици, боље рећи у копији, у репродукцији“ (Бењамин, 1974:121). Све то, наравно, не може без техничког напретка према коме је Бењамин амбивалентан, јер верује да „друштво није било довољно зрело да технику учини својим органом, да техника није била довољно развијена да савлада друштвене елементарне снаге“ (Бењамин, 1974:148).

Он полемише с Хакслијем који држи да је “технички напредак (уметност, прим. С.Р.)... одвео у вулгарност“ и да он не води унапређењу уметничког стварања него се испоставља „да је у свим уметностима, како апсолутно тако и релативно посматрано, *производња отпада* (курзив, С.Р.) већа него што је било раније“ (Бењамин, 1974:135). Иако је Бењамин држао да Хакслијев „начин посматрања очигледно није напредан“ (Бењамин, 1974:135) он није бежао од закључка да се процес технизирања уметности тих тридесетих година од „масовна репродукција“ претвара у „репродукцију маса“. „У великим свечаним поворкама, у циновским зборовима, у спортским масовним приредбама и у рату, што данас све приказује сниматељска апаратура, маса гледа саму себе. Ова појава, чију далекосежност не треба наглашавати, најтешње је повезана са развитком технике репродукције“ (Бењамин, 1974:147).

Шта је крајњи циљ тако великих друштвених померања? Који је велики циљ вредан тако великих друштвених ломова? Јер, показаће се тачним Бењаминово пророчанство да „сви покушаји за естетизацијом политике имају врхунац у једној тачки. Та тачка је рат“ (Бењамин, 1974:147). И сад смо код Бењаминовог закључка да ни рат, дакле, није превелика цена „да се масовним покретима највећих димензија постави циљ, [да се] сачувају наслеђени својински односи. Тако политика формулише стање ствари. Техника га формулише овако: само рат омогућује да се мобилишу целокупна садашња техничка средства за чување својинских односа“ (Бењамин, 1974:147).

То што је Валтер Бењамин разумевао суштину индустријализације културе и њену друштвену основаност није му помогло да се снађе у вихору друштвених ломова које је најављивао. Он је 1934. емигрирао у Париз као и многи сарадници из Франкфуртског института за социолошка истраживања. Кад је 1939. Адолф Хитлер

повео Други светски рат „Французи га [Валтера Бењамина] затварају и држе интернираног пуна три месеца, као држављанина непријатељске земље. Посредством пријатеља добиће, додуше, визу за Америку, али се пут до те земље, где је коначно требало да нађе уточиште, претвара у бекство пред немачким трупима које надиру кроз Француску. Бењамину полази за руком да пређе шпанску границу, али у малом пограничном утврђењу којег се био докопао стављају му до знања да ће бити изручен Гестапоу... Суочен са чињеницом да ће му, можда, већ сутрашњи дан донети најсвирепија мучења, Бењамин је донео одлуку да не сачека тренутак изручења, већ је дробровољно пошао у смрт, уневши у своје крхко тело отров који је скривено носио са собом“ (Константиновић, 1974: 17). Рат који је он најавио разрешиће неке напетости, али сами ток културе у којој доминира репродукција а ауре уметничких дела бива разорена наставиће се. И све ће добити дотад непознато убрзање.

Процес је заокружен и тоталан. Стално се дотеже у складу с технолошким достигнућима која доприносе ефикасности и профитабилности, тј. смањењу расипања напора и средстава. Перманентно се ради и на купцу и на производу. У питању је систем чије се последице, кад резигнација друштва почне да прелива „испродуковану срећу“, правдају и бенигно објашњавају управо напредовањем технологије. О технологији се онда приповеда, а та приповест се разбацује као плацебо, као о наддруштвеном, полубожанском феномену. Наводно, „судјеловање милијуна тражи начине репродукције због којих је неопходно на безбројним мјестима истим потребама добављати стандардна добра... Каже се да су стандарди изворно произашли из потребе конзумента и стога се, наводно, и акцептирају без отпора... При свему том се прешућује да је тло на којем техника задобија моћ над друштвом моћ економијски најјачег над друштвом. Аутомобили, бомбе, филмови тако дуго одржавају цјелину да њихов елеменат изједначавања показује своју снагу на неправди којој служе“ (Hrokheimer, Adorno, 1989:127).

Употребна вредност технологије добија свој смисао у одређеном друштвеном контексту. Тако у модерном добу имамо и резултат да „култура данас свему намеће сличност. Филм, радио, ревије представљају систем. *Сваки је одјељак складан у себи и сугласан с другима.* (курзив С.Р.) Чак и естетске манифестације политичких супротности подједнако величају челични ритам“ (Hrokheimer, Adorno, 1989:126).

Тај систем друштво претвара у земљу Орвелијану. Нема кутка у који би се човек могао склонити испред координираних и непрекидних утицаја и притисака културне индустрије. Нема доба дана у коме се људско биће може одморити од тих утицаја.

„Снага индустријског друштва једном за свагда дјелује у људима“, уочили су Хоркхајмер и Адорно. „Производи културне индустрије могу рачунати с тим да буду чак и у стању *растресености будно конзумирани*. (курзив С.Р.) Сваки од њих јесте модел огромне економијске машинерије која све и сваког од самог почетка, *и при раду и при одмору који му наликује* (курзив С.Р.) држи у напетости. У сваком том филму, у свакој радио-емисији може се наћи оно што се ни једном појединачно него само свима заједно у друштву може приписати као дјеловање. Свака поједина манифестација културне индустрије неумитно репродуцира људе као оно у што их је претворила цјелина. У томе да *процес једноставне репродукције не пређе у проширену* (курзив С.Р.) будно воде рачуна сви његови агенти, од продуцента па до женских удружења“ (Horkheimer, Adorno, 1989:133).

Да не би било забуне, пред повременим јасно димензионираним и систематски лимитираним критикама или нихилистичким жалопојкама, „културна индустрија“ је циљ и достигнуће либерализма. Либерална мисао ће ту и тамо приметити понеку девијацију, чудити се тешким и очигледним последицама, али она у принципу неће доводити у питање систем. Кад се дијагностицирају погубне последице претварања културног стварања у индустријско продуковање масовних културних роба, свођење креативности на унапређивање и пројектовање потребних „шрафова“ за капиталистичку машину, либерална мисао ће трагати за „аспирином“ који ће смањивати главобољу и у крајњим случајевима упуштати се у операције које ће отчепити артерије и омогућити сношљивије мучнине. Ту се увек ради у саветовању за крпљења, затезања, прикривања. То је ритуал, начин да се индустрија још дубље укопава у друштвени резултат. „Јавност сувременог друштва не допушта да дође до било каквог јавног оптуживања у чијем звуку они који добро запажају не би могли одмах чути ону проминентност којом ће се бунтовник измирити с властодршцем.“ А то више није стари, неотесани бунтовник, који „јуриша на небо“, већ персону која је у фином и дугом процесу глачања, притезања, лакирања у погонима „културне индустрије“ произведена и фиксирана у „бунтовника без разлога“. А „бунтовничко“ понашање је дефинисано: „што је већа провалија између збора и солиста, то ће сигурније мјесто на врху добити онај тко *добро одмјереном упадљивошћу* зна показати своју супериорност“ (Horkheimer, Adorno, 1989:137).

Тако „културна индустрија“ за либерализам и капитализам обавља важан посао: „отвара путеве онима којима је стало до успјеха“. Како су се предузетници повукли у „доколичарски класу“, а монополисти започели јавни, у основи фингирани рат против

монопола, „тржиште, које се данас умногоме већ затвара, има још функцију пружања пута способнима, иако се његова слобода и на подручју умјетности и на другим подручјима састоји у томе да глупима пружи слободу умирања од глади. Није случајно да систем културне индустрије произилази из либералних индустријских земаља па су у њима трујумфовали сви њезини карактеристични медији, нарочито филм, радио, цез и илустрирани часописи“ (Horkheimer, Adorno, 1989:138), писали су Хоркхајмер и Адорно 1944. Овом списку ће се у послератном времену додати поп и рок музика, телевизија и све њене еманације, те интернет и средства дигиталне технологије.

7. *Зашто се Адорно вратио из Америке?*

Деценију касније, објашњавајући зашто се вратио у Немачку из Америке, Теодор Адорно ће из теоријске уопштености сићи до света реалности индустрије културе. У тексту насловљеном „На питање: Што је њемачко“ (из 1969. године) Адорно је наводио пример, како му је издавач у Америци, „уосталом такођер емигрирани Европљанин“, затражио да штампа главни део његове већ познате, афирмисане и цењене књиге „Филозофија нове музике“. Човеку, који је духом и пореклом Европљанин, то дело се допало, али је као Американац, издавач у земљи доминантне индустрије културе, затражио да му аутор то што је, за амерички ум, ипак, *badly organized* - темељно преради за америчко тржиште. „Рекао сам самом себи да је то нешто чега бих у Њемачкој, унаточ свему што се збило, био поштеђен. Неколико година касније се поновило исто то, у гротескно претјераном облику“ (Adorno, 1990:317).

Као значајан и светски познат мислилац Т.В. Адорно је позван да говори у психоаналитичком друштву у Сан Франциску и тај текст је организатор узео за објављивање у часопису. После урађене коректуре текста, кад је он коначно стигао Адорну на увид, „открио сам да се нису задовољили исправљањем стилистичких недостатака какви емигранту могу помоћи. Читав је текст промијењен до неприпознатљивости, није више било могуће открити темељну интенцију“ (Adorno, 1990:317).

Како је то могуће?

Адорно: „На свој сам уљудан просвјед добио ништа мање уљудан одговор да часопис свој углед захваљује управо својој пракси да све прилоге изложи таквом *editing*, таквом редигирању. То му даје једнообразност; одустајући од тих предности

нашкодит ће самом себи“ (Adorno, 1990:317).

Шта је могућ избор пред таквом неувиђавном и безобзирном ултимативношћу човека који држи до значаја и вредности слободе мишљења и говора?

Адорно: „Ипак сам одустао; тај се текст данас налази у свеску *Sociologica II*, у доста вјерном њемачком пријеводу. На том се тексту може провјерити да ли га је требало профилирати кроз споменути строј, у складу с оном готово универзалном техником адаптације, обраде, аранжмана што су јој у Америци подвргнути немоћни аутори. Ове примјере не наводим да бих се тужио на земљу у којој сам био спасен, него да бих објаснио зашто нисам остао. У успоредби са стравом националсоцијализма моји су литерарни доживљаји багатела. Но кад сам ето преживио, могло се ваљда оправдати да сам потражио увјете за рад који су га најмање угрожавали“ (Adorno, 1990:317).

Шта је основ за немирење с толико ригидним правилима тако темељно уређеног друштва?

Адорно: „Био сам свјестан тога да аутономија, коју сам бранио као апсолутно право аутора на интегрални облик своје продукције, с обзиром на крајње рационализирано привредно искориштавање и духовних творевина, има уједно и нешто назадно. Оно што се захтијевало од мене није било ништа друго до конзеквентна примјена закона узнапредовале економијске концентрације на знанствене и списатељске производе. Но то, с обзиром на прилагођавање напредније, неизбјежно је, по мјери ствари, значило назадовање“ (Adorno, 1990:317).

А у чему је, у ствари, проблем с увођењем једног реда у културне творевине?

Адорно: „Прилагођавање пресијеца пут онеме по чему се духовне творевине уздижу над по себи већ управљену потрошачку потребу, пут у, можда, ново и продуктивно. У овој земљи (СР Немачка, прим.С.Р.) захтјев да се и дух прилагоди још није тоталан. Још увијек се, макар са сумњивом оправданошћу, разликује између аутономних производа духа и оних за тржиште. Таква економијска заосталост, за коју је неизвјесно колико ће потрајати, уточиште је за све оно напредно што не сматра да су владајућа правила друштвене игре сва истина“ (Adorno, 1990:318).

Шта се, у ствари, дешава кад тржишни ред дефинитивно превлада?

Адорно: „Кад се једном дух, како би то многи хтјели, претвори у погон, прилагоди купцу што га посао овладава користећи његову инфериорност као излику за властиту идеологију, с духом је једнако темељито завршено као што је под фашистичким батинама“ (Adorno, 1990:318).

На крају остаје питање: ако се култура ипак не пода индустрији сасвим, куда то води?

Адорно: „Интенције које се задовољавају с постојећим: рекао бих, квалитативно модерне интенције, живе од заосталости у економском процесу произвођења вишка вриједности. Ни та заосталост није национална њемачка посебност, него свједочи о укупним друштвеним противрјечјима. Повијест до сада не познаје праволинијско напредовање. Све док се одвија само у једном плану, путањом пуког овладавања природом, оно што то духовно надмашује, утјеловљује се више у ономе што није сасвим у складу с главним тенденцијама, него у ономе што је *up to date*. То може још у политичкој фази која Њемачку у великој мјери као нацију оставља у функцији свјетске политике – уза све опасности поновног буђења национализма, коју то доноси – бити шанса њемачког духа“ (Adorno, 1990:318).

Европљанину који се осећа као уморни путник на „путу капитализма“ после Другог светског рата (са свешћу да су оба светска рата изазвана противречностима тог друштва и да су они били светски због природе тог друштва чија трка за профитом не зна за границе и било какве препреке и ограничења) овакво образложење делује – логично и, сад се већ може рећи и пророчански. Иако се некритички (нео)либерализам или руинирани конзервативизам неће сложити са „културним марксистима“ у закључцима да су једино могућа револуционарна решења стања, они неће одбијати чињенице да је „индустрија културе“ на делу, да је традиционална култура – и народна и елитна – потиснута на друштвену маргину.

У самој Америци, међу научницима с други страну идеолошког спектра, „културни марксисти“ (како се нимало неутрално називају мислиоци „франкфуртске школе“) оличавају не само опасне „дрвене“, него би се могло рећи и – велико зло. За тзв. левицу у Америци, коју на политичком плану покривају демократи, они су сувише критични, а њихови методи се држе опасним марксистичким средствима. За конзервативце они су „јахачи апокалипсе“. Патрик Бјукенен, вероватно најутицајнији амерички конзервативни интелектуалац, оптужиће их – веровали или не - за све невоље модерне Америке. У бестселеру *Death of the West* („Смрт Запада“) он „франкфуртској школи“ посвећује значајан простор. Иако су се они, по доласку у Америку у другој половини тридесетих, поред рада на универзитетима, ставили на располагање и влади те земље у сукобу против њихове матичне земље Немачке, Бјукенен их представља као најгоре антиамериканце. [Зна се да су Франц Нојман, Херберт Маркузе, Кирххајмер и други радили „у оквиру америчког владиног Уреда за

стратешке активности (*OSS*, из кога је после настала *CIA*) у циљу америчког запосиједања Немачке и поновног успостављања демократије” (Катунарић, 1990:98).]

Патрик Бјукенен их оптужује за деструкцију хришћанских вредности, одрођење Американаца од своје војске и херојског жртвовања за домовину, за разарње америчке породице, за успон феминизма... „До увођења сексуалног образовања у школе у Америци дошло је захваљујући Лукачу, Рајху и Франкфуртској школи. Милиони жена на Западу сада деле феминистичко непријатељство према браку, мајчинству... Контрацепција, стерилизација, абортус и еутаназија – то су четири јахача апокалипсе 'културе смрти', које ће Свети отац кудити док не умре. Пилула и кондом постали су срп и чекић културне револуције“ (Бјукенен, 2003).

У бесомучном рату за „конзервативну Америку“ Вилијем Линд, директор Центра за културни конзервативизам при Фондацији слободног прогреса је „оптужницу“ проширио и на оно против чега су се „франкфуртовци“ најжешће и најистрајније борили – на индустрију забаве. „Индустрија забаве“, тврди Линд, „у потпуности је присвојила идеологију културног марксизма и стално је понављала, не само у проповедима, већ и у параблама; јаке жене које пребијају слабе мушкарце, деца која су мудрија од својих родитеља, покварени свештеници које изигравају подругљиви бескућници, црнци из више класе који се супростављају насиљу белаца из ниже класе, тврди хомосексуалци који воде нормалне животе. То су све измишљотине, преокрет стварности: али медији забаве, чине да то изгледа реалистично, чак више него свет око нас“ (Бјукенен, 2003).

Из увида у њихове биографије познато је да су „франкфуртовци“, углавном завршавали у резигнацији због осећаја да су залуд покушавали да свет упозоре куда овакав капитализам и употреба модерних пропагандних средстава воде. Бјукенену, у обрачуна с непријатељима конзервативне Америке, очигледно, нису потребне чињенице. Он је „уочио“ да су Ђерђ Лукач и Антонио Грамши први схватили да политичка револуција као суштина марксизма не може да прође у датом историјском контексту, па су лукаво прешли на „резервни положај“ – успостављање културне контроле над Западом. Њихови почетни резултати су били „камен темељац“ Франкфуртске школе која је имала „огроман утицај на америчку културу и интелектуалну историју. Али за разлику од болшевика они нису напали Зимски дворца, зграбили власт и нису нематнули своје идеје уз помоћ силе и терора, нису били дивови као Маркс. Мало Американаца уопште зна ко су они. Они су били интелектуални отпадници и морални изроди, тачно, али су били и људи који су

мислили 'ван кутије' и коју су пустили у промет идеје како би се успешно могла обавити револуција на Западу. И њихове идеје су победиле. Америчка елита, која можда данас и не зна ко су били франкфуртски мислиоци, спремно је прихватила њихове идеје“ (Бјукенен, 2003).

8. *Ко мисли слободно, странац је међу нама*

Како год да се схвате оваква мишљења, то неће променити чињеницу да је за разумевање промене карактера медија у касном капитализму теорија „индустрије културе“ незаобилазна, и могло би се рећи – кључна. Она је повезала друштвене елементе класичног капитализма који су „обећавали“ усавршавање мапикулације у западној демократији с резултатима „касног капитализма“ – и читавом процесу дала смисао. Дакле, није реч о инциденту, изненадном заокрету, друштву које се потпуно „отуђило“ од своје суштине. Реч је о „структуралној грешци“ у самом механизму, без које механизам капитализма никад не би био оно што јесте. Хоркхајмер и Адорно су у основном тексту утврдили да се „анализа коју је пре сто година дао Токвил међувремену сасвим обистинила“. Један од класика грађанске научне мисли је у XIX веку уочио да „под владавином приватних културних монопола тиранство заиста 'пушта тијело слободним и лаћа се изравно душе. Владар тамо не говори више: мисли попут мене или ћеш умријети. Он каже: слободно можеш мислити друкчије од мене, остат ће ти твоја добра, твој живот и све твоје, али од данас си странац међу нама“ (Horkheimer, Adorno, 1989:139).

Касни капитализам је пронашао да је илузија екскомуникације казне, најделотворнија казна, којом се масе могу држати у покорности. То није непознато средство – ни у грчким полисима, ни развијеном хришћанству, али у касном капитализму – који је остао без својих изворних носилаца предузетника и свог природног амбијента слободног тржишта – средство претњом екскомуникације је доживело своју најусавршенију и најефикаснију изведбу. У том друштву „оно што није конформистичко осуђено је на економијску немоћ која се наставља у духовној немоћи особењаштва. Будући да је избачен из погона, лако му се може доказати недостатност. У материјалној се продукцији данас механизам понуде и потражње распада, али у духовној продукцији делује као контрола у корист оних који владају“, (Horkheimer, Adorno, 1989:139), утврдили су писци „Дијалектике просветитељства“. Утемељеност тог контролног механизма је дубока: „Потрошачи су радници и намјештеници,

фармери и малограђани. Капиталистичка производња је до те мјере захватила њихово тијело и душу да се без отпора предају ономе што им се нуди. Као што су, свакако, подређени увијек озбиљније схваћали морал који су им наметали господари него господари сами, преварене масе данас много спремније од оних који су успјели прихваћају мит о успјеху“ (Horkheimer, Adorno, 1989:139)

У овом ставу је садржана најтемељнија критика демократије, тј. система западне демократије. Ради се о проблему „малог човека“, његовој онеспособљености за учешће у друштвено делотворним демократским процесима. На његова нејака плећа је формално положен велики историјски задатак, а сасвим је извесно да га он овако припремљен не може носити и та чињеница служи као морално оправдање за „владање у његово име“. Зато су креатори система и управљачи системом „малом човеку“ предвидели салве лепих речи, историјско тапшање по рамену, најамнички положај у радном процесу и периодично оверавање квалитета система кроз бацање мишљења записаног на гласачким листићима у гласачке кутије. Тако је обезбеђена и недодирљивост система и сигурност чувара система. „Мали човек“ може само да побегне у апстиненцију. То је једина његова неупитна слобода. „Велики људи“, богати и учлањени у „доколичарску класу“ могу да живе од дивиденди уложених на заштиту система. Није одређено колико се мора појавити „малих гласача“, али колико год да их буде, пошто увек бирају између истих, систем није угрожен. Тако демократски систем, у ствари, има исти однос према себи као и сви други. Може се уклонити само преломом и радикалним методима.

Најбескомпромиснија и најбеспощеднија критика „малог човека“, супстрата демократије, дошла је од Вилијема Рајха. „Чуј, Мали човече“ је невелик спис, сачињен 1946. и годинама, после рата и у време великог успона демократија, скриван од „демократске јавности“ у Сједињеним Државама. Чак га је 1954. суд у Мејну осудио „на ломачу“. Било је одређено да се уништи као и остали Рајхови субверзивни списи. Рајх је „због одбијања сарадње са судом“ на уништењу „опасног учења“ и тих опасних материјала допануо затвора, али списи нису изгорели. Рајх никад није изашао из тамнице. Умро је у Централном затвори после две године, у новембру 1957. године. Његове поруке „малом човеку“ су испливале на светлост дана две деценије касније.

Звучале су, како је мислио и онај судија из Мејна, као „бес полуделог човека“. Јер, као што се одложена истина никад не говори у „доброј кући“, тако се у великим демократијама на ноторне чињенице гледа с „разумевањем“. Како је могао и изгледати „малом човеку“ бесна „оптужба“ да је он пристао на манипулацију, да даје

„властодршцима право да владају. У име Малог човека! А сам си нем.“

Ћутање је ту само део „вештине“ и разрађеног ефикасног начина јавног реаговања: „Знам, Мали човече, да ти је намах при руци дијагноза лудила ако ти истина не одговара. А ти се осећаш као *homo normalis!* Луде си ставио иза браве, а нормални управљају овим светом... Па ко је онда крив за несрећу?“ (Рајх, 1997) Манипулатори, нада се Рајх, ипак ће се суочити с разгоропађеним Малим човеком кад он постане свестан сам себе. „Одавно би већ збацио своје стварне тлачитеље да ниси трпео тлачење и често га директно помагао. Никава полиција на свету не би имала довољно моћи да те тлачи кад би у својој свакодневици имао иоле самопоштовања“ (Рајх, 1997).

Узалудно је ово мамузање Малог човека. И Рајх то осећа. Ову причу је још пре три века испричао Боесије у парадигми о „добровољном ропству“. Али, колико год је део проблема савременог друштва несумњиво део природе човека, што се углавном игнорише и прескаче, толико је други део те исте природе – стална приправност на побуну, осећај да су системи само привремени а вечни су човек, његова природа и његови стални напори да се траже Правде и Слободе.

Тачно је да „ниједан од тих Малих људи не плаћа цену стварне слободе коју су морали да плате Ђордано Бруно, Исус, Карл Маркс или Линколн“ (Рајх, 1997), и да у херојском чину тих великих људи увек има и јаког презира према Малом човеку, и да „они те не воле, јер ти сам себе презиреш, Мали човече“, али и *култура* (као врста друштвеног напора у коме ови хероји носе највише вредности, и која Малом човеку даје магловите назнаке моћи људске духовности што код већине људи остане само потенцијал, и нејасан зов) само је део друштвене реалности. Рајхова нетрпељивост углавном је нетипична за историјски однос према Малом човеку, коме су уосталом и класици марксизма „одобрили“ да он „прво мора да једе, пије, има кров над главом и обуче се, па тек онда може да се окрене политици, науци, уметности, религији“. Ове Енгелсове речи из марта 1883. изговаране на Марксовој сахрани, марксистички склони филозофији и нијансама, оцењивали су као грубе и поједностављене, међутим, Марксов пријатељ је без сумње знао шта прича. То јесте неки ред ствари, посебно за теорију која се стварала и развијала с јасном интенцијом да постане пракса, реалан живот, оружје историје. Култура је у капиталистичком друштву „роба“ другоразредне вредности. Више средство.

И крик с краја прве половине XX века који су Хрокхајмер и Адорно резигнирано описали као „индустрија културе – просветитељство као масовна

обмана“, само је логична последица тока ствари. А у почетку је однос „новог друштва“ – што је капитализам био од његових почетака из XVI века – према уметности био врло идиличан. „За време ренесансе... новопечени, обогачени грађани и принчеви који су с њима сарађивали били су широкогрудни заштитници. Људима стваралачког дара су тада отворени читави светови. Природњак, проналазач, инжењер, архитекта, вајар, сликар и писац били су често иста личност која је страсно прихватала доба у којем је живела и чији се основни став могао сажети у реченицу: 'Благо ономе ко је жив!' Други талас је наишао с буржоаско-демократским бунтом чији је врхунац француска револуција. И ту такође, у својој поносној субјективности, уметник је изражавао идеје свог времена, јер је управо ова субјективност слободног човека залажући се за човечанство и за уједињење своје земље и човечанства као целине у духу *слободе, једнакости и братства*, била застава доба, идеолошки програм буржоазије у успону“ (Фишер, 1966:56).

Као историјска вододелница се може узимати 1848. Незапамћен револуционарни талас преплавио је тада Европу, избацио на површину расположење народа у друштвима где му је дата обећана слобода политичког бирања и лажно право на слободно запослење при изнајмљивању свих своји потенцијала класи која организује производњу. Постало је јасно да су у „новом друштву“ велика обећања обезбедила да једна класа постане „једнакија од других“. Стање *Homo homini lupus* чему је Хобс претпоставио „друштвени уговор“ постало је легитимно стање. Слобода је зависила од новца. „Презрени“ су се подигли и одговорили револуцијом, као краткорочном реалистичном утопијом која је показивала шта народ мисли о новом друштву. Капиталистичка класа је одговорила својим позивањем на утемељено право да су промене у друштву дозвољене само „прописаним“ начинима и између снага које су и игри (као да је некад другачије било!), а да уљези могу да бирају или да се повуку у своју беду, у касту „јадника“ (Иго), или ће бити враћени државном силом. Побуне су гушене а народу су у руке дате заставе с паролама које су крајем XIX века измаштане по клубовима оних чија угроженост није могла да се пореди с угроженошћу оних који ће заставе носити кад оне сиђу на улице. *Liberte-Egalite-Fraternite* било је понуда коју „презрени на свету“ нису могли одбити.

Кад се народ повуче с улица у своје „долине суза“ и врати на чекање да се испуне велика обећања, уметност преузима побуну и право на слободу говора као друштвена сила која све то може извршити у имагинарним световима и чија неорганизованост никад није реална опасност за нежељене друштвене промене. Као

што ће после написати аустријски културолог Ернст Фишер (1899-1972) уметници ће препознати ту злу коб новог друштва: иако су први пут у историји оглашени за „слободне уметнике“ и „слободне личности“ они су осетили ту „ледену усамљеност“ јер је „уметност постала занимање упола романтично, упола трговачко“. Куповање прокламоване слободе било је само компликован модел меценства. Већ романтизам је био страствен, али и неконзистентан протест против „противречности размаханог капиталистичког друштва“ и делимично против просветитељског рационализма. Шатобријан, Берк, Колриџ, Новалис и многи други су „свечано одбијали просвећеност“, али су Шели, Бајрон, Стендал или Хајне без обзира на све, држали до дела просвећености. Међутим, у времену кад су преваре прочитане а заблуде схваћене, неизбежно је било враћање „златним временима“. „Можда је грожење на данашњи култ новца, гађење на ружан егоизам који се одасвуд помаљао, било прво што је навело неке песнике немачке романтичке школе, чије су намере иначе биле честите, да у прошлости потраже склониште до садашњости и да зајеле повратак средњег века“, позвао се Ернст Фишер у свом рационализовању тог процеса на емотивно опажање Хајнриха Хајнеа (Фишер, 1966:62)

Други су одговорили резигнацијом. Шарл Бодлер је показао „гађење на стварност“ и огласио повлачење у *l'art pour l'art*. Фишер је у том приступу пронашао нову „логику друштва“: „Могли бисмо да се подсетимо да је Маркс навео начело капиталистичких економиста – производња производње ради – чему одговара 'наука науке ради' или 'уметност уметности ради'. У сваком случају тржиште стоји у позадини“ (Фишер, 1966:77). Као што је Валтер Бењамин уочио то је сада наметало услове који су диктирали „начин живота, сасвим другачији него што је био ранијих песника. Бодлер је био принуђен да захтева достојанство за песника у једном друштву које само више није имало достојанства да га икоме пружи.“ Он ће после записати да је то најављивало екстремна стања друштва, и да је фашизама који „од рата очекује... уметничко задовољење чулног опажања измењеног техником... очигледно врхунац *l'art pour l'art-a*. Човечанство, које је некад, код Хомера, било предмет посматрања за олимпијске богове, постало је то сада само за себе. Његово самоотуђење достигло је онај ступањ који допушта да оно своје властито мишљење доживљава као естетско задовољство првог реда“ (Бењамин, 1974:148-9).

У овом овлашном прегледну промене уметности смислено је подсетити на импресионисте, чија је мекоћа облика и светла деловала надстварно, а који су у реалној свакодневици схватили да, како је сам Едуард Мане говорио, „искреност даје сликама

карактер протеста, мада је сликар можда хтео само да прикаже један утисак“. Иронија, и њихове судбине и суровости капитализма је, да су њихове слика после достигале највише цена на аукцијама.

Другачију естетику, дијаметрално другачји однос према стварности, носио је „натурализам“. Суочен са ужасима с које је човек могао виђати свуда око себе Емил Зола је сковао тај појам. Ослобођен свих илузија, скресаних надања после „афере Драјфус“, после незаборавног и натуралног поклича “*J'accuse!*” као уметничког одговора на изливе друштвеног мрака, Зола је у својим прибилешкама сам себи признао да „буржоазија издаје револуционарну прошлост да би заштитила своје капиталистичке повластице и одржала себе на власти. Приграбивши власт, неће да је уступе народу“ (Фишер, 1966:86).

9. *Кафкина исконска стрепња пред делом Фредерика Тејлора*

Данас то звучи као опште место. Али 1898. капитализам се још могао скривати иза неумрлих идеала. А неповерење уметника и њихов јед још су се могла доживљавати као егзибиционистичка претеривања. Та уметност је изнела на светлост дана бруталну дехуманизацију друштва, огласила је да су свет и живот одједном „сувише исцепкани“ (Хајне), подизала је нове симболе, бежала у нихилизам, мистификације... Стварао се осећај како велике вредности „нису твоје“ и да су све више удаљују.

Иначе, појам „отуђење“ је први користио Жан Жак Русо. Тако немирном духу, просто се није дало да у својој калвинистичко-републиканској Женеви не примети да се народ кога „представљају“ посланици „отуђује од свог колектива и на тај начин престаје да буде народ“. Идеалиста или реалиста, како се гледа, он је у „Друштвеном уговору“ писао да „суверенитет не може бити представљен; он битно почива на општој вољи и не допушта никакво представљање; он је или једно или друго; треће могућности нема! Прилике су, међутим, постале сувише сложене а државе сувише велике; отуда се подела државне власти и фикција 'народног представништва' не могу одбацити, али из тога проистиче *отуђење*, концентрисање власти и губитак слободе и демократије“ (Фишер, 1966:89).

У отуђењу има нечег сабласног. Нечег за шта нису била довољна објашњења Хегела и Маркса. Науци за тако шта недостаје неуквиреност. Без тог „вишка дисциплине“ био је Франц Кафка, који је можда на најупечатљивији начин представио

ту празнину у коју као у „црну рупу“ упада човек „капиталистичке цивилизације“. Све је као лош сан. Као сећање на нешто што није било, али би могао постојати неко ко за то, ипак, зна. Ту су правила која постоје, а којих, у ствари, нема. Човек је стално у ситуацији да се пита: Ко је тај ко одлучује? Ко управља? У име кога се суди? Ко ме се човек, уопште, може обратити да би дошао до правде која као магла упорно одступа пред оловном неправедношћу? Ко уопште дели ту неправду?

Кафкина дела су, управо та безумна питања која намеће стварност за чију логику нам није дато спознање. Загонетни и безимени носиоци власти позову Јозефа К. на суд, процес тече по правилима која су изнад оптуженог, близу као мач а недокучива као црни облак [„Увек је тобоже ствар напредовала, али никад се није могао саопштити карактер тог напретка.“ (Кафка, 2004:118) или: „Јер поступак је углавном тајан не само за јавност него и за оптуженог“ (Кафка, 2004:116)], али некакве пресуде на крају има, и наравно има – погубљења. Које изгледа далеко и страно, „али на К.-ов гркљан положише се руке једнога од господа а онај други зари нож дубоко у срце и двапут га окрете. Очима које су се гасиле К. виде још како господа тик пред његовим лицем, приљубивши образ уз образ, посматрају извршење пресуде. 'Као псето!', рече он, и чинило се да ће га стид надживети“ (Кафка, 2004:222).

Иза кажњеника је остала стварност у којој „неко мора да је оклеветао Јозефа К., јер је, иако није учинио никаво зло, једног јутра био ухапшен“ (Кафка, 2004:5). Али, кад се прође двесто страница Кафкиног света, остаје утисак да у тој стварности ни клевета није била неопходна. То је свет у коме је човек – крив. Једноставно другачије не може бити. Можда је свака борба ту изван смисла. Јер, просто, тај систем напретка не оставља простора за људско. Кафкина инспирација је усавршавање и „напредовање“ реда у капитализму. Говорећи Густаву Јанучу о „тејлоризму“ (научној организацији рада која радника претвара у део машине) Франц Кафка се чудио као неко ко зна да тај механизам увек води до тачке кад нека господа нож, заривен дубоко, „двапут окрену“ а и то се може сматрати наградом: „То (тејлоризам, прим. С.Р.) скрнави и унижава не само рад него, изнад свега, људско биће, које је саствани део тог рада. Таква врста тејлоризованог живота грозно је проклетство из којег могу да се изроде само глад и беда, уместо толико жељеног богатства и профита. Ето вам прогреса...

Прогреса у правцу смака света, приметио је Јануч. Кафка је махнуо главом: 'Да је бар то поуздано! Али није... Бескрајна трака живота односи вас незнано куд. Човек је више предмет, ствар, него живо биће.'

Не само да људско биће све више уништавано својим сопственим знањем и

умењем – својим постојањем као *појединост* – него и друштвене везе и услови око њега све су мање разумљиви“ (Фишер, 1966:91-92).

У таквој тејлоризираној стварности, којом као утваре ходају људи са срцима у којима је нож “два пута окренут“, слободан (без наводника!) уметник је „немогућа мисија“. Уметник се бави услужном делатношћу или игра смешну улогу „бунтовника без разлога“. Он је учесник општег спектакла „срећне свести“ – што је општераширено и неупитно „вјеровање да је стварност рационална и да дани систем испоручује добра“ (Маркузе, 1968:90). Да се не ради о кафкијанском свету ово би био парадокс. Међутим, у мртвом мору „срећне свести“ то је „нови конформизам, један вид технолошке рационалности преведен у друштвено понашање“. То друштво је утемељено на изузетној ефикасности и продуктивности материјалне производње, која је способна да храни конформизам и тако „апсорбује опозицију“ и у друштву, „демонстрира супериорност своје културе“ у, што би рекао Џ.К. Галбрајт, „заједници (која) је сувише богата да би морала пазити“.

Та клима, наслеђе либералног демократског друштва, чија је моћ изворно у постојању опозиције и дијалога, претворена је у своју супротност, импрегнира и – језик. Стварност постаје, и буквално, неописива. Како једноставно и убедљиво описивати институције које су „прешле“ на страну против које су настале. На пример, синдикат, који је настао као последња одбрана права радничке класе на опстанак. „Догодило се то да се више синдикат, у *својим властитим очима*, готово не разликује од корпорације“, пише у студији америчког Центра за истраживање демократских институција 1963. године. „Свједоци смо појаве да, данас синдикати и корпорације гласају *повезано*. Синдикат неће бити у стању да увјери раднике пројектила да компанија за коју раде издаје њихове интересе кад и синдикат и корпорација гласају за веће уговоре о производњи пројектила и кад покушавају за то придобити друге индустрије ратне одбране или кад се повезано појављују пред Конгресом и заједнички траже да се праве пројектили умјесто бомбардера, или бомбе умјесто пројектила – зависи од тога какве уговоре имају у џепу“ (Marcuse, 1968:37).

Партије су још темељније своје програме претвориле у уопштене поруке, а методе борбе свеле на *конвенцију и речи* које никога ни на шта не обавезује. Сав идилични мир прожет је мрежом „средстава комуникације“ која посредују „између господара и о њима овисних“. Систематско чување „ове врсте добродити – производне структуре над несрећном базом друштва“ суморно се рефлектује у језику. “Резултат је познати орвелијански језик ('мир је рат' и 'рат је мир'), који је, без сумње само језик

терористичког тоталитаризма“ (Marcuse, 1968:92), тог „универзума комуникације у коме се изражава једнодимензионално понашање. Његов језик свједочи о идентификацији и унифицирању, о систематском стварању позитивног мишљења и дјеловања, о синхронизованом нападу на трансцедентне критичке појмове“ (Marcuse, 1968:91). Маркузе констатује да је „сасвим удомаћено то да се партија која ради за одбрану и раст капитализма назива 'социјалистичка', а деспотска влада 'демократска', те фалсифицирани избори 'слободни“ (Marcuse, 1968:92).

Све се цементира тоталном комерцијализацијом која „спаја оне сфере живота које су раније биле антагонистичке, а ово једињење се изражава у неометаном лингвистичком спајању оних дијелова говора који се сукобљавају“ (Marcuse, 1968:95). Херберт Маркузе у свом „Човеку једне димензије“ за конкретне примере наводи неколико наслова у „Њујорк тајмсу“ („Радник тражи хармонију пројектила“ и оглас „Луксузно склониште од радиоактивних падавина“). Како је могуће објаснити везу „радника“ (тада још увек „револуционарне класе“), „пројектила“ (оружја за одбрану империјалистичког монопола) и - шта повезује „луксуз“ и „нуклеарну радијацију“? Новац! Сад „и логика и језик постају савршено разумљиви кад чујемо да је цијена нуклеарне подморнице наоружане пројектилима 120.000.000 долара и да је модел склоништа по 1.000 долара опремљен теписима, *scrabbleom* (друштвена игра, прим.С.Р) и ТВ-апаратима“. И није у овим причама највећа важност продаја и групна корист „већ у томе *што он производи непосредно идентифицирање посебних и опћих интереса бизниса и националне моћи, просперитета и потенцијалног уништења. У казалишној најави 'Посебна вечерња представа поводом избора, Стиндбергов Плес смрти* („Њујорк тајмс“, 7. новембар, 1960.) случајно је промакла истина. Ова најавна програма разоткрива повезаност у мање идеологијској форми него што је она обично допуштена“ (Marcuse, 1968:95).

Тако је то кад је *култура* индустрија, у том материјалу субверзивани су само шкарт и нус-производи. Наравно, то су незнатни изузеци „тејлоризоване“ масовне продукције. А – ред је моћ. Поредак, систем. То је она врста реда који одређује како да свако посегне „за оном категоријом масовног производа која је произведена за његов тип. Потрошачи су као статистички материјал на картама истраживачких уреда, који се више не разликују од пропагандних, раздијељени на црвена, зелена и плава поља“ (Horkheimer, Adorno, 1989:129).

И онда је „индустрији културе“ лако да крене у поход задовољавања јасно дефинисаних потреба. Ред ураста у друштво као бетонска стаза у траву парка. Нема

због чега да се тумара ван задатих коридора. Дobar потрошач је научио да не загледа иза кулиса. (Наравно, ако и то није упаковано као посебна врста робе.) Шта би ту уопште могло да се види? Узми своје пиво из хладног фрижидера, отвори кикирики „ларц“ паковање, седи испред телевизијског екрана и видећеш све што је пристojно да „нормалног потрошача“ интересује. „Дobar потрошач“ воли само инсцениране авантуре марлборо-коњаника, лажне „сарвајвер“ сеансе, квизове у којима се постаје милионер за инстант знања, он се фамилијаризује са животињским светом из „дискавери“ репортажа, он не додирује природу – за њега то раде смели репортери који у његовим отуђеним мислима изгледају као неустрашиви путници са других галаксија. И све је много пута трасирани поступак. „Схематизам поступка очитује се у томе што се механички диференцирани прозводи коначно показују једнаким.“ Једнакост се уздиже до степена „затварања универзума расуђивања“ (Marcuse, 1968).

Оно узвишено *Egalite* из Француске револуције што га је прокламовала идеологија грађанске демократије, нејасно по својој тежњи, догурало је у „касном капитализму“ до индустријализованог „стандарда“, једнакости у којој „од идеологије не преостаје ништа доли признавање тога што јест – модел понашања који се подређује надмоћној сили постојећег“ (Адорно, 1997).

Индустријализована једнакост је тако надмоћна да постаје униформност. Несташна и тешко укротива култура је коначно бачена на плећа. Томе ће свој немерљив допринос приложити и технолошки прогрес. Дајемо реч писцима „Индустрије културе“: „Да је разлика између серије Крајслерових возила и серије из Ценерал Моторса у бити привидна, зна већ и свако дијете које се том разликом одушевљава. Оно што зналци описују као предности и слабе стране служи само томе да овјековјечи привид конкуренције и могућност бирања. Једнако је и с оним што презентирају Вернер Брадерс и Метро Голдвин Мајерс. Но, нестају чак и разлике између најскупљих и најјефтинијих сорти из колекције исте фирме: код аутомобила се ради о разлици у броју цилиндара, волумену, датумима патента, код филмова о разлици у броју звијезда, обиљу примјене технике, рада и опреме и о употреби новијих психологијских формула. Једноставно се мјерило вриједности састоји из дозирања *conspicuous production*, објелодањене инвестиције. Буџетске диференцијације културне индустрије немају никакве везе са стварним диференцијама, са смислом производа. Технички медији се и међусобно присиљавају на незаситу униформност“ (Horkheimer, Adorno, 1989:129-130). И још једна реченица: „Културна индустрија се развила превлашћу ефеката, опиљивог достигнућа, техничког детаља над дјелом које

је некада носило идеју и било ликвидирано заједно с њом“ (Horkheimer, Adorno, 1989:131).

10. „Добар уметник“ зна да мора да ради по наруџби

Уметник и уметност се ту законито претварају у слугу – транснационалног прогресивизма (*transnational progressivism*) који је *spiritus movens* глобалног капитала с којим у широком фронту наступа „транснационална елита и њена фракција тзв. постнационална интелигенција“ (Антонић, 2008:16). Та структура успоставља културни код у коме националне државе постају неподношљив терет за функционисање „слободне тржишне утакмице“. Индустрија свести је већ собом донела као вредност „добровољну послушност“. Дакле, нема потребе за принудом, ми ћемо то сами, знамо да је то за нас најбоље. „Зато је идеологија кључни аспект модерног система. Она нас препарира да верујемо у оно што треба, она ствара пожељан систем вредности из кога аутоматски произилази наша послушност. Ту идеологију обликује глобална транснационална елита, *усађујући нам је у главу путем медија*“ (Антонић, 2008:17). (курзив С.Р.)

Медији, као средство, убрзавају културне процесе, омогућавају велико просторно-економско али и завидно разбацивање и ширење иделошких образаца по свим слојевима друштва. Дакле, реч је о досад непознатој ефикасности и брзини ширења неког кода, једино још није извесно колики је рок његовог трајања у људским мозговима и у шта се све могу трансформисати. Медијска екстензивност уводи и нове „мере квалитета“, односно успоставља другачију хијерархију вредности и устоличује другачију елиту – којој су, извесно, антиинтелектуализам и површност најјаче оружје. Следствено тим условима – и „култура“ се производи на тракама индустрије културе. Процес је глобалан. У својој књизи „Културни рат у Србији“ Слободан Антонић, анализирајући „тајне успеха“ драмског писца Биљане Србљановић, констатује да се успех конфигурише у способности уметника да погоди „идеје и вредности – укључив оне политичке – које су пожељне код елите која дефинише шта је добро, а шта не, шта је уметност, а шта не. Успех Србљановићеве, крајем деведесетих, и у Србији и у свету, управо се тако може објаснити“ (Антонић, 2008:26).

У транснационалној фаланги уметност је само „пропагандистичка представа“, не битно различита од вредности „са неког плаката компартијског Агитпропа из 1945. године“ или комада који се игра „у кинеском селу 1966, или неке друге године

Културне револуције. Разлика је једино у томе што су се таква, пропагандна поједностављивања чинила у име 'боље будућности и социјализма'. А Србљановићева то ради вероватно у име 'боље будућности и евро-атлантских интеграција' (Антонић, 2008:22-23). Поређење с Агитпропом и Кинеском културном револуцијом овде је битно зато што су данашњи агитпроповци своју моћ успоставили управо на инсистирању на неодрживости те компартијске парадигме на провери код потреба људског бића. Јер, настојање да се ту објективизира поглед на неке надвременске вредности је узалудан напор. Све су то потрошна добра, која ће на полицама културних шопинг-молова бити замењена новим потрошним добрима. Зато пажљив и стручан посматрач лако може проникнути у ништавност такве културе, али истина је да јој тиме не може naudити. То су паралелни животи, који се не срећу ни у садашњости, ни у вечности. Пишући о Србљановићкиној драми „Породичне приче“ један заинтригирани мађарски критичар (Тамаш Колтаи) је морао да констатује да је „као позоришни комад ово дело лоше. Дечја перспектива још и не смета толико, иако је у домену клишеа, јер је употребљива... Међутим, код деце Биљане Србљановић нису ни дечје, а ни ратне специфичности довољно разрађене, недостају чак и минимална драматуршка и језичка средства.“ Али и поред такве уметничке рудиментарности стоје факта која сугеришу успешност и намећу питање: а шта онда у томе има? Јер, свакако нечега има. „Ова драма, доста приказивана у европским, па чак и у ванервопским позориштима, доживела је успех вероватно због духовне солидарности са жељом да се скине терет са савести.“ А то, у савременом друштву, није мало. И то није све.

Док „скидају терет са савести“ атомизираним појединцу у потрошачком друштву, та дела служе естаблишменту непогрешиво производећи презир према препрекама за „слободно кретање капитала“ као што су национална држава, национализам, традиционална култура. У том великом глобалном току „транснационална елита, која изразито доминира у култури и медијима“, својој околини се доима као велика побуна и искорак ка новим вредностима, али као прави изданак „постнационалне интелигенције“ она је уображена слушкиња у богатој кући „недовољно интелигентна чак и да схвате свој лакејски положај. Или недовољно поштени да оно што и сами наслућују признају – макар самима себи“ (Антонић, 2008:18). Тако се „хероји отпора“ претварају у хистеричне овериваче својих несигурних позиција. Фромова конструктивна утопија „здрвог друштва“ плута све даље од наших увала. Нигде ни зрачка од друштвене катарзе, иако се о катарзи виче на свим трговима и бучније него икад. Док се друштво гуши у пропагандним и медијским

поплавама говорења о демократији, док се приватност као стари веш избацује на трг јавности, основни друштвени процеси се у тишини одвијају у сасвим другом правцу.

Све је у жељеном поретку: купује се производ, а истовремено то доводи друштво у пожељни ред који појединца држи у „леденој усамљености“. Остао је још последњи чин: „демократизација“ претходне културе, оне која није имала те „среће“ да буде индустријска, а која је својим претежним делом била елитна.

У класичној уметности није битно да ли је „креирана у радости“ или „сачињена у тузи“, јер је суштина њеног квалитета „разлика између уметничке и друштвене стварности“. Те две стварности су паралелне, а уметничка стварност је особена и по томе што, како је говорио Маркузе, у себи носи „рационалитет негације“. „Без обзира колико су храм и катедрала били близу и познати људима који су живјели око њих, они су остали у застрашујућем и узвишеном контрасту спрам свакодневног живота роба, сељака, обртника – а, можда, чак спрам свакодневног живота њихових господара“ (Marcuse, 1968:73). Уметност је по логици свог постојања по страни „од сфере раде у којој друштво репродуцира своју мизерију“ и тако одвојена, она стоји „са својом истином, привилегија и илузија“ .

Та подвојеност, иако стално нападана, опстаје кроз капиталистички XIX и XX век. Њена суштинска угроженост коицидира са успостављањем развијеног супер-технолошког друштва. Тако се улога „демократизоване“ и до краја комерцијализоване уметности променила. Капиталистички апологети инсистирају да је принудно сељење класика из њихове „сјајне изолације“, у ствари, њихов излазак из мауозолеја, да су они тако оживели, да је тако остварен њихов потајни сан, а људи, Мали човек – да су у толико образованији. Писци „критичке теорије“ у том поједностављеном гледању виде превид угрожавања саме бити уметности, као људског стварања без кога би људско друштво бескрајно личило на чопор вукова или мравињак. „Оживљавајући као класици“, тврди Маркузе, „они живе другачије него што су сами; лишени су своје антагонистичке снаге, осуђења, које је управо и било димензија њихове истине. Тако се фундаментало измијенила интенција и функција тих дијела.“ Остале су само љуштуре и форме, нечега што је било „нови живот“. „Док су некад биле у контрадикцији са *statusom quo*, сад та контрадикција исчезава“ (Marcuse, 1968:73).

Индустрија културе, уопште, и нема намеру да особеност уметности гаји и чува. Напротив, и јавно декларисани циљ је да се „производ“ пропагира, купац намамљује а читава операција учини што масовнијом, профитабилнијом, без обзира на последице и по уметност, и по уметника и по конзумента. У том се односу уско везаном са

тенденцијом „ка стнадградизацији и масовној производњи“ мења сам карактер уметничког дела. „У своје време Бах је себе сматрао занатлијом, иако је његова музика имала функцију уметности. Данас се музика сматра етеричном и узвишеном, иако има функцију робе... Музика је постала средство а не циљ, врста фетиша. Другим речима, музика је престала да садржи људску снагу због тога што се конзумира као свака друга роба“ (Адорно, 1997), писао је у есеју „Социолошка критика радио музике“ Теодор Адорно, иначе и сам музичар. Мења се однос између слушаоца и музике. Слушалац је купац, а онај ко плаћа добија „сва права“. Читалац ће се сетити до краја изведеног односа по балканским кафанама, где су и „уметници“ и потрошачи потпуно свесни тог односа и исплате, обично у готовини и на спектакуларне и уочљиве начине, доживљавају као накнаду за фрустрацију и јавно понижење, чиме опет купац демонстрира своје жеље за врстом друштвеног статуса који би он „имао“ кад би успевао све да купи као што може да купи музику, на трен.

Без тог активног односа који доноси и обострану напетост и надуобичајеност, однос купаца и „вршиоца услуга“ у западним културним индустријама је – једнодимензионалан. Ту „долази до 'робног слушања', врсте слушања које одстрањује сваки труд слушаоца, чак и у случајевима кад је труд потребан за разумевање смисла музике“. Адорно наводи екстреман и упечатљив случај „илустрације фетишизма у музици“ – познате виолине. „Док само експерт може да примети разлику између *страдиваријус* виолине и једног доброг модерног инструмента, и док је неко такав врло мало преокупиран тоном тих ћемана, лаик са потрошачким менаталитетом придаје изузетну важност тим инструментима“ (Адорно, 1997). Он је наводио примере радио-програма у Америци на којима се емитују само концерти који су свирани на оригинал-страдиваријус инструментима.

Адорно је тврдио да повећање тржишне понуде и развој техничких могућности „не подстиче напредак у музици, нити у слушању музике.“ „Да ли маса суделује у музичкој култури или се просто приморава на конзумирање музичке робе?“ Одговор је – да, приморава се на куповине. „Упркос, а можда баш и због пораста количине музике (које доноси технолошки напредак и прогресивистичко друштво, прим.С.Р.) психолошки ефекти овакве врсте слушања врло су сродни оним у филмовима и спорту, који захтевају незрелог а неки пут чак и инфантилног слушаоца“ (Адорно, 1997).

Теодор Адорно је од 1938. учествовао у чувеном *The Princeton Radio Project*, великом истраживању о улози и моћи радија као тада већ врло распрострањеног и потенцијалног медија у друштву. Директору пројекта (ваљда и због његовог

аустријског и животног и интелектуалног порекла) социологу Полу Лазарсфелду пало је на ум да на сарадњу позове и Теодора Адорна. Кажу да се Лазарсфелд ујесен 1937. обратио Максу Хоркхајмеру, „директору Франфуртске школе у егзилу“ да би он Теодору „понудио место директора музичког дела (Пројекта)“. Адорно је позив прихватио.

Кад је започео директорисање послушао је Лазарсфелда и „пошао од себе до собе да поразговара с колегама“. Изненадило га је да су се разговори углавном одвијали у категоријама „да ли слушаоци нешто воле или не“, те да неки програм може „успети или пропасти“. Ваљда му се зато, кад је свакодневно путујући на посао возом „пролазио кроз тунел испод Хадсона, чинило као да је у Кафкином натуралистичком позоришту у Оклахоми“. Јер Адорно је, за разлику од „колега“, веровао да „кроз анализу слушања радија... може открити... скривене силе друштва, посебно механизме конформизма“ (Cavin, 2008).

На „првој кривини“ сарадња људи различитих намера се и окончала. Кад је написао извештаје (до 1941.) о ономе шта је „пронашао“, Адорно више није позиван да настави рад на Пројекту. (И отишао је у Холивуд.) „Музика на радију је постала модел пропаганде“, утврдио је он. Деценијама касније признаће се да је „Адорнова анализа *plugging-a* сонгова у радио-хитовима четрдесетих пророковала шта ће се догодити са америчком комерцијалном телевизијом, филмом, бродвејским театром и издаваштвом у XX веку: бескрајно понављање успешних формула“ (Cavin, 2008). (Баш подсећа на ону оптужбу како је један „монструм“ пронашао формулу да кад се нека лаж понавља сто пута постаје истина.)

Али правити критичку анализу и просвећивати човечанство је било последње што могло интересовати Лазарсфелда на крају тридесетих. Још мање би за то имао слуха наручилац ових истраживања: америчка влада, која се спремала за „тешка времена“ и рат. И Владу јесу интересовале те „скривене силе“, али да би их она као „скривени убеђивач“ употребила.

Наивнима и данас изгледа иронично да су два истраживача природе нацистичког радија (Ернст Крис и Ханс Спајерс) у то време дошли до сличних закључака „да су поједностављивања и стално понављање суштина пропаганде на радију“ (Cavin, 2008).. Сам Адорно је био изненађен колико је амерички комерцијални радио „стандардизованом“ поп-музиком личност претварао у Павловљевог потрошачког пса и служио јасно одређеној друштвеној функцији: да скреће пажњу слушалаца са друштвене реалности.

Данас се у „студијама медија“ Адорнов приступ узима за пример „критичког“ академског приступа „препознавања штетног утицаја медија на њихову публику“. Лазарсфелдов приступ он сам је мимикрично означио као „административни“ који поставља питање *На који бисмо начин могли што већи број слушалаца изложити доброј музици* – где суштина није „разумевања публике него, на пример, концептуализовања гледалаца као робе, подложне трговини и трансформисању начина на који публика користи медије и статистичке податке, који могу да служе као основа за финансијске трансакције између руководиоца медија и оглашивача“ (Бригс, Кобли, 2005:11).

То са Адорном и Лазарсфелдом је сукоб две концепције о друштвеној улози науке и месту научника (па и интелектуалца) у друштву: *критички*, с акцентом на борби за независност науке и научника и онај – *услужни*, употреба знања на начин и за потребе наручилаца. Прича о независности је ту сувишна и неуверљива. Пол Лазарсфелд се понашао у складу с „културом пропаганде“ – визијом коју је Едвард Л. Берниз (такође пристигао из Аустрије) пројектовао у неколико књижица од по стотињак страна. Није неважно поменути да је једна од њих написана почетком 1920-тих „Кристалисање јавног мњења“ („*Crystallizing Public Opinion*“) била омиљено штиво министра за јавне забаве и пропаганду у Трећем рајху др Јозефа Гебелса. „Иако је Берниз по рођењу био аустријски Јеврејин, његов рад и живописно писање били су инспирација и Јозефа Гебелса, нацистичког министра пропаганде (Ewen, 1996:4)“, писао је у својој познатој књизи „ПР – друштвена историја спина“ Стјуарт Ивен, који је и упознао Берниза у позним годинама.

Поучени тим искуством, а склони Фројду и психоанализи, Хоркхајмер и Адорно ће, у постратном периоду, написати и да „у супротности спрам либералног раздобља, и индустријализирана и народска култура, смију себи допустити осуђивање капитализма; не смију, међутим, одустати од претње кастрацијом“ (Horkheimer, Adorno, 1989:147). То је дубинска мапикулација која полази од тога да „није више пресудан пуританизам... него неопходност која лежи у систему, да се, наиме, потрошач не испусти из руке, да му се ни за тренутак не да наслутити могућност отпора. Принцип прописује да потрошачу, додуше треба све потребе представити као да их културна индустрија може испунити, али, с друге стране, те потребе већ унапред уредити тако да у њима себе самог доживљава само као потрошача, као обејкат културне индустрије“ (Horkheimer, Adorno, 1989:147). Све је зачарани круг, као у оним отмицама кћерке у лаким комедијама где отац придржава мердевине да би се „посао“

обавио. „Културна индустрија ону исту свакодневицу нуди као да се ради о рају. И бјежање и отмице унапријед су одређени за то да враћају натраг на полазну тачку. Забава увећава резигнацију која је забавом жељела заборавити на себе“ (Horkheimer, Adorno, 1989:147).

Међутим, без обзира на стално одржавање хипнотичног стања над друштвом и револуционарним развојем технолошких средстава у инфроматичкој области све је теже одржавати тај сложени и непојмљиви ред. Контрола контролорове рационалности постаје све тежи задатак. Индустрија културе, по прогресивистичком приципу, мора – као и сва капиталистичка продукција - да иде све даље и даље до „ријалити шоуа“, потпуног деструирања морала и традиционалних вредности, до поништавања личности за какву је у „златно доба демократије“ започет процес. Модерни капитализам, међутим, репродукује антивредности са становишта успостављених идеала, али их репродукује као робу, као курентну робу, која до год може да нађе купца, по логици тог система, наступа на тржишту. Над тим светом, који сада улази у Кондрјатовљеву „фазу Б“ циклуса у којој се криза појављује у свом најдеструктивнијем облику, стоји питање: Да ли је после похода индустрије културе остало ишта од саме културе? Оптимисти верују да је култура неуништива, а циници ће дубину кризе описати као колективно распамећивање: “Психијатар пази на Дон Хуане, Ромее, Фаусте исто тако као што пази на Едипа – он их лијечи. Владари свијета губе метафизичка обиљежја“ (Marcuse, 1968:78). Кад би модерно друштво имало и елементарно слободно информисање, којим се хвалише, а не пропагандни тоталитет који вешто прикрива и сопствено постојање – балон би пукао истог трена кад и онај у Волстриту.

Закључак: Валтер Бењамин је утврдио да је уметничко дело прошло пут од статуса *ритуалног објекта* у раним заједницама, преко *културне и естетске форме* која још увек, у односу на друга човекова дела, има „квалитет посебности“, али он је и трансцедентан и индивидуализован; последњу фазу он означава као *политичку форму* – кад се дело одваја од своје првобитне органске суштине и „у веку своје техничке репродукције“ потпуно губи *ауру*; то је време када произвођача дела технолошки прогрес и опште друштвено стање ограничавају на „мас-медијско уметничко дело: оригинала више нема, ствари су већ у почетку осмишљене у функцији неограничене репродукције“ (Бодријар, 2001:200). Тако структуриран културни механизам одваја културу од спонтаног стваралаштва на којем се креативно развијала друштвена свест и

она постаје огољена *индустрија свести* којом се обликује друштвена свест, а за потребе „управљача“ и конторлора – друштвене групе која је потпуно „приватизовала“ целокупно друштво, с профилисаном идејом да се не може ефикасно управљати људима уколико се не постане господар њихове свести.

ПРОМЕНА КАРАКТЕРА КОМУНИКАЦИЈЕ: ОД РАЗМЕНЕ
ИНФОРМАЦИЈА ДО ИНДУСТРИЈЕ СВЕСТИ

Млади хришћански теолог и борац француског Покрета отпора, који се управо вратио из шуме, питао се јавно јуна 1945. у, од ослобођења распомамљеном Паризу: да ли је ово Хитлерова победа? Односило се то његово питање на Хитлерову објаву „само месец дана пре коначног пораза... да је његова победа извесна“. Жак Елил (Jacques Ellul), тако се звао тај „надобудни“ тридесетогодишњак питао се: “Зар не бисмо морали имати опрезнији став према тврдњама тог човека?” Он је читаоце париског недељника *Reforme* (23. јун 1945) подсетио да су готово све Хитлерове „луде приче“ постајале груба реалност, као нпр. она из јануара 1940. да ће до јула бити у Паризу. „Да смо *Mein Kampf* схватили озбиљно и да смо у њему видели план деловања, а не само изборни програм, за који смо навикли да га наши политичари никада не спроводе, можда бисмо предузели неке мере.“ Елил је упозорио да Адолф Хитлер свакако није лудак који је у касно пролеће 1945. мислио на војну победи, нити „на победу савремене Немачке“. Као изумитељ „невероватне формуле за стављање духовног у службу материјалног, за претварање духовног у средство за остваривање материјалних циљева“ Хитлеру је, наравно, била на уму „победа нацизма и вечна Немачка“.

У чему се то огледа Хитлерова победа?

Хитлер је надмоћним *техникама* (Елил ће то касније претворити у теорију технолошког друштва) употребљеним за модификацију и контролу свог, немачког друштва „промовисао тотални рат, који подразумева тоталну мобилизацију, а с друге стране, тотални масакр“. И, да би се његови противници одбранили од тако структуриране моћи *морали* су „кренути Хитлеровим стопама. Да би се мобилисала целокупна нација, држава мора држати у својим рукама сва финансијска и економска средства, све што је од виталног значаја“ (Елил, 2011).

Ко је тај ко у таквом друштву може преузети и успешно спроводити такав задатак? Логика каже: кад су на делу *технике*, њима владају *техничари*. (Овде је важно напоменути да Елилова разумевање „технике“ не подразумева само техничка средства, машине, него и научене вештине, технике деловања.) И онда се држава „ставља на чело техничара, који су постали најважнији у друштву“. А којим ће путем техничари повести друштво за Елила нема дилеме. „Ограничавају се слобода, једнакост, следовања, право на културу, одбацују се ствари, а убрзо и људи, који нису од користи за одбрану земље. Држава преузима све и све обавља преко техничара. Шта је то, ако не диктатура? У сваком случају, то је оно што је успостављено у Енглеској и Америци... о Русији да и не говоримо. Апсолутистичка држава. То је примат техничара“ (Елил, 2011).

Елил је говорио о неизбежности оног што ће се касније зивати „добом хладног рата“, јер „да бисмо (те, 1945. прим. С.Р.) поново затегнули олабављене опруге и покренули нацију, остаје нам да позовемо 'духовне вредности'. Ах, да... као Хитлер...“ (Елил, 2011). Дакле, нико у таквим приликама и не размишља о правој духовности, њеној варљивој нематеријалности и привлачној анархичности. „Реч је о доктрини о човеку, свету и религији“, подсећа Елил, „која служи стицању економске и војне моћи. Поступно ћемо и ми кренути тим путем“ (Елил, 2011).

Позивајући се на „имена Макјавелија, Ришелјеа и Бизмарка [која] спонтано нам падају на памет“ Елил констатује да је „Хитлер само довео до врхунца оно што је постојало. Али, он је тај вирус проширио и подстакао његов нагли развој“ (Елил, 2011). Млади теолог налази да „Хитлерова победа – она није у форми већ у суштини. То што имамо није његова диктатура, његов мистицизам, његов тоталитаризам, али јесте диктатура, мистицизам, тоталитаризам за који смо са ентузијазмом припремили постељу (тима што плаћамо Хитлеров војни порез) и за који нисмо приметили да се већ догодио. Више него масакри, то је право дело сотоне, а Хитлер је био само његов изасланик на земљи“ (Елил, 2011).

Десет година касније у својим капиталним делима о „технолошком друштву“ и његовом главном везивном ткиву „пропаганди“ Жак Елил неће више спомињати ни Исуса Христа ни Сотону, али ће са још већом уверљивошћу остати при те 1945. изнетом закључку да, нажалост, у оваквим друштвима, састављеним од атомизираних и искорењених појединаца – оном што ће Дејвид Ризман нешто касније сликовити назвати „усамљена гомила“ – „не постоје никаква политичка и техничка средства којима би се тај процес могао зауставити“ (Елил, 2011).

Пре него што пређемо на анализу тог феномена позабавићемо се још неким чињеницама и мишљењима која осветљавају шта се дешавало са „митом о слободи“ у грађанском друштву. „Наиме“, послужићемо се још једном Елиловом формулацијом, „то може бити само мит, када се у сваком јавном говору неко позива на слободу, иако је она скоро свуда практично укинута“ (Елил, 2011).

Почетком шездесетих година прошлог века немачки интелектуалац и песник говори о „индустрији свести“ (*Bewusstsein Industrie*) (што би по обиму требало да надилази „индустрију културе“) наводећи „да мањина мисли, суди и одлучује за већину, подразумева се откако уопште постоји икаква подела рада; међутим, докле год се посредовање свести одиграло на начин који је свако могао да прозре, док је учитељ неприкривено ступао пред ученике, говорник пред слушаоце, мајстор пред калфе, свештеник пред паству, *посредована свест* је, као нешто што се само по себи разуме, остајала невидљива. Видљиво је само оно што је непрозирно: друштвена индукција и посредовање свести постају проблем тек кад приме индустријске размере“ (Енценсбергер, 1980: 8).

Проницљиви дух Ханса Магнуса Енценсбергера, његова недисциплина у хладноратовској атмосфери која је друштву давала аутоматско право на тоталну контролу сваког појединца, с обзиром какав је и колико непријатељ вребао с другу страну „гвоздене завесе“ – давали су том погледу на свет црту „херојског“, „слободарског“ и „храброг“ чина. Док је то читао читалац тог доба, с обе стране „завесе“, осећао се као да краде црну боју мрака у којем живи и као да, к томе, скупља ретке зраке светлости који су се каткад пробијали кроз таму, па их онда веже у тајне чворове које после у забаченим угловима бучних и задимљених кафана потајно и поверљиво показује својом пријатељима. Било је то страшно озбиљно време. Зато је и то Енценсбегерово сазнање изложено у једном невеликом есеју остало само најавна прича. Најава низа погрешних приступа у разјашњавању тог тоталног феномена који као јесења киша залива друштво, без могућности избивања било кога или било које групе изван те „влаге“. „Критика идеологије и критика пропаганде погрешно схватају домет индустрије свести; као да нам индустрија посредује лозинке, као да се од *јавне свести може разлучити нека приватна* која своје судове црпе из себе саме“ (Енценсбергер, 1980: 9).

Иначе, „кључна индустрија XX века“ је – индустрија свести. Енценсбергер уочава манифестације које то потврђују: „Где год се данас окупира или ослободи нека високоразвијена земља, где год дође до државног удара, револуције, преврата нови

режим не осваја путеве и средства тешке индустрије, него радио-станице, штампарије, телеграфске службе“ (Енценсбергер, 1980: 10). После ће се том списку додати телевизија, као врхунски циљ свих који желе да владају неким друштвом. (У најновије време, све важнију улогу играју и интернетске социјалне мреже као „Фејсбук“ или „Твитер“.) И кад неко већ успостави контролу над друштвом после преврата замисливо је да не дира технократе у тешкој индустрији или индустрији потрошних роба да као менаџери воде те корпорације, али „функционери индустрије свести неодложно се смењују“ (Енценсбергер, 1980: 10).

Има сто година како се „индустрија свести“ утемељује у европском друштву. „Развила се толико брзо и толико многоструко да је њено постојање као целине, још данас несхваћено и готово несхватљиво“ (Енценсбергер, 1980: 10).

То је констатација. Она је, сваком је било јасно – тачна. То јесте ред потеза. Зашто? Зар се друштва не контролишу војском, полицијом, службама, јавним установама; зар нису корпоративни механизми оквири из којих тешко неком може и пасти на ум да се може изаћи? Али ради се, ипак, о новој моћи, прикривеној и изнад моћи просечних грађана да ту силу јасно уочи и разумеју. Та сила се разлива друштвом, попуњава различите празнине, сеје неспокој, уверљиво обећава излаз и ред, има своју привлачну моћ до мере да је се не може одбацити. Човек нема начина да је покупи, лоцира и укроти. „Док се новим техничким инструментима, радију, филму, телевизији, индустрији плоча, о моћи пропаганде, рекламе, *public relations*, расправља ватрено и *изловано*, индустрија свести у *целини* остаје изван видног поља“ (Енценсбергер, 1980: 9).

1. Индустрија свести - господар „располаже свеићу других“

Индустрија свести је – свеprisутна. Свуда је, на све начине, на свим нивоима, без иритирајућих детаља. Инкорпорирана је у новинарство „њену најстарију, и у многоком погледу и дан-данас најпоучнију грану“, у моду, религијска поучавања, туризам, школски ситем... Средином прошлог века се могло говорити и о још неосвојеним подручјима, јер индустрија свести „до данас није могла овладати својим битним делом, васпитањем“, али Енценсбергер је то још тада процењивао као подручје које ће пасти. „Индустријализација наставе у нашим данима је тек почела; док се ми још расправљамо о плановима учења, системима школства, недостатку наставника и слојевитој настави, већ се припремају средства која ће сваки разговор о реформи

школства претворити у анахронизам“ (Енценсбергер, 1980:10).

Догађања 1968. ће читав процес уздрмати, успорити, али га неће моћи зауставити или битно преусмерити. Индустрија је постајала стање духа. Демократија се осипала и падала у кал. Власт се цементирала „новима материјалима“ и „новим принципима“: „Ко је господар, а ко слуга не решава се само на основу тога ко располаже капиталом, фабрикама и оружјем - него што даље, то јасније – ко располаже свешћу других“ (Енценсбергер, 1980:13). Индустрија свести је, по својој природи, систем који се не може затворити у флашу и јасно ограничити, контрола над њом је компликована, и могло би се рећи, у крајњој линије показује се као – немогућа. Али она је постала друштвена константа и општепотребна. „Већ данас, међутим, нема власти која се може одрећи тих деловања.“

То је, у ствари, симбиоза „технолошког друштва“ и модерне тоталне пропаганде без које то друштво ни би могло да функционише. Међутим, пре него што дођемо до тога да је пропаганда неизбежно „обликовање међуљудских односа“, а не „нешто што извесни људи чине за извесне (ограничене) циљеве“, задржаћемо се у „добу хладног рата“ на једном важном односу који је битно утицао на замагљивање тог тоталитарног феномена. Ради се о улози интелектуалца на Истоку. Развој и експликације тог феномена од далекосежног су значаја не само због разорне критике социјализма него, историјски гледано и још значајнији – због знаковитог прећуткивања недостатака практичног (нео)либерализма, који ће крајем XX века постати највећи проблем за планетарне друштвене релације и што ће значајно гурати свет у дубоку и крајње неизвесну велику кризу капитализма.

Одмах после Другог светског рата значајан слој на чијем челу су биле често импресивне интелектуалне фигуре нашао се у драматичном и непомирљивом сукобу са социјалистичким системом, иза кога су иначе стајали велики победници рата. То је, врло брзо, резултирало експресивним сведочењима о само најгорим странама нестабилног и почетнички дезорјентисаног социјалистичког система. Тако је највећа опасност за капиталистичко-либералну стварност деструирана корак по корак, али тако темељно да је – кад је пао Берлински зид 1989. - рејтинг социјализма био потпуно срозан, а његов главни захтев да капитализам мора бити радикално, револуционарно промењен толико дискредитован да се оно што се и на Истоку и на Западу звало левица морало одрећи саме своје суштине. Партије су се толико трансформисале да се више не зна у чему је уопште разлика између левице и деснице, а сви који су имали на уму оштре мисли и измицали новом реду „мртвог мора“ консензусом политичара и

јавног мњења су етикетирани као „екстремисти“, „радикална десница“, „анархистички елементи“ или „политичко подземље“.

Из основе је прекомпонована и промењена и јавна слика самог друштва. Из јавног дискурса готово је нестала, једна од кључних одредница капиталистичког друштва – *класа*. *Класно друштво* је одједном био заборављен појам, а његова инцидентна употреба звучала је као јавна клевета, а они који би се на то одлучивали доживљавани су као ендемски екстремисти. Онда је и сам појам *класа* исељен из *класног друштва*. У првом издању референтног британског „Увода у студију медија“ из 1998. године разматрано је тематизирање сексуалности, расне и етичке припадности, присутност младих у медијима, стилови живота, присутност особа с инвалидитетом, националности, спорта, али не и – класе. У другом издању из 2002. Џоана Лејси писац прилога „Друштвена класа – идентификовање класних карактеристика у медијским текстовима“ лаконски подсећа да „у одређеном историјском тренутку класи није поклањана озбиљна пажња“. „У осамдесетим годинама“, констатује она, „помињање класе 'застајало је у грлу као велики комад ховиса'. [„*Ховис*“ је британски ланац пецива, прим С.Р.] Координатна мрежа позивања на расу, сексуалност и род исцртавала је мапе постмодерних идентитета. (...) У Британији су, у време владе госпође Тачер (1979-1990), стигла 'нова времена' и стара радничка класа бачена је у море политике консензуса“ (Бригс, Кобли, 2005:522).

И кад је одушевљење нације „челичном леџи“ спласло и иза њене конзервативно-неолибералне супер-одлучности указале се пукотине, и безбојни „социјалдемократи“ - љубитељи „трећег пута“- наставили су да с ниподштавањем гледају на превазиђене класне односе. Сви који су могли да једу, обуку се, нађу какав такав посао, узму ауто на лизинг промовисани су у – средњу класу. „У децембру 1998. национална служба за статистику *Office for National Statistics* детаљно је изложила осам нових категорија за одређивање друштвене класе према занимању, које су први пут сврстале већину одредница у категорију средње класе/професије. Ово се догодило упркос чињеници да се у *ICM* анкети, коју је спровео Радио 4 1988. године, 55 одсто испитаника изјаснило да су припадници радничке класе“ (Бригс, Кобли, 2005:524).

А „средња класа“ и није класа. То је конгломерат који усисава све осим баш богатих и оних најнижих слојева: у њега се убрајају и газде и боље рангиране слуге, и власници и предрадници, врхунски инжењер и радник кога је запала пропулзивнија обука. Све њих уједињује оданост потрошњи и одсуство намере да се одупру нереалности таквих пропагандно структурираних друштвених хомогенизација.

Графика бр. 7 „Средња класа“ одустаје од класне борбе и угрожава свој статус



(Извор: www.worldpress.com/2011/03/08/the-last-counter-weight-to-corporate-power/)

Западно јавно мњење ушло је у тај ток у условима хладног рата, посебно после 1968. године опомене, и упорно развијало своју пропагандну самозаштиту, дижући колективно осећање опште угрожености од „сила мрака“ с ону страну „гвоздене завесе“. Као „угрожено“ друштво оно је успешно кочило и маргинализовало „критичке теорије“, а критичке умове изгурало, готово у андерграунд. Као што је још педесетих година уочио Ернст Блох, капиталистичко друштво је читаву интелектуалну заједницу претворило у „апологете и декоратере“. Већ крајем седамдесетих година било је јасно да је стара интелигенција, некоћ читав друштвени слој, нестала, а „апологете и декоратери“ попут Хабермаса и Дериде свакако се нису могли звати „критичким интелектуалцима“ и упоређивати с Сартром и Адорном.

2. Моћ кетмана - парадоксална улога интелектуалаца са европског Истока

У свом том „обрачуну на Западу“ побуњени интелектуалци са социјалистичког Истока (а они јесу били интелектуалци) су – парадоксално – стизали као артиљерија западном пропагандном естаблишменту. Мислиоци са Истока су, у такту западне пропаганде, „отупљивали“ значај сваке критике капитализма. Пропаганди су они служили као аутентичан аргумент нелогичности те критике чија убедљивост готово да није могла бити доведена у питање. Просто: наши критичари нам говоре о излазу који се зове социјализам, а ови без сумње умни и вредни појединци долазе отуд и сведоче нам да је то кад се примени у пракси – катастрофа, пакао, родно место Сотоне. Јасно је да капитализам нема алтернативу у социјализму. Што је, с обзиром да другачија понуда није постојала, значило да капитализам и нема алтернативу.

То шта су Сложењицин, Кундера, Милош, Зиновјев и стотине других значили у пропагандном рату тек се сада разумева. Омађијан њиховим избором, као избором храбрих, умних и часних људи, хипнотисани Исток је, у часу слома, капиталистички наступ посматрао као долазак добротворних установа које ће све дати да „ми“ постанемо исти као и „они“. Свака критика Запада и капитализма деловала је као реликт прошлости, као објашњења самоубице како треба лепо да се живи. И, непријатни појмови као „колонијализам“, „империјализам“, те елементарна знања о том систему и друштву која су написана век и по раније, одбацивана су с презиром и као гнусне клевете.

Није ту било бића које би имало стрпљења да саслуша аргументе Торстена Веблена, на пример, који је пословну оријентацију те класе „паљчашке цивилизације“, која се век раније трансформисала из индустријске у финансијску оценио, паразитском и експлоататорском. „Може се слободно рећи да ослобођеност од скрупула, саучешћа, поштења и поштовања туђег живота, у врло широким границама, унапређује успех појединца у новчаној култури... Само у извесним уским границама... може се рећи да је поштење најбоља политика“ (Веблен, 1966:230). Ако се појединац понаша с „благосћу која потиче из осећаја солидарности с нашим ближњим“ он је „у најбољем случају 'паметан момак који није низашта'. Недостаци овог типа карактера који се подразумева као примитиван јесу слабост, неефикасност... Можда је вредно помена да изгледа да нордијски тип европског човека за свој доминантан утицај и свој господарски положај у новијој култури умногоме дугује чињеници што је у изузетно

великом степену поседовао карактеристике пљачкашког човека... Темперамент проузрокован пљачкашким начином живота служи опстанку и животној срећи поједница под режимом такмичења; истовремено, служи опстанку и успеху скупине ако је живот скупине као колектива доминантно живот непријатељског ривалства с другим скупинама“ (Веблен, 1966:230-231-232).

Логика система је да „уместо производње, пословни лидери стрпљиво чекају да им се укаже прилика да непоштеним пословима, манипулацијама и монополисањем тржишта увећавају свој профит“ (Рицер, 2009:102). И, наравно, „победници“ онда пишу своју причу о друштву којим тако управљају. Њихово учествовање у, како каже Веблен, „унапређивању знања“ су „излети“ у „предеље ванкласичног знања... у дисциплине правних и политичких, а нарочито административних наука. Те такозване науке у суштини представљају скупове приручних максима за руководство у владавинској улози доколичарске класе, онако како се она врши на власниковој бази. Интерес с којим се прилази овој дисциплини није зато само интелектуални или сазнајни интерес. То је великим делом практичан интерес настао из нужности оног односа господарења у који су чланови ове класе стављени. По свом пореклу, дужност владања је пљачкашка функција, која по својој суштини припада архаичном животном обрасцу доколичарске класе. То је вршење контроле и принуде над становништвом из кога класа извлачи средства за свој опстанак“ (Веблен, 1966:349).

Зато су најдрагоценији улов западног пропагандног система у другој половини XX века били велики Руси, јер то су капиталци испод самог „црвеног Кремља“. Њихова дела надахнута ужасом – приповестима о гулазима, забранама, смрти, сиромаштву, владавини тајних служби, суспендовању закона и слобода, о прадоксима тог система који се подизао на великим начелима и материјалној неразвијености и култури, углавном, некомпатибилној са западним системом као што је социјализам – била су толико уверљива да је и без специјалне подршке западна јавност, иначе незаинтересована за туђе муке осим за муке својих непријатеља, могла лако да осети и прогута размере проблема тог великог „експеримента“, тог Франкенштајна опремљеног на Западу а онда посланог на Исток. Било је јасно да монструма треба уништити. Тиме не само да су обрисани ретки надахнути записи левичара типа Џона Рида или Џона Штајнбека, него је читав пројекат социјализма доведен на ниво „злочиначког пројекта“.

Код оних који су, ипак, могли да верују да ни ђаво није тако црн, много се држало до једне књиге која је за пажљивог читача (читач који није спадао у „пажљиве“

могао је да ју чита као и сву осталу дисидентску литературу!) била изузетно драгоцену. Управо као што је написао Никола Милошевић: “Много је књига написано о феномену стаљинизма, али мало која толико побуђује на размишљање као књига Чеслава Милоша *Заробљени ум*.”

На теоријском нивоу, Милошевић ће у свом есеју „Социјална психологија стаљинизма“ констатовати, без неке намере за нијансирањем, да „откако људска друштва постоје њима се, грубо речено, управља на два основна начина: на начин манипулације и на начин терора. Разлика између ова два начина није нимало безначајна. Онај ко се одлучи да управља путем манипулације мора, на извесан начин и у извесној мери, водити рачуна и о потребама и жељама оних са којима би хтео да манипулише, ма какве те потребе и жеље биле“ (Милошевић, 1987:254).

С обзиром шта је имао као тезу у односу на *Заробљени ум* Никола Милошевић је пропустио да напише оно што ће после неколико година на митинзима против „Милошевићевог тоталитаризма“ у Србији извикивати као свој мото, цитирајући лорда Ектона, „да се свака власт квари“. А тако је логично да онај „што управља манипулацијом“ и што-шта даје, перманентно настоји да даје стално све мање, односно да у некој извесној стварности постане апсолутна власт – и да у неком „идеалном тренутку“ – дели пилулуле као у *Заробљеном уму* поменути Мурти Бинг који ће да „извесним спонтанним, тако рећи органским путевима, без икакве принуде, овлада људским душама како би се оне упутиле у правцу који је социјално-политички пожељан. Чеслав Милош сматра да је стаљинизам нека врста муртибингизма“ (Милошевић, 1987:260).

Писац „Марксизма и језуитизма“, бриљантни критичар марксистичких „скретања“, подозрева према Корчуланској школи и њеним везама са Фромом, Маркузеом и високопрофилисаној левој интелигенцији, усрдно је у овом спису полемисао с Милошем, који је иначе о Маркузеу мислио слично као и Милошевић, али опет није могао да стаљинизам не сагледава „као појаву која се заснива на некој врсти манипулације. *Манипулације, дакле, а не терора* (курзив С.Р.) као што су то иначе неки други аналитичари склони да учине, бавећи се друштвима у којима је стаљинизам битно обележје владајућег политичког понашања. Чеслав Милош пребацује људима са Запада што су често склони да разматрају судбину преобраћених земаља само у категоријама присиле и превласти“ (Милошевић, 1987:254).

Само полемичка страст која је саставни део његових радова, а којој је Никола Милошевић био склон, могла је бити разлог да тај изузетно проницљиви ум толико

потцени пропагандна умећа комунистичког Истока. У већ помињаном делу Жака Елила о „обликовању међуљудских односа“ управо је Лењин оцењен као „пропагандни уметник“ број 1 у прошлом веку. (Тиме ћемо се опширније бавити у другом делу овог поглавља.) Елил који је налазио да је технолошки развој дубински разлог оваквог тока обликовања људи и њихових мисли - и кад се уклони идеолошка прашина, онда се јасно види да и Запад и Исток иду истим путем – изричито је тврдио да су пропагандни системи на Истоку, с обзиром с које стартне позиције су полазили, имали много више успеха у промовисању технолошког аспекта и мењања друштва у том правцу.

Иначе, моћ *Заробљеног ума* добрим делом излази већ из форме: ни научно дело ни роман; просто есеј без прецизних структура и изричите намере. Али пред читаоцем се и данас простире једна надвременска приповест о тајнама управљања људским друштвима. То што Никола Милошевић зове технички „стаљинизам“, за Чеслава Милоша је Нова Вера. У Новој Вери, пише он, живе многи музичари, сликари и писци „који су имали прилике да стигну на Запад, нису учинили то, јер је боље овако или онако компоновати, сликати и писати, него радити у фабрици или предавати, и за бављење својом правом струком већ немају времена ни снаге. Многи од оних што су били у иностранству вратили су се у своје земље углавном због тога. Страх од безобзирности каквом се привредни систем Запада односи према радницима науке и уметности врло је укореењен међу источним интелектуалцима. *Боље је имати посла с интелегентним ђаволом, него са добродушном будалом – веле.* Интелигентни ђаво разуме узајамни интерес и допушта да се живи од пера, длета или кичице, водећи рачуна о својим клијентима и захтевајући. Добродушна будала не разуме узајамни интерес, ништа не даје и ништа не тражи, што се у пракси изједначаје са *учтивом окрутношћу*“ (Милош, 1987:048). Иначе, ово дело је Чеслав Милош објавио у емиграцији у Паризу 1953. године.

Живот таквог човека у Новој Вери има своја правила и носи посебне врсте креативности. Чеслав Милош је то осликао преко приче о „кетману“, који је иначе пронађен у једној вери. Шта је кетман Милош је одговорио директно: „Његов опис нашао сам у књизи Гобиноа: *Religiones et philosophies dans l' Asie Centrale*. Гобино је провео низ година у Персији (од 1855. до 1858. као секретар француског посланства, од 1861. до 1863. – француски посланик)... По мишљењу људи на муслиманском Истоку, онај ко поседује истину, не треба да излаже себе, своју имовину и своје поштовање заслепљености, лудости и пакости оних које је Бог радије увео у заблуде и држао их у

заблуди.' Треба, дакле, ћутати о својим правим уверењима, ако је то могуће“ (Милош, 1987:066).

Али то је само половина кетманства. И то, што би се рекло, она плића половина. Баш прави кетман у одговарајућој ситуацији коју он, уз Божју помоћ, процени као такву знаће кад ћутање није довољно. И не колебајући се кренуће у вишу сферу: “Не само што се тада треба јавно одрећи својих погледа него се препоручује и коришћење свих лукавстава, *само да се противник завара*. Тада ће се исповедати све вере које му се могу допадати, вршиће се сви обреди који се сматрају најглупљим, кривотвориће се сопствене књиге, искористиће се сва средства навођења у заблуду. На тај начин стећи ће се велико задовољство и заслуга што је човек спасао себе и своје, што није вредну веру изложио огавном контакту с неверником и, најзад, што је обмањивањем последњег и учвршћујући га у заблуди, навучена на њега срамота и духовна беда, коју је заслужио“ (Милош, 1987:067).

Чеслав Милош је читатељству представио Гобиновог јунака, извесног проповедника Садру, који је био *авиценовац* [следбеник чувеног филозофа и лекара Ибн Сина, у арапском свету познатог као „трећи Аристотел“, а чију су мисао шиитске муле доживљавале као „кварење вере“] који је зато „водио рачуна да се покорно представи свим месним муцтехедима или докторима“ тако успешно да би ови „заборављали да га надзиру“. На крају је отишао толико далеко да је „најзад постигао циљ и ширио авиценизам у читавом образованом слоју, а кад би најзад закључио да може да иступи отворено, уклањао би застор, одбацивао ислам, и показивао се једино као логичар, метафизичар и онај који је доиста био.“ Милош, на крају, констатује да се „кетман Ислама и кетман двадесетог века у Европи чини се разликују *једино* тиме што би смелост до које се упуштао Садра, морала у Европи за њега брзо да се заврши“ (Милош, 1987:068).

Две деценије касније, један други велики дисидент са Истока објавио је, опет на Западу, књигу која су се могло узети као убедљиве илустрације *Заробљеног ума*. Александар Зновјев, значајни совјетски филозоф, професор логике на Ломоносову, у делу сличне структуре као и Милошева књига – јер и „Свијетла будућност“ није ни роман до краја, ни научно дело – описао је свет кетмана из интелектуалне совјетске заједнице у детаље. Како се успињу на лествици, стичу статусе и положај, какви се дијалози воде иза сцене, њихове везе с политичарима, тајним службама, породичне драме, њихово разумевање Запада, домишљања, трикови, тактике, међусобни односи... Прича која следи лепа је илустрација за кетманско бивствовање.

Поводом једног рођендана, као проблем се поставило шта да се слављенику да на дар. После недељу дана разбијања главе, одлука је пала. „Напокон смо одлучили купити у антикваријату албум каква службено забрањеног умјетника попут Шагала, Кандинског, Пикаса, Магритеа итд.“ Избор, наравно, носи мале али егзистенцијално важне поруке. Логика избора књиге заиста личи на логику Гобиноових јунака из Персије. „Успут, Ањута је недавно (у доба либерализма) обајвила књижицу у којој их је све изблатила. Књига је постигла велики успјех. Прво, била је то књига о забрањеним модернистима. Друго, садржавала је многе њихове репродукције. А што се тиче осуде, оне су биле смишљене да заварају траг. У противном, не би тискали. Антон рече да је та књижица – најгоре смеће.“

И ту почиње озбиљна кетманска расправа. Достојна озбиљних салонских расправа из доба највеће улоге салона у култури:

„- Корак напријед? У чему? У томе што су их прије напросто забрањивали или одреда поистовјећивали с непријатељима народа, сада су одлучили да их критизирају?

- Но у том случају су одлучили рећи штошта одређено – одвратио је Дима.

- Допустите – умијешах се у спор. – Што значи: одлучили, постигли? Узмимо, на пример, Ањутину књижицу. 'Одлучивала' је о њој голема већина – велики број особа на различитим разинама и положајима, различитих увјерења и укуса. Сам си говорио да раскринкавање Стаљина није посао само једног човјека или скупине особа. Шта је то – друштена појава? А даље? Зар то није једно те исто?

- Разумијем – рече Антон – што желиш казати. Али ја говорим о другом, о самој бити нашег напретка и о нама самима као његовим носиоцима. Будући да је то друштвена појава, ми смо дакле њој потчињени. Све то добрим дјелом тражи нашу добру вољу. Ањута је могла написати још смјелију књигу. И тући се за њу. Но написао је Лебедев. И прогурао је. А Ањута је ишла на компромис: заштитни знак издавача, наклада, хонорар, јемство стручне рецензије. А Лебедевљево књигу су прешутјели. А хонорар није ни добио – био је замољен да га се одрекне“ (Зиновјев, 1986: 136).

Ово је као и код Садре, само први слој игре скривања и показивања, „шверцовања“ мисли и идеја. Као што се види друштвено легитимног и што је врло важно – друштвено релевантног. “Ето тако смо се спорили. Уосталом, без икакве злобе. Прошло је много година, а Ањутину књижицу почели су злонамјерно листати. Могу замислити каква би се прашина дигла кад би Дима поднио захтјев за иселење. А о Лебедеву опет ни ријечи. Такођер посве занимљива појава. Ањутина књига доиста је марксистичка. А Лебедевљева пак није с марксизмом ни у каквој релацији. Без иједног

навода класика. Књига је збиља изврсна. Задивљује како су је пропустили. Одмах је тискана на Западу на неколико језика. Публицетет је тамо био голем. До дана данашњег га цитирају. А у нас - ни ријечи. А плагирање Лебедева може се наћи чак и код наших заједничких пријатеља“ (Зиновјев, 1986:137-138).

Каква сложена друштвена трансакција културних вредности до којих је културној заједници, у крајњој дубинској линији, заиста стало! Кетманству ни на овом нивоу није крај. „То што је његова (Лебедевљева) књига успјела угледати свјетло дана типично је обиљежје епохе. То смо *ми* учинили, либерали. Ја знам све тајне, писао сам интерну рецензију, у којој сам признао да књига не садржи идеолошке грешке које су нам непријатељске.“

Али, сам писац интерне рецензије је у другој равни, спичрајтер (писац говора) за водеће личности на политичкој сцени. „Кад сам се вратио из болнице, на мом писаћем столу био је последњи број *Проблема филозофије*. У њему је био објављен чланак Канарејкинов (тј. реферат за конгрес што сам га за њ писао), чланак Тваржинске, с критиком основних усмјерења антикомунизма, Васкинов чланак с критиком доминантних тежњи савременог ревизионизма, затим коментар конгреса што см га ја написао а Сериков потписао. Сериков је унио у извјештај само једну исправку: избацио је уломак који се тицао мог излагања, а продужио уломак који се тицао реферата Тваржинске и Васкина. А ето мој је реферат био једини између свих совјетских реферата који је изазавао занимљиву расправу“ (Зиновјев, 1986:223).

На крају је остала и сама куповина поклона за рођендан кетману. Такође, догађај са значењем: „Ушли смо у антикваријат у Улици Горког, начинили смо попис западних књига што би их тамо могли имати о авангардним сликарима (ништа их не пријечи да њима тргују!), показали смо листу Дими и питали га што би он желио (није лоше као изненађење). Дима је без оклијевања споменуо Салвадора Далија – најскупљу књигу“ (Зиновјев, 1986:138). Живот кетмана на Истоку подразумева натпросечну материјалну сигурност, респектибилно место у друштвеној хијерархији и онда, због такве „плате“, висок политички ризик.

Игра без престанка с „интелигентним ђаволом“ носила је у себи „једну од главних радости“ у животу интелигенције на Истоку, чији живот „иначе не обилује радостима“. Кетманство је *фронт отпора*, широк фронт на коме у различитим сегментима, како је то класификовао Милош, наступају „специјалци“ као што су национални кетман, кетман револуционарне чистоте, естетски кетман, кетман професионалног рада, метафорички кетман и етички кетман.

3. Црни облаци технолошке цивилизације

Занимљиво је да би многи Милошеви описи кетманства могли да се сасвим лепо дају као описи западњачких „слободних односа и установа“. На пример: “Рад у кацеларији и творници... тежак је не само због количине уложеног напора“, јер запослени и после посла мора да показује лојалност Врховном богу, да слуша предавања – „и тако се дан продужава без тренутка распрезања пажње“. Зар све то не подсећа на очекивану „лојалност“ западних корпорација од својих запослених. Шта би се могло овоме додати: „Искреност саговорника, ако се дешава, лош је знак: они глуме опуштено и безбрижно, саосећање и гнев, да би човека навели на одговарајући тон и да би извукли поверавања, која ће им послужити за то да о теби напишу извештај; то ће им уздићи вредност у очима претпостављених“ (Милош, 1987:083).

Разлика је, ипак, суштинска. На Истоку је човек који кроз то пролази – кетман. Свестан свог обитавања у „царству нужности“, али и усмерен вером да се тога мора ослободити. Део њега је лојалан систему, онај некреативнији део његове личности, а други део је активан на перманентном критичком посматрању и подривању читавог тог система до неког времена кад ће он и његови саборци моћи као Садра да „уклоне застор“ и „одбаце“ Нову веру и да уђу у Нови живот, бољи, богатији, слободнији. У тој есхатологији основни проблем је био вера да Нови живот постоји на Земљи, с другу страну „гвоздене завесе“, тамо где вечно млади и увек леви људи пију кока-колу и пуше „марлборо“, где већ егзистирају „ново небо и нова земља“.

Кад је „гвоздена завеса“ пала, ни интелектуалци ни демос (јер све што се после структурирало као држава било је „демократски уређено“), нису имали ни атома снаге да се критички поставе наспрам либерално-капиталистичких структура. То ће коштати Исток великих економских растурања, интелектуалног тлачења и вредносног система у коме ће та половина западне цивилизације бити принуђена да гласно изрази своју инфериорност и понуди своја знања и умећа као другоразредну робу која нема цену него се за њу добијају донације и милостиња. Долази време када ће то постати проблем. Долази време када ће и сам Запад морати да плати цену те врсте неодрживе „ароганције моћи“.

На Западу се, за разлику од активног кетманства на Истоку, ипак, пре радило о тзв. синдрому куване жабе. Јер човек западне цивилизације на европском Истоку (ради се о истој цивилизацији и комплементарним културама) изложен је искушењима која

његову спремност на одбрану држе стално будном; изоштравају је, чак. Исто биће на Западу кроз организацију друштва и дотоком добара кроз колонијалну и неоколонијалну експлоатацију остатка неразвијенијег света, стално добија „сому“ (узећемо Хакслијев појам, нешто модификованог садржаја) што га чини на трен задовољним, засвагда пасивним и непрестано подложним бескрајним манипулисањем до свођења људске мисли на баналност. Последице тога су, као што су то осветлили Карен Хорнеј и Ерих Фром, општа депресивност и неизбежне неурозе који окувају модерно друштво као епидемије, што чини да се друштвене групе не могу покренути без неких психотичних стимулатива. У тој радњи, уз неизбежну манипулацију, основицу чини технолошки прогрес који се чини незаустављивим, а који као што је констатовао Елил, неизбежно конституише „технолошко друштво“ а наше окружење претвара у „технолошку цивилизацију“.

Између „технике“ и „технологије“, Елил и Луис Мамфорд, писац чувених књига „Техника и цивилизација“ и „Мит о машини“, не праве дисктинкције. То је, поједностављено формулисано, систематска и сврсисходна прерада материјалног света. Међутим, они под појмом машина подразумевају више од машине, тј. „свеукупност метода рационално развијених ради постизања апсолутне ефикасности људског деловања“. По Жаку Елилу, пак, њене последице превазилазе и Мамфордову тезу да „технику сведемо на машину (или мегамашину)” и ближе су најави Норберта Винера, оца кибернетике, да је, у ствари, циљ замена људског мозга.

Техника диктира тоталитаран процес, апсолутно нетолерантан. Техника не трпи природу, циљ је да се она потисне, а да стварност постане *вештачка*. У техничкој (или технолошкој) цивилизацији људскост постаје све сувишнија. И морал је чист луксуз. „Раније су економска и политичка трагања била неразмрсиво повезана са оним етичким и људи су покушавали да вештачки одрже то јединство, чак и када су уочили независност економске технике.“ Али „кад ти морални украси превише оптерете технички прогрес, они бивају одбачени – брже или спорије, са мање или више церемоније, али у сваком случају одлучно. То је стање у коме се налазимо данас“ (Елил, 2011:91).

А реконструкција настанка „технолошког друштва“ враћа нас пола миленијума уназад. Пре него што је „технологија постала стварна метафизика XX века“ (Јингер), „током XIV или XV века људи на Западу су почели да све доводе у питање“ (Елил). За потребе овог рада можемо узети да је време кад машина почиње да „намеће сопствене вредности и циљеве“ и кад људи почињу да заборављају да „имају могућност избора“ –

XVII век. Луис Мамфорд верује да се тада дефинитивно и дубоко утемељује *механицистичка слика света*. Од тада „технологија не полаже тек право на првенство у човјековим пословима; она поставља захтјев за константном технолошком промјеном изнад свих разматрања о својој властитој ефикасности, свом континуитету, или, што је довољно иронично, чак о својој властитој способности опстанка“ (Мамфорд, 1986/2 : 301).

Међутим, овде вреди поменути да је развод западног друштва од „разума и савести“, како је то у две речи сажео чешки мислилац Карел Косик, започео знатно раније. Он наводи једну интелектулану дилему из 18. јуна 1415. године. „Један теолог рекао је да ће ми бити добро и све дозвољено, уколико се покорим концилу, па додао: 'Кад би концил прогласио да имаш само једно око, иако имаш два, твоја је дужност да будеш сагласан са концилом.' Одговорио сам му: 'И кад би то тврдио цео свет, располажући разумом, оваквим какав сад имам, ја не бих могао то да допустим без отпора савести.'“ Интелектуалац који је овако одлучио био је Јан Хус, свештеник, филозоф, „први реформатор [Римокатоличке] Цркве“. Ова Хусова бесмтрна мисао спада у оне „које исказују основне истине о човеку и свету“. Он је своју дубоко људску одлуку платио животом 6. јула исте оне 1415. Хус нас оставља суоченим са нечим што би се могло назвати и аксиомом: „да човек без основне истине губи основу, губи тле под ногама и постаје искорењен човек, човек без основе“ (Косик, 1983:5).

Друштво у коме се, по потреби бива „са концилом сагласан да 2x2 јесте десет“, потискује „отпор савести“. И кад изостане отпор то не значи да савест нестаје већ се „претвара у потиснуту савест“. Косик сматра да је свака „потиснута савест рђава и јавља се и реализује као пакост, сумњичавост, као неизбрисив ресантиман. А експлозије ресантимана јављају се у историји, као што је познато, у облику непомирљиве мржње, суровог фанатизма и бестијалног насиља“ (Косик, 1983:8). Ово сасвим добро описује историју западног Новог века. Кад је једном „разум изгубио суштину а савест реалност“ друштво је кренуло путем на коме му вредности постају нехуманистичко (антихуманистичко) деловање. Косик је то сажео у две реченице: “Разум без савести постаје *утилитаристички и технички разум рачунице, прорачуна, калкулације* (курзив С.Р.) и цивилизација заснована на њему јесте цивилизација без разума, у којој је човек подређен стварима и њиховој техничкој логици. Савест отргнута од разума своди се на беспомоћни унутарњи вапај и таштину добрих намера“ (Косик, 1983:8).

На утилитаризму „разума без савести“ подизала се технологија, као

транспонована спољашња моћ, насталу као сила из друштва, увек контролисана и употребљавана у мањој или већој мери од владајућих друштвених група, али која постаје – *мегамашина*. Тако је Мамфорд у првој књизи „Мит о машини“, назвао систем чији су „покретни делови“ у прадоба били састављени „искључиво од људи“, да би се онда – механизам, од лука и стреле до компјутера, све више употпуњавао неживим деловима. „Тај наметнути систем моћи, са својом пропустљивом принудом и аутоматизмом, може се на крају показати као најозбиљнија пријетња човјековом властитом развоју“ (Мамфорд, 1986/2 :310-311). Мамфорд је при том имао у виду онај „комплекс моћи“ који се после светских ратова у XX веку појавио у Европи и Америци под окриљем власти хипербирократизоване савремене државе. Као човеку који преко журнализма имао јаке везе с реалношћу, Мамфордовом оку није могло да промакне до које мере иза фраза о „незаустављивом прогресу“ стоји опасност за човекову аутономију, слободу и интегритет.

4. *Тејлоризам – неразмрсив чвор органске везе Запада и Истока*

Утицај технологије на друштво и страх од последица техницизирања стварности производили су снажан утисак, али само појединачан отпор - пре свега код уметника. Технологија код маса производи крајњу некритичност. Тај ход или марш, како се коме чинило, ка „тоталној индустријализацији“ друштва Новог века, у најширем смислу се подводио под сад већ помало заборављени и старомодни појам - *тејлоризација*. Данас наш „индустријализовни разум“ оно што се зове „научни менаџмент“ прима као уобичајен сегмент корпоративног капиталистичког система, али почетком прошлог века то је, међу сензибилним људима који још нису били раздвојени и отуђени од суштине човековог бића, доживљавано као најстрашнији удар на интегритет хуманитета појединца.

Кад је једно од најважнијих и најутицанијих књижевних дела XX века, родоначелно дело великих антиутопија које је прокрчило пут и Хакслију и Орвелу, књига „Ми“ Јевгенија Замјатина, прошла своју „совјетску Голготу“ у којој су совјетски „чувари реда“ ускогрудо препознавали само удар на „Партију и револуцију“ - испоставило се да је овај писац најзвучнијег уметничког инстинкта, у ствари, као надидеолошки хуманистички интелектуалац био „окренут у првом реду против Тејлорових идеја“ (Замјатин,1984:8). То говори о нечему много важнијем, о том рационализованом, математизираним сегменту (што је пластично описао Шумпетер)

Новог доба у коме је сукоб либерализма и социјализма питање не суштине тог друштва, него питање врсте „оптималног управљања“ друштвом. Колико год разлика између та два приступа понекад изгледала космички растављена, на смрт супростављене и без икаквих заједничких тачака стране се, у крајњој линији, појављују као „два лица“ исте друштвене суштине и два идеолошки осмишљена и организована начина управљања модерним друштвом.

Кад је помињани амерички инжењер Фредерик Тејлор (1856-1915) „први истакао нужност коришћења науке и савремених метода у проучавању и примени менаџмента“, тиме су били одушевљени и амерички естаблишмент и Јосиф Висарионович Стаљин. „Америчка ефикасност је та несавладива сила које нити зна, нити признаје препреке; то се преноси на задатке од тренутка када су отпочети, до тренутка када су завршени, па чак и ако су у питању мањи подухвати; и без чега је било какав озбиљан конструктиван рад немогућ. Комбинација руског револуционарног заокрета и америчке ефикасности чини суштину лењинизма“, цитирао је амерички историчар Томас Хјуз у својој књизи *American Genesis: A Century of Invention and Technological Enthusiasm 1870-1970*, никог другог до Великог Кобу, највећег непријатеља Запада, Ј.В. Стаљина (www.sh.wikipedia.org, одредница, *тејлоризам*).

Детаљи сложеног Тејлоровог метода и развијене теорије, за који се најчешће веже дехуманизовани рад на „бескрајној траци“, згранули су и Кафку и Замјатина. [О томе је било речи у Трећем поглављу.] Уметнички инстинкт је препознавао суморни процес „индустријализације људског рада и свести“ у коме су се људи претварали у машине. Јевгениј Замјатин је у „погледу из будућности“, видео проблем као много опаснији од „неуроза“ о којима је говорила Карен Хорнај. Његова пројекција друштва не спада у ред оних који могу да се „остваре“ у формалном смислу, али су незаобилазне опомене о нарушавању логике самог Живота. “Имао сам прилику да читам и чујем много невероватних ствари о оним временима када су људи живели још у слободном тј. неорганизованом, дивљем стању“, говори Замјатинов јунак из „светле будућности“ и чуди се: „Али најневероватније ми се увек чинило управо ово: како је тадашња, макар и ембрионална власт, могла дозволити да људи живе без ичега налик на наше Таблицу, без шетњи, без тачног регулисања распореда јела, како је могла дозволити да устају и одлазе на спавање кад им дуне у главу; неки историчари чак

кажу да су у то доба на улицама по сву ноћ горела светала, да се по сву ноћ улицама ходало и возило“ (Замјатин, 1984:20).

Замјатин је, по логици свих антиутопија, „технолошко друштво“ будућности видео као тоталитаран склоп Јединствене Државе и Великих Корпорација у којима се улога човека своди на „шраф“ у мегамашини. Људи су ослобођени сећања, емоција, права на слободну репродукцију врсте, избрисана им је поезија из мозга, а „Слобода је – Злочин! „Ослобођење?! Чудновато: како су у човечјој врсти жилави злочиначки инстинкти. Кажем свесно: 'злочиначки'. Слобода и злочин су тако нераздвојно повезани међу собом... Једино средство да се човек избави од злочина – то је да се избави од слободе“ (Замјатин, 1984:37).

И, наравно, ту је Љубав чије је кроћење описала и Карен Корнај. Једино утешно, хуманистичком интелектуалцу, у том замјатиновском надвременском песимизму је да се Љубав на крају показује као најсубверзивнији елемент хиперуређеног друштва пред којим „мегамашина“, као што је био пројекат *Интеграл* из романа и математичари као што је био Градитељ *Интеграла* Д-503, падају “у болест“ и враћају се у „прљавштину“ и недостатак реда у коме су живели „древни људи“. Да ли смо и ми већ данас изашли из доба „древних људи“ питање је које се често поставља на крају другог миленијума кад , и научни и уметнички поглед на свет, дешифрију индустријализовану дехуманизацију, што је у оном предрационалистичком друштву незамисливо.

Жак Елил, хришћански теолог који је по свом послању обавезан на оптимизам, гледајући свет око себе није имао снаге да не види последице. Технолошко друштво је друштво сужених слобода. Човек живи са привидима да му технолошка достигнућа доносе слободу (на пример, ауто да слободно путује, интернет да успоставља бесконачан број веза, итд), али не примећује да му та средства неизбежно одузимају способност да критички посматра свет око себе и углавном не учача ограничења која привиди слободе доносе. Он их само осећа као неподошљиву мору, безобјектну тескобу.

И човек и друштво у условима неограничене технизације постају – неодговорни. У документраном филму, „портрету Жака Елила, *The Betrayal by Technology*” холандског аутора Јана Ван Бекела, Елил сликовито објашњава да је „у друштву као што је наше за појединца готово немогуће да буде одговоран“. Он као пример наводи случај кад се неки насип – провали. Ко може бити одговоран за то? Да

ли геолози који су испитивали састав земљишта, инжењери који су пројектовали насип, извођачи радова који су подигли насип или пак, политичари који су одлучили да се насип гради и да се гради баш ту? Ко је одговоран? Нико. Нема одговорних.

„У целом технолошком друштву рад је тако фрагментиран и раздробљен у мање делове да нико није одговоран за целину. Али нико није ни ослобођен одговорности. Свако има своју 'личну', посебну обавезу. И - он мора то да ради“ (Воескел,1992). Елил наводи пример, за који каже да је нешто најстрашније што је икад чуо: сцена са суђења у Нирнбергу, кад судија „у случају Аушвиц“ пита једног чувара из концентрационог логора Берген-Белзен: „Зар вам то није било страшно? Толики лешеви свуда око вас?“ Чувар одговара: „А шта сам могао да учиним? Капацитет наших пећи био је страшно мали. Нисам могао да спалим толика тела. То ми је стварало толико проблема. Ма, нисам могао ни да мислим о тим телима. Био сам толико преокупиран техничким проблемима мојих пећи.“ Елил експлицитно закључују: „То је класичан пример неодговорне особе. Он се бави техничким задацима и не интересује га ништа друго“ (Воескел,1992).

Питање је, дакле, колико уопште, као члан таквог друштва, појединац и може мислити изван задатих праваца. Јер, ради се како је то Елил изложио у две своје комплементарне књиге – „Техника или Улог века“ или „Технолошко друштво“ према енглеском преводу (1954) и „Пропаганда“ (1962) – о креатури коју он назива „масовни човек“ (“*mass man*”), што је људско биће толико далеко померено од своје индивидуалне суштине да његово понашање постаје предвидљиво, а он – савитљив и подложен моделирању као никад у историји. „Технолошко друштво“ је „масовно друштво“.

Жак Елил (1912-1994) је човек занимљиве биографије, која сама по себи донекле објашњава његову теорију. За њега се каже да је „хришћански анархиста“, којег је образовање учинило професором права, социологом, протестантским теологом. Његов отац који је себе доживљавао као атеистичког волтеровца, досељеник је са Малте, и потомак православне породице једног Грка и једне Српкиње. На сво то непоновљиво лично искуство мора се додати и компликовано време у коме су знатижељници морали да буду „копачи знања“ на најразличитијим местима.

У поменутом документарном филму Елил је показивао своју библиотеку овим редом: прво, све књиге Карла Маркса, друго, књиге које стално користи, мноштво

књига поезије (поезију је увек држао на дохват руке), приручници, затим књиге из социологије технологије и – теолошке књиге. Елил, као и Маркс, није веровао да капитализам има решења за друштвене проблеме који се непрестано гомилају, увећавају, компликују и које човека чине све беспомоћнијим. Маркс је то регистровао као „отуђења“ а последицу класних односа, Елилу се то чини сувише оптимистичким. Јер, по њему ни развлашћивање капиталистичке класе, о чему сања Маркс, не би могло ни зауставити ни битно модификовати поход технологије, глобалне мега-машине како је то сликовитије називао Мамфорд.

И Жан Бодријар је у “Огледалу производње“ уочио то суштинско ограничење Марксовог радикалног раскида с капитализмом: „Тиме што је себе схватило као облик производне реалности супериорнији од буржоаске политичке економије, оружје које је Маркс створио окренуло се против њега и изокренуло његову теорију у апотеозу политичке економије. На много вишем нивоу, његова теорија се саплиће о сопствену критику Фојербаха, који је радикално критиковао садржај религије, али у потпуно религиозном облику. Маркс је развио радикалну критику политичке економије, али и даље у облику политичке економије. Та су лукавства дијалектике, несумњиво границе сваке 'критике“ (Бодријар, 2011:41). Али Марксови наследници у сфери “мењања света“, Лењин (кога Елил сматра највећим и најсупешнијим баштиником техника пропаганде у XX веку) и Мао, не само да не увиђају ризике „технолошког ропства“ човека, него се боре, и успевају у томе, да у својим технолошки заосталим друштвима, истом матрицом, направе у историји невиђени скок до главне матице технолошког прогреса.

Изгледало је многим 1989. године да је Елилово поверење у технике Лењина и Мао Цедунга било нереално, али већ 1999. пажљивији посматрач могао је уочити да су се та друштва успешно престојила према захтевима „глобалне мегамашине“, а 2009. је – крајње упечатљиво на примеру Кине – и најтврдокорнијим „верницима либерализма“ било потпуно јасно да тај модел појачава гас и диктира успостављање нових глобалних структура и то у оној равни коју је Елил одредио као – раван технолошког друштва. Кинеско друштво које је миленијумима живело по оним правилима „иза кинеског зида“ и селективно припуштало спољне утицаје, сада постиже фантастичне победе у надметњима у најсофистициранијим дисциплинама технолошког прогреса, али се убрзано и у драстичним размерама суочава са последицама таквог друштва – „усамљеност“, „отуђеност“ човека, безусловна и сурова пресељавања десетина

милиона становника из руралних подручја у оне индустријске области и мегаполисе где се природа сасвим повукла испред вештачког „универзума“.

И заиста, то даје за право Марксовој тврдњи из Комунистичког манифеста (1848) како „чарима капитализма“ нико и нигде на земаљској кугли не може одолети: ако далека друштва не постану колоније саме ће се колонијализовати. Али, шта је век и по – као што се питао Шумпетер – остало од капитализма? Ово заиста јесте „предузетничко друштво“ без предузетника на чијим местима статирају менаџери и експерти, друштво „свете приватне својине“ у коме су кључни ресурси у рукама „доколичарске класе“ претворени у власнички безличне мегакорпорације, и на крају – ово је „плуралистичко друштво“ са фингираним плурализмом и реално без праве опозиције која би у кризним временима могла да има вансистемски увид и надсистемске предлоге за решења.

И најважнија Елилова књига „Техника или Улог века“ (француски оригинал *“La technique ou le jeu du siècle”*, Paris: Armand Colin, 1954) имала је судбину дела које баца сувише истине у лице друштвима која имају „важнија посла“ него да знају шта су и ко су. Све до 1964. то дело, благо речено, „није изазивало много пажње“. Али онда је „налетело“ на Олдоса Хакслија, који је учинио све да се то дело појави на енглеском језику. Њујоршки издавач није имао разумевања за поетска оплемењивања француског наслов и 1964. дело се појавило као *Technological society*. Књига је доживела значајан успех, тако да је 1965. логички наставак прозаичног наслова „Пропаганда“ одмах изазвао велику пажњу.

Аутор „Технолошког друштва“ је донео сасвим оригиналан приступ пропаганди. За разлику од уобичајене гадљивости коју „слободни свет“ има уграђену у своју перцепцију, те подметачке делатности а која угрожава „слободу мисли“ тзв. „слободног човека“, Елил пропаганду представља као технику (у технолошким друштвима технике су најважније методе или средства) која је, у крајњој линији, од помоћи изгубљеном појединцу у „масовном друштву“. Наравно, све то треба гледати „елиловском оптиком“. Није то нека помоћ која ће „изгубљеног човека, извести на прави пут“, чиме се углавном (неуспешно) бави западњачка хуманистичка наука. Овде се ради о оријентацији на путу за који се не зна куда води. Боље рећи, пошто човеку треба да се за нешто ухвати, пропаганда му нуди свој варљиви ослонац који сам по себи личи на сигурност коју невеселом људском бићу нуде алкохол или наркотици. Преброди се један период, а онда се тражи још. Елил тако уочава како је „отрежњење“

немачког друштва после 1945. управо „скинутог“ са јаке гебелсовске пропаганде, било болно и драматично. Чекала се нова доза. Сличан проблем, пише Елил, мучио је и Американце у то време, јер је доза пропаганде коју су они добијали у току рата била одједном и осетно смањена после проглашења победе 1945.

Како су, у ствари, демократска, грађанска друштва стигла до толике потребе за пропагандом као умирујућим средством и оријентиром?

5. *Успон пропагандних средстава у масовном друштву - случај Лењина*

Техничка цивилизација је по својој природи и основној интенцији глобална. Не постоје границе за њу, нити постоје места где је човек од ње добро изолован. „У политичкој сфери феномен поприма облик бруталне транзиције из елементарних друштвених облика у потпуно развијену модерну диктатуру. Већи део светске популације је за неколико година прешао из кметства или феудализма до најпедантније диктаторске државе, захваљујући нужном усвајању производних или административних техника. Совјетски Савез, Турска и Јапан су добро познати примери“ (Елил, 2011:141).

Иако колевка техничке цивилизације јесте Запад Елил сматра да је ту „политичку технику засновао Лењин. Он није успео да потпуно формулише њене принципе, али је од почетка остварио два резултата. Чак је и осредњи политичар, применом 'метода', могао да развије солидну политику, да избегне катастрофу и обезбеди јасну политичку линију. Поред тога, метод је био много супериорнији од нетехничке политике; исти резултат се могао постићи са мање ресурса и с много мање трошкова“ (Елил, 2011:101).

Владимир Иљич Лењин је у познатом делу „Шта да се ради“ развио „своје оригинално схватање професионалног револуционара“. Лењинова техника заснивала се на јасном уочавању стања ствари и промишљеном плану стицања до циља. Лењин је сматрао да је „прави револуционарни покрет резултат спајања два одвојена и различита чиниоца: спонтане борбе радника противу својих изабљивача, с једне стране, и социјалистичке науке, с друге стране. (...) Савремена социјалистичка свест се може стварати само на бази дубоког научног знања“ (Барбис, 1974:18). Пошто пролетаријат није имао образоване људе који би могли у технику имплементирати знања, Лењин се као практичан техничар залагао за „доношење политичке свести споља“. Он не крије

да „носилац науке није пролетер, већ буржоаски интелектуалац“ и да се „заиста у мозгу извесних појединаца ове категорије интелектуалаца социјализам и родио, и баш преко њих је социјализам и саопштен интелектуално развијенијим пролетерима, који га затим уносе у класну борбу“ (Барбис,1974:18).

А класна борба, у научном тумачењу, превазилази површност која је варљиво сугестивна. „Дужност, дакле, правих револуционара 'много је шира и сложенија од економске борбе радника против газде и владе'. Борац 'трејд-јунионистичке врсте', који је потпуно упућен како треба водити штрајк, како од газде ишчупати известан уступак за свој синдикат... неспособан је да раднички покрет надахне научним социјализмом. Зато је нужно било створити један други тип борца“ (Барбис,1974:20). Ово је Елилова констатција изречена речима једног од социјалистичких „професионалних револуционара“.

Лењина техника има за циљ стварање слоја који може преузети политику, државу, власт, али она никад не заборавља ни саму „технику“. Циљ у унапређењу технике је да сваки пролетер постане „агитатор, организатор, пропагатор, професионални колпортер“. „Императивна је наша обавеза“, писао је Лењин, да радник револуционар „буде на истом ступњу на коме се налазе интелектуалци револуционари... Нарочито нам се треба трудити да подигнемо радника на ступањ револуционара а не да ми сами паднемо на ступањ радничке класе.“ Лењин је, наравно, разумевао да теорија колико год је неопходна, не може бити сама техника и зато је инсистирао да се она дограђује „филозофијом праксе“ тј. „живом агитацијом и пропагандом, свакодневним 'политичким разоткривањем', 'искуством политичког живота“. Лењинов пропагандни приступ, у раној фази социјалистичке изградње, носи моћ у потпуној трезвености и апсолутној оданости принципима „технолошке цивилизације“. „Савремена економска наука је услов социјалистичке производње исто тако као на пр. што је модерна техника, и , упркос свим својим жељама, пролетаријат не може да створи ни једно ни друго. Обе произилазе из савременог друштвеног процеса“ (Барбис,1974:18).

Поредећи „технику коју је применио Хитлер“ са предтехничким резултатом „војног генија као код Наполеона“ Жак Елил констатује надмоћ технике која је „техничару“ Адолфу Хитлеру омогућила да „три године одолева непријатељу који је био приближно пет пута надмоћнији у свим областима – у бројности људства, војних средстава, у економској снази и тако даље“. Елил налази недвосмислену паралелу,

опет с Иљичем, да је „политичка техника Лењинове школе омогућила, а и даље омогућава [ово је писано 1954.] успех у односу на све друге политичке форме, чак и кад оне могу себи да приуште несразмерно супериорне ресурсе... таквој политичкој техници се може супротставити само друга политичка техника, а пошто је америчка, на пример, веома инфериорна, она мора посегнути за огромном потрошњом ресурса“ (Елил, 2011:101).

Техничка цивилизација успоставља нову хијерархију вредности јер је у њој „техника прогресивно овладава свим елементима цивилизације“. Ту је и сам човек надвладан и „техника која чини човека својим предметом тако постаје центар друштва“. Неки продукти људске врсте који су сматрани суштинским за људску врсту – као што су уметност и књижевност – су подређене техничким потребама. „Узмимо на пример, биоскоп, радио и телевизију. Ти медији захтевају велике капиталне инвестиције. Као резултат, уметничко изражавање је подређено цензури новца или државе“ (Елил, 2011:145). „Оно што се десило уметности у овом периоду даје нам најинтимнију могућу визију продора механизације у дубину људског бића“, уочиће чувени историчар и теоретичар архитектуре Зигфрид Гидион, констатујући да је „механизација продрла у несвесно уметника“. Елил се у својој расправи осврће на речи композитира Игора Стравинског „*Моје дело је архитектонско, а не анегдотско; објективна конструкција, а не опис*“ и из тога изводи закључак да су „то речи човека несвесно укорене у технички миље.“ Елил уочава и последице да „од како је Стравински то написао, музика је била још више преображена техничким средствима која нису била изворна музичка техника, односно, музичка методологија или конструкције инструмената. Имам у виду Шеферову 'конкретну музику', 'музику за траку' (пројектовану музику) Ушачевског и Ајмертову електронску музику, које користе техничка средства која нису априори музичка. Ни у једном од тих типова музика нема више потребу за извођачем...“ (Елил, 2011:147) Свет техничке цивилизације је довео до тога да је и „оно што човеку изгледа најличније техницизирано“ (Елил, 2011:146).

Човек који је још у свом уму сачувао слике из „древних времена“ (Замјатин) не може а да не уочи да и „начин на који се човек одмара и опушта постаје предмет техника релаксације“. Кад кампер данас пође „у загрљај природе“ он то претвара у ништа мању ваштачку реалност од оне у урбанизованим оквирима: прати већ општепознате и утабане коридоре, опрема се у специјализованим радњама, гледа на

природу као уређен парк, о томе после прича типизирани приче; авантуре су измишљене по обрасцима ТВ-преживљавања што с природом има врло мало везе. Иначе, „начин на који [савремени човек] доноси одлуке није више у домену личног и вољног, већ је постао предмет 'операционалних истраживања'. Као што каже Гидион, све то представља експеримент са самим кореном бића“ (Елил, 2011:146).

Последица је да је појединац „постао једина друштвена јединица, али уместо слободе, та чињеница му је донела најгору врсту ропства.“ Такав, искорењен из својих „органичних“ група, одвојен од тоpline породице и наклоњених пријатеља, а онда трансферисан у урбанизоване конгломерате, он постаје део „машине“ (дакле не више онај ко „машином“ управља) што ће га онеспособити „да се одупре економском притиску“. Ово је много песимистичнији закључак од мисли мислилаца у XIX веку. Тада се тражила снага која ће моћи да промени неповољан ток ствари. Марксисте су је налазили у пролетаријату, либерали су веровали да решење доносе „беле крагне“, модификована средња класа. Последња криза капитализма доста јасно осликава озбиљност и утемељеност Елиловог песимизма. Додуше, његова истраживања показују и да је оно што ми данас доста јасно видимо „није од јуче“. Проблем би могао да буде и начин наше перцепције ризика које увек носи „тамна страна“ друштвених достигнућа, а посебно безглавог прогресивизма.

Погледа уназад показује да у XIX веку почиње дезинтерграција малих друштвених група. Кад те друштвене групе изгубе значај и буду потиснуте, појединац који је живео у том миљеу постаје излован и усамљен. „Искорењен“, он се сели у градове. Без везе са местом живљења, без веза с породицом, са родбином, обрисаних веза са прецима, без осећаја заједништва у црквеним парохијама, тако изгубљени појединац постаје мера свих ствари. Сам би морао да суди о свему што се тиче њега лично и његове заједнице, на разним нивоима. Онеспособљен да се брине и најосновнијим стварима, он ипак сам *мора* да просуђује о свему. „Упућен је на сопствене изборе; критеријуме може да налази само у себи. Јасно је да он постаје одговоран за све одлуке, и личне и друштвене. Он постаје крај и почетак свега. Испред њега није било ничега, иза њега неће остати ништа. Његов живот постаје једини критеријум правде и неправде, Бога и Ђавола“ (Ellul, 1965:92).

Па, шта је проблему у томе, питаће се сваки лакомислени либерал. Зар се нисмо за то борили? Око индивидуума се врти све. „У теорији је то предивно“, рећи ће Елил, али шта се дешава у стварности. Мала је снага појединца у сукобу с бескарајним и

дубоким океаном друштва, а он је истовремено „оптерећен тоталном, угушујућом одговорношћу. Такви услови чине 'индивидуалистичко друштво' плодним тлом за модерну пропаганду“ (Ellul, 1965:92).

Као члан малих „органичних“ група појединац је био заштићен од спољних утицаја и прејакних сугестија. Он је живео само са притиском своје мале групе, нечег препознатљивог и сагледивог. „То не значи да је био слободнији, али је пре свега био условљаван својом локалном околином и својим групама невелике снаге, а врло мало широким идеолошким утицајима и колективним психолошким стимулансима“ (Ellul, 1965:92). Велика је наивност било очекивање да ће појединац извучен из „органичних група“ постати – слободан. Он је само постао изложенији утицају масовних кретања, државе, организованих група и од таквих појединаца настаје „масовно друштво“. Да би објаснио колико је тај „урбани“ „масовни“ човек подложнији безграничном утицају пропаганде, Елил подсећа да је „Гебелс признао да је сељак докучив само кад му се разбије његово миље, а и Лењинови проблеми са интегрисањем руског сељштва у револуционарне обрасце су добро познати“ (Ellul, 1965:93). Само „масовно друштво“ Елил дефинише као „друштво са одређеном густоћом у којем су локалне организације и структуре слабе, токови мишљења драстично сужени, људи су груписани у велике и моћне колективе, а појединац је само делић тог колектива у коме доминира чврсто психолошко јединство“ (Ellul, 1965:93).

Успостављајући корелацију *технолошко друштво – искорењени појединац – пропагандно средство* Елил је пропаганду подигао у надполитичку сферу – она је постала друштвена (*sociological propaganda*). Кад је пропаганда политичка (као Хитлерова или Стаљинова, нпр): већ је успостављена основна линија, зна се ред аргумената, познате су етапе кампање; у складу с тим условима очекују се брзи резултати (као, на пример, кад се у ратно време од памфлета или порука очекује да успоставе јасан однос према непријатељу).

Оно што Елил зове „социолошка пропаганда“ је техника која настоји да у друштво интегрише што већи број јединки, да понашање многих људи подведе под истоветни оквир, која подржава одређени начин живота. „Пропаганда хришћанства у средњем веку је пример такве врсте социолошке пропаганде“ (Ellul, 1965:63). Америчка послератна пропаганда је, ипак, најбољи пример те врсте. „Нема сумње да је адвертајзинг ширење одређеног стила живота“ као и да је то „у суштини, пенетрација одређене идеологије у друштвени контекст“ (Ellul, 1965:63). У САД је пропаганда

инкорпорирана у филмску индустрију, образовање на свим нивоима, технолошки процес у целини, има на располагању велику мрежу ПР-агенција, лобистичке групе, хуманистички инжењеринг. “То улази у људске навике, постаје део њихових обичаја. Као резултат имамо стање у коме човек усваја нове критеријуме, нова просуђивања и нове изборе, а усваја их спонтано“ (Ellul, 1965: 64).

6. *Зашто је Маршалов план имао ставку: пропаганда?*

У Сједињеним Државама „социолошка пропаганда“ је последица „америчког начина живота“; кад се једна велика земља нашла пред проблемом друштвене интеграције, као претпоставке уједињавања свог огромног тржишта: масовна производња тражи масовну потрошњу, али масовне потрошње нема без систематског ширења и утемељавања „идентичних погледа на то што је животна потреба“. Али кад *то* једном буде успостављено и структурирано, оно може да се користи за најразличитије потребе. Без тога је „поред америчког либерализма и америчке самоуверености у моћ своје економије и свог политичког система, тешко разумети 'талас колективне хистерије' који се догодио после 1948. и кулиминирао у макартизам“ (Ellul, 1965: 68).

Амерички естаблишмент није имао дилема о моћи и значају пропагандне машинерије у „пропагандном друштву“. „Тако да нема сумње зашто је Маршалов план – који је пре свега био реална форма за помагање неразијенијих земаља – *имао такође пропагандене елементе* као што су повезивање пласирања америчких производа и филмова са публицитетом о томе шта то Америка ради да би помогла те нације. Ова два аспекта индиректне пропаганде уједињена су социолошка пропаганда. Али то би се могло повезати са посебном пропагандом у 1948. у виду подршке од 15 милиона долара да би се шириле америчке публикације у Европи“ (Ellul, 1965: 70).

Овако успостављен механизам пропаганде покрива читаво друштво, делује успорено, али улази у само ткиво друштва, постаје изузетно ефикасан у стабилним друштвима и мирним временима. Изгледа да је тај загрљај нешто нераскидиво, јер почиње да се губи граница између пропагандног деловања и уобичајених друштвених активности. „Међутим, социолошка пропаганда је неадекватна за време кризе. Нема моћ да покрене масе у акцију у изузетним околностима. Онда се мора појачавати класичном пропагандом, која покреће акцију“ (Ellul, 1965: 66).

У мору пропаганде изузетак би требало да чини *информација*. Разлика између пропаганде и информације је нешто што се посебно и често наглашава. Дистинкција изгледа јасна. *Информација* је усмерена на разум и искуство – заснована је на чињеницама; *пропаганда* је усмерена на емоције и јака душевна узбуђења – ирационална је. „Има у томе неке истине“, каже Елил, „али стварност није тако једноставна“ (Ellul, 1965:84). Он наводи два примера који такве дефиниције чине непотпуним. Рекламе за аутомобиле или електронику су, у основи, препуне техничких чињеница, описа могућности тих машина, иновација, унапређења у дизајну. Или, совјетска пропаганда је 1950-их била препуна фактички истинитих порука о великом научном напретку и економском развоју СССР-а. Ипак, у оба случаја, то је само пропаганда – где чињенице, пробране и обрађене служе да демонстрирају, рационалистички, супериорност тих продуката или тог система и да би се задобила подршка било кога. По својој логици и циљевима, амерички билтени вести, који су тих година били у моди, ништа се нису разликовали од *Ревизије Немачке Демократске Републике*. „У ствари, можемо констатовати да што прогрес више одмиче, пропаганда постаје рационалнија и више се ослања на чврсте аргументе, простире се на знању, прецизним информацијама, табелама, графикама, статистици“ (Ellul, 1965:85). Озбиљне анализе попут оних Ернста Криса и Нејтана Лајтса у класичном раду *Trends in Twentieth-Century Propaganda* („Трендови пропаганде у XX веку“) упоређивале су пропаганду 1914. и ону из 1940. и утврдили да је ова последња „трезвенија и информативнија, мање емоционална и мање моралистичка“, тј. мање је усмерена на *Superego*, а више на *Ego*.

Али: да ли то показује да је пропаганда – рационална? Односно, да ли пропаганда уопште може бити рационална с обзиром на оног ко прима поруку? Што више је информација у оптицају, то је више проблема за људску јединку која их чита или слуша. Питање је шта човек који саслуша и погледа рекламу о новом ТВ-сету или новом аутомобилу, ако није електроничар или пасиониран зналац производа ауто-индустрије, може да упамти или стварно разуме? Може ли он неком другом јасно препричати описе и функције дигиталних компоненти или, пак, иновације и делове сложених и углавном невидљивих механизма у аутомобилу? Наравно, да не. Суочен са свим тим фасцинантним непознаницама и новоствореним чудима он само може да изусте: “Страшна ствар!”

Готово да је истоветан однос човека кога „нападну“ рационалношћу, сувом логиком, тврдим фактима. Кад читалац заврши читање текста о расту индустријске производње у Кини, или о продукцији у Силиконској долини, или трансакцијама у Волстриту, готово је искључено да он може да попамти чињенице, корелације и логику функционисања. Њему, и кад је пажљив, једино остају површне импресије и генерални - елиптичним реченицама изречени закључци: „Ови (компјутераши или Кинези) су невероватни! Какво чудо! Напредак је толико важан за све!“ Исто тако и гледаоцу који је гледао неки филм, углавном, остаје утисак. „Чињенице, датуми, закључци – све се заборавља. Остаје само импресија.“ Реално, то су могућности просечног човека који се с тим суочава као са свакодневном рутином. А управо та ограничења су основа моћи пропаганде. Да „индивидуум никад не почне да ради на основу чињеница, да не почне да се нагло рационално понаша. Него да га покреће емотивни притисак, визија, будућност, мит“ (Ellul,1965:86).

Овде долазимо до кључног увида: „Морамо нагласити да је ово тачно не само за пропаганду већ и за информацију. Изузев за специјалисте и znalце, информација, чак и кад је на најбољи начин презентована, даје људима само широку (непрецизну) слику света. И данас како се повећава број информација – истраживачких налаза, чињеница, статистике, образложења, анализа – утолико се више *елиминира* лично просуђивање и способност за формирање сопственог мишљења, а самим тим и отвара простор за неконтролисанију пропаганду“ (Ellul,1965:87). Ова тврдња може звучати шокантно, али она у основи делује отрежњујуће за сваког ко је вољан да свој утисак о овом проблему сравни са стварношћу. „Засићеност чињеницама, далеко је од тога да припрема људе да расуђују и изводе своје мишљење, а свакако га омета при чињењу и извесно га заиста паралише... Овај механизам модерног информисања индукује неку врсту хипнозе појединца који не може да изађе из поља информативног утицаја које се распростире око њега“ (Ellul,1965:87).

То је и врло озбиљан одговор на питања која се постављају сваки пут кад се појави неки нови технолошки проналазак. И то је на крају прошлог миленијума до краја актуелизовао – интернет. „Што је развијенија техника дистрибуција информација, то је појединац више обликован тим информацијама. А уопште није истина да човек од оног што му је понуђено може слободно да изабере оно што је истинито“ (Ellul,1965:87). Притиснут са свих страна, суочен са застрашујући

компликованом стварношћу, појединац у таквом околишту почиње да „схвата“ да му је једина пружена рука спаса - пропаганда. И то је нешто. Јер без икакве подршке појединац губи сваку наду у лавиринту без излаза. Овако бар има осећај да се „нешто креће“.

7. *Јавно мњење не кореспондира са стварношћу*

У урбаном друштву којим доминира технологија за место сусрета различитих мишљења, за суочавања чињеница, за размену јавних порука *пијаца идеја* постаје – јавно мњење. Али, појединац је пред тим изузетно сложеним комплексом као непливач пред великом реком. Пред њим је процес обликовања мишљења који је у сталном покрету и непрекидној драми, а канали информација су институционализовани. Иза тих институционализованих токова стоје организоване, моћне, богате групе које „професионално“ посредују информацију. На основу пене и вртлога које види, усамљени и слаби појединац би, по класичној дефиницији демократије, требало да доноси рационалне и сврсисходне одлуке. То је, наравно, илузија, али немоћном појединцу потребна је илузија у друштву у коме је манипулација основа усмеравања и владања. На крају, усамљени и немоћни грађанин може само да констатује да се оно крајње мишљење „формира кроз учешће великог броја људи, који уносе различите стандарде, говоре различитим језицима, не деле исту културу нити су из истих социјалних слојева“ (Ellul, 1965:101). Сва факта и мишљења у тој машини за млевење свих материјала претварају се у симболе и апстракције, и зато „*јавно мњење увек остаје на проблемима* који не кореспондирају са стварношћу“ (Ellul, 1965:101).

У тој надреалној стварности и медији постају сила изнад друштва. Јер, никаква мишљења се у таквом друштву не могу формирати ако не постоје средства масовне комуникације. Постојање тих средстава олакшава посао пропаганди. Људи су већ окупљени око својих новина (купују их!), већ су купили себи радио и телевизијски пријемник или Пи-Си, и пропагандистима остаје само да уграђују своје поруке у садржаје и гурају их као кукавичија јаја кроз успостављене канале за које се, опет, систематски одржава мит како су „независни“, што је само по себи заклон који би пропагандни механизам себи тешко обезбеђивао. Приступ је трасиран и транспонован у један прецизан и рационализован систем: кроз постојећу „мегамашину“ и разрађеним техникама.

Три деценије после ових Елилових теоријско-социолошких поставки Ноам Чомски и Едвард Херман створили су *Пропагандни модел* као „оквир за анализу и разумевање како амерички мејнстрим медији функционишу и зашто су такви какви јесу“ (Herman, 2003:1). Чомски и Херман су утврдили да медији раде у оквиру јасно структурираног и уоквиреног система идеолошких премиса, да углавном зависе од извора информација које држи једна елита; а њихов однос према томе шта им се додаје је прво, крајње некритичан, а – кад пређу ту границу медији бескомпромисно учествују у перманентној пропагандној кампањи за интересе те елите: економски најбогатијих, политички водећих, законски недодирљивих.

Пропагандни модел је сугерисао да су мејнстрим медији вођени „недемократским циљевима“, те је – како је сам Херман у једној ретроспективи после 15 година подсетио – сваки критички приступ у демократским земљама био маргинализован и екскомунициран из мејнстрим расправа и анализа „четвртог стуба демократије“. У „демократском друштву“ прихватљива расправа је она која се води између *конзервативаца* (који који критикују непропорционалну наклоност медија либералима или „левици“) и *центриста и либерала* (који одбијају „конзервативну критику“ и налазе да би постојећи систем могао да буде савршенији) (Herman, 2003:1).

Чомски и Херман сматрају да се контрола производње вести успоставља преко – пет филтера. Њихов приступ први пут је целовито представљен 1988. године у књизи *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. Основна теза је да су приватни медији као бизнис много више заинтересовани за продају својих производа – читаоцима или гледаоцима, а онда још више и у бизнису преко оглашавања – него да заиста производе квалитетне и друштвено релевантне и за грађанско одлучивање важне вести.

„Друштвена улога“ медија није директно профитабила и самим тим у пропагандном друштву се потискује у други план, у сферу некритичке науке и релаксирајућих порука. [Наша анализа „Пропагандног модела“ која следи директно је изведена из списка самих аутора Херман, 1994; Хераман, 2003; Херман, Мекчасни, 2004; из различитих анализа Модела као Шадсон, 1993; Klaehn, 2002; Бргис, Кобли, 2005; Mullen, 2009; Klaehn, Mullen, 2010; као и енциклопедијске одреднице *Propaganda model*, Wikipedia.org.]

8. Пропагандни модел: пет филтера који одређују садржај вести

Први филтер, који детерминише тип вести који посредују масовни медији је – *власништво над медијима*. Аутори на примеру радикалне британске штампе, чији се почеци вежу за XIX век, показују како су *Daily Herald, News Chronicle, Sunday Citizen* - чије је постојање било основано на упућености на радничку класу - „нормално објављивали текстове који су доводили у питање капиталистички систем“. Ови листови нису припадали корпорацијама и сви су, у међувремену, пропали или су их преузели други издавачи. Данашњи мејнстрим медији су или велике корпорације или су део гигантских конгломерата и њихови текстови пажљиво обрађују теме које се тичу капиталистичког система, а доследно следећи корпоративне интересе губе могућност критичког односа према основним и најсушаственијим темама у друштву. Закон данашњег мејнстрима је: повећање профита, што значи жртвовање објективности у вестима. Медији су упућени на тржиште. То су профитабилна предузећа чији су власници и управљачи богати људи; они се неизоставно ослањају на оглашиваче који су искључиво ловци на профите и који – инсистирају да се њихови огласи појављују у окружењу које подржава потрошачко друштво и одговарајуће стилове живота. Све је то антипод оног, у јекну одушевљења демократијом на Западу, пројектованом добром и професионалном новинарству.

Дакле, не само да се давањем огласа плаћа заштита од евентуалне критике за себе, пословне пријатеље и свој друштвени слој, него се систематски утиче на – уређивачку политику. Пажљив читалац ће у данашњим медијима наћи не само прошвецоване текстове, него и читаве блокове, серије емисија и програме који су (сад већ и невешто) прикривени адвертајзинг. У редакцијском жаргону постоји и нова новинска форма *адветоријал*, са очигледном намером да се нешто узме од оног што се у класичном новинарству зове *едиторијал*, а што је текст који обично пише или главни и одговорни уредник или издавач, може бити и непотписан, али изражава став публикације. Оглашивачима није било тешко да схвате да се мора освојити тај простор, јер је позната чињеница да читаоци много више верују нечему што личи на нормалан новинарски текст или едиторијал него обичном, обележеном и јасно дизајнираном огласу. Проблем је што, кад се то тако безобзирно злоупотребљава, читаоци све мање верују и новинама. За оглашиваче то није неки проблем. „Носача огласа“ ће се увек наћи. Ново је што то није проблем ни за савремене издаваче које, у доба бесомучне

трке за увећањем богатства (или у време кризе борбе за опстанак), увек више радују брза зарада него „голубови на грани“. *Адвенторијал* је, судећи по Вебстеровом речнику, „пронађен“ 1961. године. У ову врсту манипулације спадају и „пажљиво“ бирани саговорници за редакцијски, независно рађене теме, експертска штива од људи који су „подземно“ или отворено повезани с оглашивачима.

А на крају крајева оглашивачи или међучлан, агениција за оглашавање, радо ће давати „савете“ па и „техничку помоћ“ да се медиј „модернизује“, редизајнира, помогне око скувих путовања, експедиција, истраживања. Издавач то, обично, не одбија. Једино, понекад, поради на том да то не буде сувише очигледно. Што да се не „унапреде“ ствари, посебно ако се то не плаћа него и доноси приход? Које биће у капиталистичком друштву би могло имати нешто против тог изванредног решења? А то је већ други филтер – *извори прихода*. Највећи број медија мора да привуче, на све начине, и да онда одржи висок приход од адвертајзинга, да би покрили трошкове продукције; без тога они би морали да подижу цене својих новина, оптерете буџете својих читалаца и тако повећају ризик од смањења њиховог броја. Ако новине, медиј, има мањи приход од огласа од конкуренције то га, у задатим висинама профита, ставља у неравноправан и неразрешив положај. То постаје бизнис чији је профит низак, или толико низак да се угрожава нови циклус производње. У времену кад се мери само „годишњи“ или кварталани раст, то постаје злокобна чињеница. Зато издавачи, у принципу, не одбијају „савете“ и „фер понуде“ оглашивача. То што се некад сматрало недопустивим понижењем и губитком интегритета медија постало је нормално. Најнормалније.

Данас су пређене све некадашње „црвене линије“. Може се купити минут било који и у било ком програму. ТВ-дневници почињу рекламама, прекидају се телевизијски спортски преноси, реклама се може уградити у приватност човека или повезати с страшним елементраним непогодама – у том злом часу се појави оглашивач и „филантропски“ понуди помоћ од неке звучне суме којом, ипак, ни издалека не би могао платити ТВ-минуте које тако добије, а да се и не рачуна плус ефекат „независне вести“.

У овако постављеном систему вест одавно и није ништа друго него „награда“ која се даје читаоцу, слушаоцу, гледаоцу привилегованом да у свом медију, који плаћа, види одређени оглас. То „стање духа“ постепено избацује садржаје који могу да кваре

ту идило да „сви добијају“: оглашивачи добијају „статус повлашћене групације“, изузетан положај и све им је на располагању, издавачи добијају „свеж капитал“ и извесне профите, а потрошачи се купају у заводљивим обећањима потрошачког друштва које „не зна за проблеме“. Зато су „јаки садржаји“ ту непотребни. И изгледа да се све три стране на тој основи лако нађу. Без икавог зазора придружиће им се и институције – демократске државе и грађанског друштва.

Ту смо већ код – трећег филтера, а то су *извори информација*. „Масовни медији су утопљени у симбиотички однос са моћним изворима вести због економске зависности и реципроцитета интереса“ (Wikipedia, Propaganda Model). Нема тако богатог медија који би могао покрити сва битна места из којих стижу релевантне информације. Зато се они коцентришу на „основне канале“: скупштине, владине канцеларије, председничке кабинете, војне прес-службе и остале „централизоване терминале вести“, корпоративне портпароле. Иако се медији ритуално жале да се вести у тим „терминалима“ обавезно „спинују“ и селекују, то су незаобилазни извори за највећи број информација које се појављују у једном организованом и контролисаном јавном мњењу. У ред моћних „терминала“ спадају и сви високопрофитабилни бизниси корпорација, трговински ланци, банке, спортски клубови и лиге, модни хепенинзи, индустрија забаве. „Геј Такман (Gaye Tuchman) је показала да је познавање извора знак професионалног статуса за сваког новинара. Она цитира новинара који је о свом колеги изјавио: 'Он је најбољи извештач у граду. Познаје више извора него било ко други'. Јасно је да веза новинара и званичника чини вести значајним оруђем владе и других етаблираних носилаца власти. Закључак следи да „организације оскудних ресурса“ имају великих потешкоћа да се о њима извештава“ (Шадсон, 1993:21).

Новинари и уредници који би почели да траже „длаку у јајету“ убрзо би могли осетити како се „прекида веза медија са свежом крвљу вести“. Тако медији постају све мекши према „изворима“, а и почињу да без непотребног беса и тешких речи усвајају – корпоративне вредности, логику потрошачког друштва, налазе да је џет-сет баш елита друштва, успостављају однос разумевања са „изворима“ и оглашивачима да не треба претеривати са „озбиљним вестима“ и „претенциозним коментарима“. Живот у оваквом друштву радо показује само своју лепшу и лежернију страну – а на критичку мисао се ту, с благим презиром, гледа као на улудо трошење снаге. Чему? Попијмо чашу доброг хладног пива, обришимо усне од пене и осетимо шта је уживање или

улимо самоувереност у своју лобању шампоном који нашу косу чини тако густом и сјајном.

Ако „запнемо“ за нешто, ако нагазимо неког, ако се нађемо неком на путу, то нас може само коштати бескрајних окапања, без икакве сатисфакције а још ће сви рећи „Ти ниси нормалан! Ајде кажи сад ти, чему та лудост!“ Уосталом, ако се налети на „опасне момке“ – а неконтролисана мисао и озбиљно истраживање не може то заобићи - они ће оштро и брутално узвратити. Већ смо код *четвртог филтера*: то Чомски и Херман зову „флак“ тзв. „рафална паљба“ – тј. оркестрирани, безобзирни, организовани противудар, негативистички одговори на опште понашање и појединачне тврдње медија [ТВ или радио програма]. Добро координираном акцијом редакција може бити затрпана писмима, телеграмима, пакетима, притиснута телефонским позивима; могу стићи и петиције, плакати, претње тужбама или тужбе, јавне оптужбе у скупштинама, на трговима, на организованим „спонтаним“ митинзима, на другим медијима. А то су само они површни притисци. Богатим и организованим корпорацијама или партијама, моћним појединцима то није оптерећење које се не може средити „за шаку долара“. Важно је само да неко одлучи да се то ради. У Америци, наравно, а сада и у „колонијализованој“ Европи постоје и агенције које се могу унајмити да се баве угрожавањем нечијег кредибилитета и осигуравају перманентан притисак на неког или неку институцију. Чомски и Херман „флак“ описују као организовани негативистички удар, „диљани напор да се дискредитује организација или појединац који се не слажу или имају сумњу у *претежно расположење*“ које они означавају као „моћ естаблишмента“.

А „естаблишмент“ је тих осамдесетих имао нешто чиме се бавио без престанка – а то је дискредитовање непријатеља с ону страну „гвоздене завесе“. Корист од тога се исказивала двоструко: указивало се на непријатеља и плашили су се недисциплиновани и потенцијални симапатизери социјализма и левице са своје стране. *Анти-комунизам* су Чомски и Херман сматрали *петим филтером* .

9. *Како се екстремни антикомунизам претворио у негацију геноцида*

„Црвени ђаво“ у време Хладног рата имао је јасно и непромењиво место. Ако неког у јавности означе „комунистом“ могао је рачунати на непрестано сумњичење на свим странама и латентни прогон. Они „најгори“ су завршили у радним логорима на

„испирању мозга“. Антикомунизам је био најчвршћа „гвоздена завеса“ који је Запад успео да сачини. Трагови тог пропагандног успеха остали су до данас, иако комунизма и „оних Руса“ нема више од две деценије. И кад је пао Берлински зид у те трасиране канале су сипани нова горива зла. Тако су „диктатори зла“ постајали лидери малих народа који нису имали ни приближну моћ и значај као они прави моћници с којима су они пропагандистички изједначавани. Измишљене су „бандитске државе“, што се односило на непослушнике и бунтовнике из очајања. Трезвен ум никад не би могао упоредити пуковника Гадафија (Либија, 5.7 милиона становника), Садама Хусеина (Ирак, 25 милиона становника) или Слободана Милошевића (Србија, 8 милиона становника) са вођама великих народа и држава Стаљином или Хитлером. Али препарираним јавним мњењима која су већ добијала јаку пропагандну дозу антикомунизма – та поређења нису уопште била чудна.

Ноам Чомски је 2010. године у предговору за књигу Едварда Хермана и Дејвида Питерсона, констатовао још једну последицу слабљења антикомунистичког расположења: „Крај Хладног рата је отворио врата ери порицања холокауста“. Делује нелогично да естаблишмент који је увео холокауст као психолошки застрашујућу осуду немачких злочина у Другом светском рату – пола века касније крене у порицање тог инструмента за планетарну оријентацију о кретању човечанства у техници злочина. Међутим, Чомски је мислио управо на обесмишљавање самог појма „геноцид“ његовом бесомучном злоупотребом техника које су коришћене при употреби антикомунизма у пропагандне сврхе. Прагматизму Центра то није страшно, али овај пут изгледа да се ради о појави која указује на тешку кризу морала друштва коме сада више, заиста, „ништа није свето“.

Пропагандни естаблишмент спроводи једноставну операцију: све што чинимо *ми* и наши *савезници, привремено и наши сателити* је праведно, поштено, настојање да се сузбије зло. У томе обавезно има нечег мисионарског и првосвештеничког. Као што су пре 40 година уочили Чомски и Херман – посебно кад се испод тога подвуче злослутно црвени тепих комунизма – те радње су се описивале као *конструктивно или бенигно крвопролиће*. Јесте, може да се и ту деси нека грешчица, „жалосна америчка грешка“ или несрећни случај, те као Ми Лај „постане предмет истраге“. Али зато сва дела других могу постати предмет америчке истраге, а и пре тога се могу прогласити за *злочиначка* – јер су дело непријатеља америчких праведника. А пошто пропаганда није

статична, јер народ се мора стално „хранити“ јаким дозама, уводи се у игру – геноцид. Херман и Питерсон истраживали су „придржавајући се константе медијског универзума“ употребу тог појма у периоду 1990-2008. Неки облик речи „геноцид“ 1990. „појавио се у 1352 различите ставке. У 1999. употреба ове речи повећала се 252% - а од 2006. до 2008. повећана је још 297% (5.396 ставки)“ (Херман, Питерсон, 2010:147).

Последица пропагандне употребе термина геноцид је – девастација самог појма. Ствари су отишле толико далеко у насиљу над чињеницама да је проглашен и „општински геноцид“ у Сребреници. Угледни канадски професор права Мајкл Мендел (писац књиге *How America Gets Away with Murder: Illegal Wars, Collateral Damage and Crimes Against Humanity*) пише да је „у овој пресуди (Трибунала за бившу Југославију) геноцид претворен не у обично етничко чишћење, већ у убијање потенцијалних војника током рата зарад стицања војне предности... У случају Крстић (на суђењу Хашког трибунала) концепт геноцида, *осим као чиста пропаганда*, изгубио је сваку везу са холокаустом као програмом истребљења целих народа“ (Херман, Питерсон, 2010:47).

Необуздаване лажи (о 200 до 250 хиљада убијених Муслимана у Босни, о 150 хиљада силованих Муслиманки, о постојању „концентрационих логора“ са јасном алузијом на немачку „индустрију смрти“ у Другом светском рату) упоређене с фактима из „америчког злочина“ у бесправној инвазији Ирака (која је, иначе, оправдана очигледном лажи да је Садам Хусеин располагао биолошким оружјем за масовно уништење) – дају јасне нумеричке резултате: „Узевши у обзир процене од 800.000 до 1.000.000 жртава у случају Ирака, однос броја жртава у Ираку према броју мртвих муслиманских цивила у Босни је 24 према 1, односно 30 према 1, за период санкција и период инвазије и окупације.“ Ипак, „употреба речи 'геноцид' за Босну била је шест пута чешћа него за период санкција у Ираку, и чак тридесет седам пута чешћа него за период инвазије и окупације“ (Херман, Питерсон, 2010:48).

Пример Ирака и Босне само је један из низа у коме влада јасна законитост. „Током последњих неколико деценија, учесталост коришћења и упорност у употреби речи 'геноцид' толико су нарасли да то ниподаштава злочин двадесетог века за који је реч скована. Неприхватљива је, међутим, огромна политичка пристрасност у њеној употреби, и то је подједнако тачно данас као и 1973. или 1988, толико да 'можемо

сазнати ко су пријатељи а ко непријатељи Америке пратећи употребу речи геноцид у медијима“ (Херман, Питерсон, 2010:103).

Ево и за то примера: Хашки трибунал за ратне злочине „оптужио је Милошевића за убиство 344 косовска Албанца у време пуних ратних дејстава“, док је меморандум упућен америчком државном секретару у септембру 1999. према коме Патриотски фронт Руанде вође Пола Кагамеа убија „десет и више хиљада Хуту цивила месечно“ једноставно одбачен од Клинтонове администрације и западних медија, а „Кугаме претворен у афричког Абрахама Линколна“ (Херман, Питерсон, 2010:109).

Примери се могу наћи у било којој од 29 „врло озбиљних“ војних интервенција САД у периоду 1945-2009. Све је то у времену у коме је, да парафразирамо Маклуана, свет постао „пропагандно село“ - тако нормално. А велики агресори са Запада, после повлачења „антикомунизма“ - као незаобилазне (пропагандне) оптужбе на коју западни човек нема рационалног одговора као да се ради о слепој сили природе – овако прекривају и гурају у други план своје кржаве трагове и праве намере. То траје од 1945. „За политичке структуре и медије, америчка инвазија на Вијетнам никад није била описана као 'агресија'. Иако је убијено више од три милиона људи, на то се никад није гледало као на масакр огромних размера, серију крвопролића или геноцид, мада су бомбардовања и хемијски рат за собом оставили уништenu земљу, велики број инвалида и мноштво генетски оштећених“ (Херман, Питерсон, 2010:16).

Да би таква пропагандна машинерија могла да функционише, Запад мора да обезбеђује монопол над продукцијом и дистрибуцијом информација, али и – филма, забаве, музике, спорта, модних манифестација. Глобалне и стратешке вести у свету у коме живимо претежним делом се стварају у неколико новинских агенција – а њихов број се стално смањује.

Новинска агенција се данас дефинише као медиј трговине информацијама „на велико“, који прикупља вести да би их продавао другим – тј. „малопродаји“ (новине, радио, ТВ, а од појаве интернета и заинтересованим појединцима). „У августу 2000, три највеће компаније на тржишту страним валутама – Дојче Банк, Чејз Менхетн и Ситигруп – удружиле су се са агенцијом Ројтерс и понудиле својим корисницима низ интернет услуга“ (Бригс, Кобли, 2005:92).

До осамдесетих година прошлог века, поред водећих светских монополистичких организација дистрибуције светских вести – Ројтерс, АФП, две америчке агенције и, у неком смислу, совјетски ТАСС – у другом ешалону постојао је систем јаким државних новинских агенција које су колико-толико додавале понеки тон глобалној слици. Пад Берлинског зида се може узети као граница иза које читава та структура пада. „Вести су биле комерцијализоване и монополисане.“ На почетку XXI века издвојио се Ројтерс који је – улазећи и релације с корпорацијама - постао „спектакуларно богат“, а „друге две велике агенције АП и АФП, контролишу знатне људске ресурсе и комуникационе капацитете у целом свету, али обично не остварују значајне приходе, нити су због тога биле основане“ (Бригс, Кобли, 2005:98). Везе ових организација са глобалним финансијским корпорацијама пресудно утиче да се креирају контузована јавна мњења пред и после великих берзанских сломова 2008. и 2011. године. Тако се, иако свет тоне у све дубљи понор и кризу, иако се дуговања драстично повећавају, за потребе клијената креира слика света о „оправку“, стања се описују као успутне непогоде, а привредна пропадања као „негативна стопа раста“. А према другом свету, западне новинске агенције „кроз вести преносе уобичајене 'западњачке' вредности... утичу на праксе селекција у већини мејнстрим медија у многим деловима света“ (Бригс, Кобли, 2005:105).

До појаве глобалних мрежа као што су „Ал Џазира“ (Al Jazeera) или „Раша тудеј“ (Russia Today) информативни телевизијски програм је креиран у Лондону и Атланти. Не само што те програме и њихове садржаје гледају стотине милиона гледалаца, него су њихови извештаји и интерпретације догађаја основни материјал и усмерења за продуковање светских вести на локалним медијима широм земљине кугле. А, наравно, и интернет је под контролом САД. То се најчешће објашњава технолошко-професионалном доминацијом западне медијске индустрије. То тумачење носи само један елемент – да су и западно новинарство и западна организација медија апсолутни лидери, па локални медији, просто немају избора сем да следе „једини прави пут“. Прећуткују се обрачуни са досадашњим покушајима да се успостави било какав баланс и минимално реверзибилан проток аутентичних информација са југа ка северу. Седмдесетих и осмдесетих година УНЕСКО је покушао да створи услове „да се прошири и демократизује приступ медијима и технологијама информисања. Сједињене Америчке Државе биле су ван себе. Уследио је занимљив низ догађаја – разним лажним тврдњама и осудама желели су приказати тај УНЕСКО покушај као напад на

слободу штампе и покушај подвргавања информација контроли државе. Међутим, све су то биле лажи“ (Чомски, 2006:49). У једном интервјуу Ноам Чомски је објашњавао колико су саме америчке приче које су осуђивале „УНЕСКО за покушај поткопавања тржишта идеја“ лицемерне и да „слободно тржиште идеја и не постоји“.

Наиме, после тог покушаја УНЕСКО амерички аутори Вилијам Престон, Едвард Херман и Херберт Шилер написали су књигу „*Нада и глупост: Сједињене Државе и УНЕСКО, 1945-1985.*“ (William Preston Jr., Edward S. Herman, and Herbert I. Schiller, *Hope & Folly. The United States and UNESCO, 1945-1985, Minneapolis: Univ. of Minnesota Press, 1989*) која, иначе, „исцрпно документује историју целог тог догађаја“. Кад се књига појавила наишла је на Западу на зид ћутања. Није објављена ни једна једина рецензија. То је крајња консеквенца уобичајеног метода у западним јавним мњењима – систематско прећуткивање или се, пак, издању ускрати дистрибуција у ланцима где се продаје највише књига. „Све то, укључујући и ћутање о томе шта се десило, открива нам дубоку бојазан моћника да би им надзор над доктрином и информацијом могао измаћи из руку. Јер тада би он дошао у руке неких других људи, што би им створило проблеме. Били су свесни тога“, закључује Чомски. „А шта се десило с УНЕСКО-м? Он је скоро уништен под притиском тих лажи. Припитомили су га“ (Чомски, 2006:50).

10. Случај Њујоркер – медиј је само гласник потрошачког друштва

Методи ширења страха дају резултате. УНЕСКО ту није никакав изузетак. Систематска „дисциплиновања“ непослушних и увођење у систем још неадаптираних - спадају у оне „удружене злочиначке подухвате“ који се по логици дешавања и произвођења дешавају *спонтано*. Тешко је за то наћи сликовитији пример од оног што се десило чувеном америчком магазину 1967. године. „И ништа се у америчком издаваштву не може упоредити са том профитном јереси 'Њујоркер' магазина (The New Yorker)“, написаће Бен Багдикијан (Ben H. Bagdikian) у свом познатом делу „Медијски монополи“ (The Media Monopoly).

Магазин је шездесетих година заузимао посебно место међу америчким мејнстрим медијима. Уређивао га је Вилијам Шоун (William Shawn) једно од најзначајнијих имена међу уредницима у америчком новинарству у другој половини XX века. Дугим, стрпљивим радом Шоун је унапредио специфичан жанр – „литерарни

журнализам“. Магазин је постао чувен по репортажама, критици, есејима, сатири, стриповима и поезији. Иза њега је био фантастичан списак сарадника: Роалд Дал, Селинцер, Набоков, Скот Фицџералд, Апдајк, Огден Неш, Луис Мамфорд, Вуди Ален само је део чувених аутора, сарадника магазина. Све је то имало за последицу изузетно место у америчком јавном мњењу. И годинама је „Њујоркер“ био први или други магазин по броју огласа које је привлачио. Процењује се „да је 1966. магазин имао највећи број продатих страна у историји издаваштва“. Те 1966. „Њујоркер“ је продао 6.100 страна огласа, а имао је тираж од 448.000 примерака.

Онда је дошла 1967. Наредних година магазин је изгубио око 40 одсто огласа и пао на око 2.500 продатих страна годишње. Нето профит је пао са три на милион долара. Дивиденде су у две-три године склизнуле са 10,93 долара на 3,69 долара по акцији, колико је било 1970. године. Истовремено, за причу коју причамо важно је да у том периоду тираж новина није пао. Напротив, магазин је стекао велики друштвени углед, покренуо у политичкој сфери догађаје од историјског значаја за Америку.

Шта се, у ствари, десило?

Извесни Џонатан Шел (Jonathan Schell), управо дипломирао на Харварду, пошао је на Тајван да посети брата Орвила који је тамо био на кинеским студијама. Џонатан је као студент писао за универзитетски лист и имао новинарску легитимацију. Кад је већ био на Тајвану, ђаво му није дао мира, па је одлучио да отпутује до Вијетнама где су Сједињене Државе водиле „рат против комунизма“ а „за демократске вредности“ и – као што је стално бивало после Другог светског рата „штитиле амерички национални интерес“.

Војници су младом знатижељнику, новинару дневних студентских новина једног Харварда, *The Harvard Crimson*, и сину познатог њујоршког адвоката, допустили да се мува са провереном екипом значајних америчких репортера који су извештавали за главне америчке медије. Дечко из добре породице, који је као студент читао новине, није ни сумњао да овај „амерички рат против Вјетконговаца иде добрим путем“. Пажљиво је слушао пуковнике, а они су „знали“ да могу да га пуштају на брифинге који су били „основа за највећи број извештаја“, а на којима су изрицана – јасна усмерења, да се репортери не би двоумили и тако збуњивали грађане Америке. Шел је летео хеликоптерима за време бомбардовања, био на лицу места за време разорних артиљеријских припрема, а нашао се и на бојишту у току крвавих окршаја.

Наводно је у неком тренутку „фином дечку са Харварда“ пукло пред очима и он је схватио да нешто није у реду са сликом коју врхунски професионалци и чувени ратни репортери шаљу за Америку. Никако није могао да у својој глави сравни оно што је видео својим очима са причама о „совјетско-кинеској агресији“ и плементим напорима Американаца да спасу оне добре доморце који држе до демократије, за разлику од „варварских Вијетконговаца“, који су демократију и америчке вредности мрзели из дна душе. „Као и сви ратови и овај је био бруталан. Американци су у великим кампањама убијали и бомбардовали одбегле цивиле што је за последицу имало разарање друштвених структура Вијетнамаца.“ Млади човек је дошао и до још једног закључка, који је тада много важнији за САД, „да Американци уопште не добијају тај рат“ (Bagdikian, 1992:107).

Кад се вратио у Њујорк Шел је причао своје искуство. Стигао је и до пријатеља своје породице Вилијема Шоуна, уредника „Њујоркера“, који је Џонатана познавао од малих ногу. Кад га је саслушао Шоун је питао да ли би он то написао. „Шоун је (после) причао да је и он већ имао озбиљне сумње о смислу тог рата и пре него што се Шел појавио, 'али коначно сам слушао различиту причу и читао шта је он написао. То је било оно што ме уверило да ми (Американци) не треба да будемо тамо и да је рат био грешка“ (Bagdikian, 1992:105).

Шелов „савршен пример Њујоркеровог извештавања“ (Шоун) појавио се у магазину 15. јула 1967. Иза бенигног наслова „Село Бен Суц“ (*The Village of Ben Suc*) крила се драма велике операције (*Operation Cedar Falls*) која је подразумевала да се у области „Гвоздени троугао“ и џунгла и насеља тако темељно уништавају да Вијетконговци ту више не могу да опстану, ни сада а ни после рата. Иако је Шоун био искусан уредник није могао да предвиди последице уплитања свог софистицираног магазина у једну дубоко политичку тему. А, иначе, све ово је било то пре обелодањивања маскара у Ми Лају, пре објављивања „Пентагонских папира“ који су детаљно показивали да влада годинама лажно обавештава јавност о догађањима у Индокини. И ти описи бруталности рата појављују се у магазину за елиту – истакнуто место за огласе који подстичу хедонизам богатих. „Ако такав аполитичан орган елите јавља да је рат морално погрешан, била је то порука упућена директно естаблишменту“ (Bagdikian, 1992:105).

Како се естаблишмент нападајно и гласно хладио према „органу елите“, тако је то заинтересовало нове читаоце, чији је протест управо ступао на сцену. „Наши писци

који долазе са трибина у студентским камповима причају да деца читају наглас 'Њујоркер' у студентским собама“ (Bagdikian, 1992:109). То би требало да буде добра, изванредна вест за новине. Обнављање читалаца младим људима, будућом елитом Америке, формално, сан је сваког издавача. Истраживања ће показати да је просечна старост читаоца магазина 1966. године била 48,7 година, а да је 1974. године пала на – 34 године! Међутим, реално био је то велики проблем. Јер, јесу конзервативне корпорације одмах после „заокрета“ 1967. повукле своје огласе као знак политичког протеста и као меру јавног притиска, али главни губици магазина неће се моћи поправити ни кад је „олуја“ прошла. Ради се о процесу који је изнад персоналних одлука, већ су битна карактеристика масовних медија у модерној Америци. „Њујоркер“ је, наиме, почео да привлачи „погрешну врсту“ читалаца. Јер студенти нису баш људи за ручним сатовима од 10.500 долара или за брошевицама од 14.000. „Они [будућност Америке] купују магазин зато што има јасан и моралан став против рата и разумно, исцрпно извештавање о рату“ (Bagdikian, 1992:109).

Оглашивачи, и они које они представљају, знају да је то „погрешан пут“. „Гвоздени закон за медије који нађу заједнички језик с оглашивачима је: Мање је важно да ли људи купују ваше новине /или слушају у гледају ваш програм/ од чињенице да су они 'права врста' људи“ (Bagdikian, 1992:109). „Прави људи“ за оглашиваче имају између 18 и 49 година, „потрошачи“ су чиста срца и пуних рачуна, а не „грађани“ која брину „друштвена питања“; и човек који не мисли „тешке мисли“ ако се стално суочава с „грађанским дилемама“ почеће да сумња да постоји још нешто осим куповине, те да ни у „потрошачком друштву“ и том конформизму није све идеално. Зато је боље спречити него лечити. И било је мало проблема с тим заблуделим овчицама те `68, али је систем све то привео стаду. Издавач увек зна шта му је чинити у оваквим приликама. „Стандардна кура за 'лошу демографију' у новинама, магазинима, радију, телевизијама је промена садржаја. Пуни публикацију или програм садржајима који ће привући људе какве оглашивачи желе“ (Bagdikian, 1992:110). Својевремено је генерални менаџер магазина *Rolling Stone* све објаснио у две реченице: “Ми смо им 'испоручивали' више него што треба квалитетних читалаца. Једини начин како испоручивати другачију врсту читаоца је да се промени уређивање.“ Ако уредник не може то да учини или не жели да се то мења, уредник се отпушта.

Вилијем Шоун је после причао да је „Њујоркеру“ тако добро ишло да шездесетих година нико није ни размишљао – о старости читалаца. „Ко су били наши

читаоци стварно ме није интересовало. Није ме интересовало, јер смо ми уређивали магазин по нашој мери и надали смо се да постоје људи као и ми, и људи као и наши писци, којима је то интересантно и вредно.“ Ово је, иначе, као што је приметио Бен Багдикијан „стандардна прича кад се поведе разговор о односу издавача и уредника, а кад их се пита о одвојености независног уређивања и адвертајзинга. Прича има мало везе с реалношћу“ (Bagdikian, 1992:111).

Да као закључак парафразирамо ону чувену изреку о односу истине и легенде у култном филму „Човек који је убио Либерти Валенса“: кад се на Западу сукобе интереси издавача и независних уредника, издавачи увек побеђују! Ни „Случај Њујоркер“ из 1967. није био никава победа независних уредника, иако Шоун није био отпуштен. Њему је дата шанса да један, у то време већ помало „ретро“ пројекат, врати међу високопрофитабилне новине. Шоун се нашао у ситуацији да прође између две крајности.

Стари принцип: „Желео сам да останемо изван политике, али није се могло... Могао сам и сам да уживам у животу да смо се бавили веселијим стварима, што ја лично волим... Али *Њујоркер* се променио на исти начин на који се променио свет.“

Нови принцип којег су се већ држали „Тајм-Лајф“ и „Ридер дајцест“, а који су успевали јер су „утемељени од људи чије су представе личних вредности утемељене на тржишним вредностима“. Како то Шоун рече: „Сада је читава идеја да уређујеш за тржиште и ствараш магазин с тим на уму. Данас се магазини не стварају жељом некога да каже оно у шта верује. Мислим да је тај тренд деструктиван и разлог је за бригу о смислу новинарства. Млађи новинари и уредници формирају се у атмосфери: 'Желимо да уређујемо магазин који ће публици дати оно што она жели'“(Bagdikian, 1992:112). У таквој намери се крије велика заблуда. Ако правите новине у којима публици дајете „оно што она мисли да жели“ она никад неће добити нешто ново о чему ништа не зна. То је стање стагнације. Све се креће у круг. „Креативност, оригиналност и спонтаност нестају. Нови трен јесте да се обесхрабрује креативни процес и убије оригиналност“, рећи ће Шоун.

Иако је говорио тако, Вилијем Шоун се довољно повиновао правилима, и у мери у којој је морао, пратио је нове трендове. Већ осамдесетих година „Њујоркер“ је поново био „економски здрав“. Биле су то нове, новим правилима прилагођене новине – са тиражом од око 500 хиљада, те са 4.220 страна огласа годишње, сада четврте на

ранг-листи успешних америчких магазина и са профитом од преко три милиона долара годишње. Личиле су на „стари Њујоркер“, али са исправљеним „коцептуалним грешкама“. Већ су га читали они „прави читаоци“: 58,5% мушкарци, 63,8% ожењени, 71% њих је било у бизнису и просечни читалац је већ имао 48,4 године. „Другима речима, елитна публика је била 'она права врста' за скупе понуде оглашивача“ (Bagdikian, 1992:117).

Године 1985. корпорација *Advance Publications* купила је то профитабилно предузеће и јавно се обавезала да неће мењати Шоуна и уређивачку екипу. Да „није вјера тврда у јачега“ показало се две године касније. После 36 година вођења „Њујоркера“ Вилијам Шоун је био принуђен да оде. У легенду, наравно. По принципу који је успостављен у истом филму о Либерти Валенсу кад се на Дивљем Западу сукобе чињенице и легенда, легенда увек има предност. Јер, корпорација и од тога зна извући додатну корист, а појединцу годи. Умро је 1992. године. Кад су једног менаџера из индустрије магазина питали да ли би сад магазин у власништву корпорације подржао „легенду Шоуна“ у ситуацији као у оним „Њујоркеровим“ кризним годинама, он је одговорио: „Да ли се то ви шалите? После једне лоше године као што је била она 1967. за 'Њујоркер' и уређивачка политика би се променила, а и уредник би летео напоље. То је уобичајени ток ствари“ (Bagdikian, 1992:113).

Све је то само посао. Циљ је профит. Магазин (медиј) је роба прављена за купце: за оглашиваче (којима се прилагођава колико је потребно) и читаоцима (које прилагођава себи на што нижем интелектуалном нивоу, да би потенцијлани број купаца био што већи). Све остало је мит. Да ли је наротив о наоружавању грађанина за демократске борбе и вербалне обрачуне икад био онакав како је описиван, више уопште није важно. Односно важно је колико је онима који упражњавају демократију битно да све буде транспарентно. У друштвено ширем, реално пропагандном контексту „коначни ефекат пропаганде је појава потребе за пропагандом. Појединац више не може без пропаганде. Та је форма као грудва снега која се ваља низ брдо: што је више пропаганде то је већа потреба за њом. Истоветно важи и за адвертајзинг, за који се, с поносом говори, 'да се храни својим успехом'. Веровало се, на пример, да ће рекламе на телевизији истиснути оглашавање у новинама, али се десило супротно: телевизија је повећала укупни адвертајзинг бизнис“ (Ellul, 1965:182-183).

Друштвена последица је очигледна: јавно мњење којим се управља пропагандним техникама “претвара јавност у активну гомилу или, нешто тачније, у

гомилу која учествује. Често се пропаганда претвара само у 'акцију речима'“, налази Елил. Тако „напаљен“ појединац који „гори од жеље за акцијом“, а да „при том уопште не зна шта треба да се ради – уобичајен је у модерном друштву. Он жарко жели да делује за правду, мир, прогрес, али не зна како. Ако пропаганда може да му покаже оно 'како', она побеђује; акција ће се сигурно пратити“ (Ellul, 1965:209). У организованом друштву та произведена потреба је каналисана, углавном, кроз политичку пропаганду и економско навођење, адвертајзинг.

Овде опет долазимо до оне Маркузеове тврдње да су се демократска друштва на Западу у другој половини XX века изборила за политички миље – без опозиције. То је један дводелни систем (позиција-опозиција, у САД чак једно тело сведено на две партијске форме) у коме се све расправе воде на разликама у нијансама с јасно изреченом тежњом да се систем никад не промени. Манипулација „организованим хаосом“ иде, као што је говорио Жак Елил, дотле да те разлике нису „ни идеолошке ни традиционалне, већ настале због техничких пропагандних разлога“. Друштво се креће у затвореном кругу. Прозрачност је све мања. Јавно мњење се претвара у устајалу бару. „Идеје више не постоје изван информативних медија. Кад је одлука у рукама постојећих партија, ни стварна револуција ни нова доктрина нису пожељни, немају никакве шансе да се представе или да егзистирају. Некад је иновација била принципијелна карактеристика демократије. Сада, пошто их нико више не треба, оне су на путу да нестану“ (Ellul, 1965:229).

11. Пропаганда и телевизија - негација демократије

Пропаганда по својој природи носи негацију демократије. Демократија рачуна са постојањем појединца, грађанина, особе која мисли својом главом, и настоји да се у равноправним односима наметне другима; пропаганда ствара што већу гомилу, „усамљену гомилу“, рачуна на појединца кога треба водити као слепца.

Западна друштва у Француској, Великој Британији, САД била су у време хладног рата ништа мање прожета пропагандом него прокажена комунистичка, социјалистичка. Постојала је реченица која је „важна за разумевање америчке демократске митологије“ која је отуђеном бићу објашњавала у чему је „суштинска“ разлика: „Кад се пропаганда употреби за објављивање демократских идеја, она је добра; ако је лоша то је само због ауторитарног садржаја“ (Ellul, 1965:236). Оне који поверују то води у „страшно идеалистичке и огољене услове модерног света“, јер

„практично сви напори пропаганде до објаве демократије су пропали“. Тако да нема много значаја то стално понављање које је „карактеристично за америчке ауторе“ (Елил): да од момента кад демократија употребљава тај инструмент (пропаганду), она (пропаганда) постаје демократична“ (Ellul,1965:236).

За ово разматрање занимљиво је и Елилово закључивање о промени у друштву које доноси – телевизија. Елил верује да је основно средство демократије – реч. „Не кажем то иронично. Ја верујем да је говор, у најмоћнијем и реторичком смислу, једна од највећих експресија човека. Инструменти пропаганде, новине и радио, делују речима“ (Ellul,1965:253). С телевизијом стиже – слика. А „демократска пропаганда стварана помоћу покретних слика је слаба. Демократија није визуелна форма владе. Церемонија Ватре победе – једна од науспешнијих слика – има мали пропаганди утицај, иако је спектакуларна. У ствари, кад демократија пожели да употреби филм за пропаганду, остају јој војне параде, које се не могу приређивати често. Пропаганди су потребни понављање и распрострањеност“ (Ellul,1965:253-254). Због тога, сматра Елил, филм није претерано употребљив у демократским друштвима јер све то не изгледа озбиљно и употребљивост покретних слика је ограничена. „Међутим, изгледа да је телевизија предодређена да постане главно средство, због тога што она може да тотално мобилише појединца без захтевања и незнатног напора од њега. ТВ-слика стиже у кућу, као радио, у свом посебном облику, улази у његов приватни живот. ТВ не захтева доношење одлуке, ни обавезно учешће, никакво кретање, као на пример, кад неко хоће да оде на митинг. Али она му доноси све комплет и не оставља му могућност ангажовања на другим активностима (као што, на пример, радио оставља добар део потенцијала појединца неокупираним). Изнад свега ТВ има шок – ефекат слике, који је много већи него ефекат звука“ (Ellul,1965:254).

Међутим, остаје проблем како тој слици дати одговарајући садржај, потребну драматургију. И Елил је био у праву, демократска друштва ће у другој половини XX века потрошити много енергије на потребу да се прилагоде технолошким захтевима нових медија – прво ТВ, а затим компјутеру и могућностима које је он донео. Сама демократија – реч, озбиљне поруке, аргументи, објашњења и смислено представљање „једног пута“ у односу на „други пут“ - повући ће се у други план. И изгубиће се много тога. Људи ће живети са утисцима, прихватати да њихов глас заслужује онај ко боље користи ТВ и боље се представи, а не онај ко би могао да уради више за друштво. Демократија ће се претворити у „друштво спектакла“.

Да ли пропаганда може да шири демократску доктрину? Свакако, да. Да ли она може да неке донесе одлучујућу предност на изборима? Апсолутно, да. „Али“, приметиће Елил, „то нама не даје гаранцију да више имамо посла с демократијом. Уз помоћ пропаганде могу се обезвредити демократске идеје да остане само *credo*, а са митском инфраструктуром“ (Ellul, 1965:255-256). Много тога се може с развијеном пропагандом, али се изгледа не може избећи да она „не уништи саму основу демократије“. Јер, пропаганда „ствара човека који је погодан за тоталитарни систем“, који се врло тешко може одбранити од припадања маси, који одбацује потребу за критичким просуђивањем, за избором и разликама „зато што он тежи јасној извесности. Он је човек асимилиран у униформисану групу и воли тај начин“ (Ellul, 1965:256).

Закључци које су изводили научници о пропагандним друштвима после Другог светског рата, као што је то чинио Жак Елил, били су далекосежни али нису имали никакав битан утицај. „Уз помоћ пропаганде може се чинити све, али се не може стварати понашање слободног човека или, за степен ниже, демократског човека... Једина разлика између њега и нацисте је да је он 'тоталитарни човек с демократским уверењима', али та уверења уопште не могу променити његово понашање“ (Ellul, 1965:256). За таквог индивидуума демократија постаје мит и сет демократских императива и „чисти стимуланси за активирање условних рефлекса“ (Ellul, 1965:256). Реч *демократија* постаје парола која не може да утиче на понашање човека. Та форма демократије екскомуницира оне који би настојали мислити својом главом и регрутује у прве редове јуришнике и неупитане заштитнике демократског система и вернике њене „велике поруке“.

12. Хана Арент и „Пентагонски папири“ – кад „читава слобода мишљања постаје ужасна превара“

Озбиљне невоље демократског друштва с пропагандом настају кад, да парафразирамо Мамфорда, „пропагандна мегамашина“, постаје слика изнад друштва, кад и манипулатори постану жртве сопствене манипулације. Читава пропагандна техника неумитно иде у том правцу. Човек постаје „овисник“ о пропагандној оријентацији; пропагандној мегамашини требају све сложенија и технолошки напреднија помагала (Пи-Си, интернет, дигитализација) која носе технолошки монопол, енормне профите, даљну мотивацију за прогрес – стасава „друштво гацета“ у коме је све вештачко и стално се репродукују непотребне потребе за које човек на

тржишту тражи помагала. То је спирала нужности којој се не види крај. „Једини стварно озбиљан однос је – озбиљан јер опасност од људске деструкције пропагандом је озбиљна – да се људима покажу екстремни ефекти оружја које се употребљава управо против њих, па да се они издигну до осмишљене самоодбране чинећи их свесним своје слабости и своје рањивости, уместо што их се пуни најгорим илузијама. То је чист напор да се разуме да слобода и истина још нису заувек изгубљени – и да је у тој игри, пропаганда без сумње највише ограничавајућа снага, која делује само у једном правцу (на уништавању истине и слободе), без обзира шта су добре намере или добра воља оних који манипулишу“ (Ellul, 1965:257). Моћ манипулатора понекад изгледа као сила Земљине теже. Као паукова мрежа неограниченог рока трајања.

„Истинитост се никад није убрајала у политичке врлине, а лаж је увек важила као друштвено допустиво средство у политици“, писала је Хана Арент 1971. године у „размишљањима о Папирима Пентагона“. Тзв. *Папери Пентагона* су 47 томова тајних записа о вијетнамском рату. Секретар за одбрану Роберт Макнамара наручио их је јула 1967. од владиних служби као „Историју процеса доношења одлука Сједињених Држава о вијетнамској политици“. Службама је требало годину и по дана да напишу тај извештај. Онда се то „највишом тајношћу заштићено“ чедо најмоћније администрације појавило у „Њујорк тајмсу“ као *Папери Пентагона*. Америка је била шокирана. „Живи песак неистинитих тврдњи сваке врсте, од обмана до самообмана, одузима читаоцу дах“ (Арент, 1994:68). Грађани су могли да виде колико их је њихова демократски изабрана власт безочно лагала.

Хана Арент је објашњавала како је то уопште могуће. У самом људском бићу постоји нешто „што обману до *извесног степена* чини тако лако и тако примаљивом“. У тој фази „лажи се разуму често чине много очевиднијим и привлачнијим него стварност, пошто лажљивац има ту велику предност да унапред зна оно што публика жели или очекује да чује“ (Арент, 1994:71). Али, истина је и да лаж не зна за границе. „Увек се долази до тачке после које лагање даје супротне резултате. До те тачке се долази када је публика, којој се лажи упућују, присиљена да потпуно одбаци разлику између истине и лажи да би преживела“ (Арент, 1994:71).

Јасно је да у филозофској расправи Хана Арент уместо техничког појма „пропаганда“ користи исконски израз – лаж. Она је уочила да „формама које је вештина лагања развила у прошлости морамо сада додати две нове врсте из новијег времена“. Ради се о *Public Relations* менаџерима у влади и оним момцима „са великим

самопоуздањем“ који „по свој прилици врло ретко сумњају у своју способност надвладавања“ (Арент,1994:72), а ради се о људима „навикнутим да побеђују“ - оперативцима који се зову „решаваоци проблема“. Влада опремљена ПР-овима на крају је стигла до потпуног парадокса: „планске лажи једва да су икад биле намењене непријатељу... већ у првом реду, ако не и искључиво, за домаћу употребу: за унутрашњу употребу и, особито, за обмањивање Конгреса. Тонкиншка незгода (догађај из 1964. који је председник Линдон Џонсон искористио да би увео америчку војску у Вијетнамски рат, прим. С.Р.), код које је непријатељ знао све чињенице а Спољнополитички одбор Сената ниједну, ударни је пример за то“ (Арент,1994:77-78).

Кад лаж у једном друштву постане стандард онда ће то друштво, на крају, завршити у агонији - где се више не могу распознати лажи од истине. *Папири Пентагона* су то јасно показали. Испоставило се да „ни моћ, ни профит нису били крајња сврха... Циљ који је свима лебдио пред очима био је само имиџ, како се може разабрати из језика решавалаца проблема позајмљеног од позоришта, са њиховим 'сценаријима' и 'публиком' којој се сваки пут обраћају. С обзиром на тај крајњи циљ, сви су се политички циљеви претварали у краткорочно заменљива помоћна средства; напослетку, када је све указивало на пораз, циљ се више није састојао у томе да се избегне понижавајући пораз, него у томе да се нађу средства и путеви како би се избегло признање пораза и 'сачувао образ“ (Арент,1994:81).

Папири Пентагона откривају „свакако нешто ново у немалом арсеналу људских лудости о којима извештава историја“, а то је да се сам рат „водио да би се учинио утисак на публику и што се о војним питањима одлучивало са 'гледишта политичког и *Public Relations*'“ (Арент, 1994:83). „Политичко“ се исцрпљивало у бризи елита за изгледе кандидата на председничким изборима, а ПР се бринуо за имиџ САД у свету. Тако нешто после је постало нескривен приступ у западним државама. Сетићемо се, на пример, Алистера Кембела саветника и „спин-доктора“ британског премијера Тонија Блера који је „управљао“ НАТО-бомбардовањем Србије 1999. године. Ни том приликом, као ни у случају *Папира Пентагона*, „у обзир нису узети стварни ризици, већ само 'пригодне технике рекламирања, с надом да ће се уз њихову помоћ шок лоших исхода смањити на минимум“ (Арент, 1994:83).

Хана Арент је уочила још један парадокс. Да „то није била ствар неке од трећеразредних нација које се разметљивошћу радо искупљују за нешто друго... него је (у питању) ствар одиста 'водеће нације' на крају рата“.

Важан је закључак који, у ствари, говори о суштини „друштва пропаганде“ и манипулације: „није било тако што је почело обманом а завршило са самообмањивањем. Обмањивачи су почели самообмањивањем. Свакако захваљујући својој високој позицији и свом чудноватом самопоуздању, они су у свој надмоћан успех – не на бојном пољу (где су, иначе, имали оружану надмоћ 1.000:1, прим. С.Р.) већ на пољу *Public Relations* – били тако уверени и тако сигурни у тачност својих психолошких теорија о могућности манипулисања људима да никада нису сумњали у своју сопствену веродостојност, сматрајући своју победу у борби за народно мњење *унапред* датом. А пошто су и онако живели у свету који чињенице нису узнемиравале, није им било тешко да чињеници што се њихова публика није хтела дати уверити, не поклоне поверење, као ни другим чињеницама“ (Арент, 1994:97).

То је ризик некритичког гајења мита о свемоћи. И ризик моћи које носе технике које су се сасвим отуђиле од човека и друштва. Пропаганда привремено олакшава владање, али иза себе оставља пустош и потпуну дезоријентацију. То је друштво које се унапред одриче сваког таласића. Мртво море. Такво друштво нема више снаге ни да помишља да таква тоталност и самртничка блокада демократију (да не кажемо друштво) гура у извесно умртвљивање: „Што се дуго претпостављало, сада је поуздано утврђено: све док је штампа слободна и некорумпирана, она има да испуњава неизмерно важан задатак и с правом се може називати четвртом јавном влашћу. Друго је питање да ли ће Први амнандман на Устав бити довољан да заштити ову најсушаственију политичку слободу: право на неманипулисану чињеничну информацију без које читава слобода мишљења постаје ужасна превара“ (Арент, 1994:107). И дубока декадениција и драматично историјско опадање тог друштва.

Закључак: Савремено друштво, које неки теоретичари називају „информацијско“, у својој суштини је – пропагандно друштво. Сва друштвена инфраструктура која је подизана за слободни проток информација – медији, јавност, јавно мњење - претворена је у средство модерне „социјалне пропаганде“, која је све мање усмерена на манипулацију члановима других друштава (као у ратној пропаганди) а све више за контролу и усмеравање свести својих грађана. Жак Елил је утврдио да су модерна друштва толико натопљена пропагандним порукама у свим областима живота (у политици, економији, култури, забави, приватној сфери) да усмањени појединац, кога је профилисала „технолошка цивилизација“, постаје „зависник“ од пропагандних доза

(он наводи Немачку и САД после рата) као од дроге или алкохола. Успону пропаганде изузетан допринос даје „технолошки прогрес“, а појава телевизије – убедљивост слике, улазак у дневну собу, потпуно везивање појединца - носи највећи пропагандни потенцијал и највећи ризик за демократију. Информација која се заснива на рацију у све је неповољнијем положају у односу на пропаганду која све, па информацију, подастире да би реакције оних којима се манипулише биле што емоционалније. Хана Арент је на случају „Папира Пентагона“ показала да су границе између лажи и истине, и у политици, постале толико нејасне да модерна друштва рационално не разазнају ни свој интерес.

ПРОМЕНА КАРАКТЕРА НОВИНАРСТВА: ОД ИДЕАЛА СЛОБОДЕ ДО
КОРПОРАТИВНОГ ДИКТАТА

Фјодор Достојевски (1821-1881) је либерализам оптуживао за погибелни морални ниҳилизма. Модерни амерички писац Крис Хеџис у „Забелешкама из подземља“ Достојевског налази опис стања за данашњу либералну Америку: „Хипокризија Човека из подземља пресудила је царској Русији као што пресуђује америчкој империји. То фатално одсуство везе између уверења и акције“ (Hedges, 2010:18). У својој књизи *Death of the Liberal Class* („Смрт либералне класе“) Хеџис за уверљив опис самртне декадентности америчких либерала узима реченице из „интимне филозофске исповести“ из 1864: „Не само што нисам успео да постанем зао, нисам ја уопште умео да постанем што било: ни зао, ни добар, ни подлац, ни поштен, ни јунак, па чак ни инсект. И сад ето довршавам живот у буцаку, зачикујући себе злобном утехом која ничему не служи: да паметан човек и не може, озбиљно, постати што било, то може само будала. Да човек деветанаестог века, и морално је обавезан, да буде поглавито бескарактерно биће; јер човек који има карактера, и јавни је радник – то је биће већином ограничено“ (Достојевски, 1933:12).

Амерички либерали пред реалношћу која им се указује у свој својој суморности имају разлога за резигнацију, али - да ли је начин на који настоје да са себе скину историјску одговорност одговорнији од њихове вековене ароганције садржане већ у изворној ексклузивној намери („либерал“ потиче од латинске речи *liber* што значи „слободан“) да „себе виде као заштитнике слободе“. Либерали 1989. нису показивали ни минум разумевања за историјску одговорност посрнутих социјалиста-комуниста. Напротив, препустили су се оптуживању без граница и саглашавали са општом пљачком и девастацијом ривала на коленима. Достојевски је још пре век и по, после свог личног младићког либералног заноса, одбацио „ароганцију разума“, да ће се све

моћи за добро човека свести на рационалност и да је то – слобода. „Ех, господо, каква ће ту моћи бити моја воља, кад дође једном до таблица и аритметике, кад дође у промет: двапут два су четири? Двапут два биће и без моје воље четири. Зар је то своја лична воља? (Достојевски, 1933: 52) Никад и ни у ком друштву се неће моћи „израчунати по таблицама: и хаос, и мрак, и проклетство, тако да ће та могућност претходног прорачуна зауставити све“ (Достојевски, 1933: 52). Либерали су се, као и сви властољупци у историји, прерачунали. „Крај историје“, вечна жеља властодржаца, није у власти манипулатора. И кад се данас сведу либерални рачуни онда „то што се одржава нису чињенице демократског либерализма, него мит о њему. Мит који употребљавају корпоративне елите и њихови апологети за оправдање подјармљивања и манипулације других народа у име нашег националног интереса и демократских вредности. Политички теоретичари као Самјуел Хантингтон (Samuel Huntington) писали су о стрвини демократског либерализма кад је он постао слабашна филозофска, политичка и друштвена моћ која се мора извозити, често под присилом, и то онима који се сматрају нецивилизованим. А либерална класа, ослабљена и скрајнута, радије се ангажовала у политичким наступима нападања варварства комунизма – а касније исламског милитаризма - него што је покушала да се хрве са горостасним неправдама и структуралним насиљем своје корпоративне државе“ (Hedges, 2010:28).

И сам Хеџис, побуњеник у либералном „мртвом мору“, неодољиво подсећа на Човек из подземља, кад после незаобилазне извињавајуће напомене да „ово не значи да се ми слажемо с Карлом Марксом“ (Hedges, 2010:17) објашњава да и „мртва“ либерална класа Америке „одбија да призна очигледност зато што не жели да изгуби комфор и добро плаћена намештења. Цркве и универзитети – у елитним школама као што је Принстон, професори могу да зараде и 180.000 долара годишње – ослобођају су пореза за обуздавање од критике политике. Синдикалне вође су чашћене расипним зарадама да, док себе доживљавају млађим партнерима корпоративног капитализма, и не посежу за језиком класне борбе. Политичари, као генерали, лојални су потребама корпоративне државе, а кад окончају каријеру постају милионери као лобисти или корпоративни менаџери. Уметници који користе своје таленте за гајење митова и илузија којима се бомбардује наше друштво, живе лагодно по холивудским брежуљцима“ (Hedges, 2010:10).

Хеџисове констатације имају у себи нечег искуственог - што је он носи као врстан новинар, добитник Пулицерове награде – а што изречене тврдње чини

уверљивијим. „Медији, црква, универзитет, Демократска странка, уметности и раднички синдикати – стубови либералне класе – купљени су корпоративним новцем и обећањима да ће бити убачени близу кругова моћи. Новинари, који више држе до моћника него до истине, објављивали су лажи и пропаганду гурајући нас у рат у Ираку. Многи од истих тих новинара уверавали су нас да је мудро да своје животно осигурање поверимо финансијском систему којим управљају шпекуланти и лопови. Ова животна осигурања су испарила. Медији, које хране корпоративни оглашивачи и спонзори, за то време држе невидљивим читаве делове становништва чије би мизерија, сиромаштво и тегобе требало да, принципијелно, буду у фокусу новинарства“ (Hedges, 2010:10).

Ту мимикричну способност корумпираног либерализма теоријски је описао још Рајт Милс. Идеал о коме се у јавности прича, подсећамо, изгледа овако: „Пред људе се постављају проблеми. Они о тим проблемима доносе одлуке. Они формулишу гледишта. Ова гледишта су повезана, организована и једна другима конкуришу. Једно гледиште ће најзад надјачати сва остала. Тада људи спроводе ово гледиште у живот или дају налог својим представницима да то они учине, што ће ови одмах и урадити“ (Милс, 1964: 387).

Тај либертеријански модел [да је „правична слобода неометано деловање по нашим жељама унутар граница оцртаних око нас једнаким правима других“ (Томас Џеферсон)] скицира јавност слично митологизираним схватању тржишта: као што цене на тржишту настају после цењања, распитивања и меркања тако и у јавном мњењу свако може понудити идеју, план, позив на пијацу идеја – и убрзо ће знати њену вредност и цену. Када су приучени либерали приповедали такве приче на европском Истоку, у периоду који је називан транзицијом, о таквој стварности у озбиљним научним делима на Западу није могло бити речи. На то се могло набасати у уџбеницима где су приказивана ретуширана сећања на стварност XVIII и XIX века. Још 1956. Милс пише да је „време да увидимо да овај опис чини само скуп представа и слика из бајке“, те да они не могу описати „чак ни приближан начин како амерички систем власти у *пракси* функционише“ (Милс, 1964: 387). Већ тада се могло констатовати да „широка јавност у ствари нити покреће питања од судбоносног значаја за човека нити о тим питањима доноси коначне одлуке“. Та слика јавности је тек „истицање једног идеала, *истицање нечег непостојећег у настојању да се то прикаже као постојећа чињеница*“ (Милс, 1964: 387). (курзив С.Р.)

1. Четири концепта медија

Професор Вилбур Л. Шрам (Wilbur Lang Schramm), називан „оцем студија комуникације“, са двојицом колега, започео је педесетих година једну студију о друштвеној одговорности масовних комуникација која је утврдила „четири теорије штампе“. Прва реченица увода објаснила је да “под *штампа*, у овој књизи мислимо на све медије масовне комуникације, иако чешће говоримо о штампаним медијима“ (Siebert, Peterson, Schramm, 1984:1). Они су утврдили да се може говорити о “ауторитарном, либертеријанском, концепту друштвене одговорности и совјетском комунистичком концепту“.

Ауторитарни концепт успостављан је у XVI и XVII веку у раној фази успостављања капиталистичких односа и демократских вредности у друштву. Постављен је као право на одбрану. „Свако друштво има право да брани јавни ред и мир и по том основу има право да забрањује пропагирање мишљења која носе опасне тенденције“ (Siebert, Peterson, Schramm, 1984:36). У многим деловима света у дугим периодима „били су прихватани основа принципа ауторитарности као водич за друштвене акције... Иако су те теорије одбациване од демократских земаља, пракса ауторитарних држава тежила је да утиче на демократске праксе“ (Siebert, Peterson, Schramm, 1984:37). У данашње време ауторитарни концепт, због своје ригидности, угрожен је самим развојем технологија којима државне границе представљају све мање препреке. „Књиге, магацини, новине и филмови могу бити заустављени на граници и провераван њихов садржај. Радио вести, због тога што игноришу националне границе, постале су проблем који иритирају многе владе“ (Siebert, Peterson, Schramm, 1984:36). Телевизија, сателити, интернет, дигитализација до краја заоштравају овај проблем и захтевају другачије одговоре.

Либертеријански концепт који се уздиже са успоном демократских принципа и привређивања заснованог на слободној иницијативи. „У осамнаестом веку је завршен трансфер штампе из ауторитарних у либертеријанске принципе... Најмање три Енглеза и један Американац су имали значајан допринос у тој транзицији: Џон Милтон у седамнаестом веку; Џон Ерскин и Томас Џеферсон у осамнаестом веку; Џон Стјуарт Мил у деветнаестом веку“ (Siebert, Peterson, Schramm, 1984:44). Успон значаја парламента дао је импулсе развоју концепта. „Крај осамнаестог столећа... резултира тријумфом демократије... Штампа има право као и обавезу да информише јавност шта

се догађа у парламенту; сходно томе парламент нема право да ограничава те функције“ (Siebert, Peterson, Schramm, 1984:49). На крају су све демократске земље усвојиле либертеријанске теорије и уградиле их у уставно и основно законодавство.

Либертеријански концепт је најпривлачнији и најзаводљивији. Његови недостаци су „што није успео да успостави ригорозне стандарде за свакодневне операције масовних медија – укратко, чврсте формуле за одвајање слободе од нарушавања слободе. Он је неодређен, неуверљив и понекад неконзистентан. У његове велике предности спадају велика флексибилност, способност да се мења, и изнад свега вера у могућности за унапређење интереса и добробити људског бића кроз поверење у самоконтроли јединке“ (Siebert, Peterson, Schramm, 1984:71).

На ова два концепта аутори гледају као на *основне*, а следећа два, из дате класификације, су *изведена*.

На *концепт друштвене одговорности* може се гледати као на покушај да се рационализују све већи проблеми либертеријанског модела. У објашњењу проблема узима се да када „данас издавачи новина говоре о свом позиву, фразе као 'право јавности да зна' и 'јавна одговорност штампе““ производе мало уверења код слушаоца. Традиционална либертеријанска теорија је дрстично угрожена било да се ради „о праву јавности да буде информисана или обавезе издавача да сноси моралну одговорност“ (Siebert, Peterson, Schramm, 1984:74). А позицију издавача најбоље је „описао Вилијем Питер Хамилтон (William Peter Hamilton) из *Вол Стрим Џорнала*: 'Новине су приватно предузеће... Оно није под утицајем јавног интереса. Оно је пре свега власништво приватника, који продаје направљене производе на сопствени ризик...“ (Siebert, Peterson, Schramm, 1984:73).

Кад су једном јавни интерес и морална обавеза претворени у робу, они су могли бити предмет разматрања угледне Комисије за слободу штампе (Commission on Freedom for the Press), али су домети утицаја друштва на тако важну сферу постајали све незнатнији. „Важно је упамтити да је *теорија социјалне одговорности* пре свега *теорија*. Али као теорија она је важна зато што сугерише правце у којима ће се мишљење о слободи штампе усмеравати. Такође, неки делови те теорије ће наћи пут да буду практично примењени“, написаће професор Теодор Петерсон објашњење те улоге у најоптимистичнијој варијанти. Критички расположени Абот Џ. Либлинг (Abbot Joseph Liebling), човек познат по изреци да је „слобода штампе ганатована само онима

који су власници штампе“, пишући о издању чланова Комисије (тринаест
респектибилних зналаца) *A Free and Responsible Press* („Слободна и одговорна
штампа“) каже да „књига има значај у дугој борби за стварну слободну штампу која
стално почиње изнова“ и констатује да је она „јавно признање да је америчка штампа
мање или више свињарија. Група аутора је одбила пропаганду званичника удружења
штампе и школа новинарства да је штампа наш понос, који нас одваја од нижег
соја“(Liebling, 2009). Комисија је дала тринаест препорука за акцију влади, самој
штампи и јавности. Тај списак лепих жеља „групе центлмена“ изгубио се у
фасцинантној глобалној експанзији корпоративних медија у последње две деценије
двадесетог века. Торетисање о „социјалној одговорности“ потпуно је изгубило битку
са реалношћу кад су се глобални медији претворили у „неопходну компоненту
глобалног капитализма и једна су од његових главних карактеристика“ (Херман,
Мекчесни, 2004:17). У великим глобалним захватима који су се ширили земљином
куглом као оркани, либертеријанска профињеност и бојажљива приповест о
„социјалној одговорности“ медија постали су жуто опало лишће које је одувано далеко
од главног пута. Са таквим играчима уместо учтивог писања извештаја и центлменског
саветовања имала је смисла једино беспштедна критика. Најважнији документ за
јавну расправу и разумевање „куд иде овај брод“ постао је „Пропагандни модел“ који
су 1988. објавили Ноам Чомски и Едвард Херман [анализирали смо га у Четвртог
поглављу], а који је био сахрана идеје да се добрим намерама и ученим саветима може
нешто променити у необузданом кварењу либертеријанског концепта, који је, готово
да нема сумње био највеће достигнуће либералне демократије. [Ми се овде нећемо
директно бавити совјетским моделом, него ћемо овој класификацији коју користимо
изменити четврту позицију и уместо *Soviet Communist concepts* додати данас
преовлађујући – пропагандни, корпоративни концепт. Совјетски концепт у чистој
форми припада историји јер се данас нико неће хвалити отвореном подршком државној
бирократији и економском комплексу нити свеобухватношћу тоталне контроле. Али
то не значи да су с одласком совјетског концепта нестала и његова достигнућа (или
„достигнућа“). Отворено је питање: да ли је данашњи корпоративни концепт ближи
совјетском или либертеријанском? Колико пола века касније делују уверљиво „два
разлога“ која је Вилбур Шрам педесетих узео са „дуже листе“ а да се „запамте“? „Прво,
морамо се подсетити да је суштинска разлика између совјетске традиције и наше
(америчке, прим. С.Р.) разлика између Маркса и Мила. Оба филозофа су прихватана
као велики и од многих. Али Маркс је намеравао да унапреди човека кроз унапређење

друштва – да се човек употреби као машина за подизање друштвеног прогреса. Мил је, с друге стране, био за унапређивање друштва унапређујући човека“ (Siebert, Peterson, Schramm, 1984:145). Шрам је из тога, циљевима као што су „права радничке класе“ и „бескласно друштво“, супроставио „право човека“ и „индивидуална слобода“. Као другу разлику „за памћење“ Шрам наводи да су „Совјетском Савезу масовне комуникације инструмент, које прометејски лидери користе за остваривање садашњих резултата“, а у америчком систему „масовне комуникације су сервис пре него инструмент и употребљавају се – не за искључивање – него пре као глас друштвених и јавних потреба, интереса, укуса и идеја како их виде власници и менаџери медија, у циљу продаје и употребљивости производа“ (Siebert, Peterson, Schramm, 1984:146). (курзив С.Р.) Док је професор Шрам, с другу страну, имао совјетски концепт и „гвоздену завесу“ оваквом образложењу се није гледало у зубе. Пола века касније ни „апологети и декоратери“ (Блох) не би у слободама које су „власници и менаџери“ октроисали народу и демократији нашли „социјалну одговорност“, како је Шрам видео пост-лебетеријанско стање у масовним комуникацијама. А тек критични и сумњичави Џон Стјуарт Мил? А Совјети, они би само могли да с завишћу гледају на размере контрола и техника којима се она заводи. Чак је и концентарција кантроле коју је амерички систем достигао надмашила остварену концентрацију којом се китио Централни комитет и његове комисије за идеолошки рад. Кад је 1992. Бен Багдикијан писао предговор за четврто издање своје књиге *The Media Monopoly*, он је констатовао да 25 хиљада различитих медија у САД конторлише око 50 корпорација. „Педесеторо њих који воде ове корпорације могу да се сместе у већу собу. Они конституишу ново приватно Министарство за информације и културу“ (Bagdakian, 1992: xxviii). Деценију касније исти аутор је говорио о пет људи од којих се конституише исто „министарство“. ЦК никад није падао на тако мали број људи. (Иначе, концентрацијом медија ћемо се детаљније бавити у Шестом поглављу овог рада. прим.С.Р.)]

Пропагандни модел је до краја одлучно извео упозорње која су стизала од Вилијема Е. Хокинга (William Ernest Hocking, 1873-1966) и Комисије за слободу штампе, али то више није имало форму учтивих препорука које није имао ко да чује него се прометнуло у беспошtedну критику. Чомски, Херман, Мекчесни, Багдакијан и други суочили су свет са драматичним променама у медијима и променом њихове улоге у друштву. „Производи медија претварају се у робу и дизајнирају се тако да служе циљевима тржишта, не потребама грађана... Медији комерцијализацијом и

централизацијом повећавају и своје заштитне моћи у оквиру сваке земље, и то растућом контролом над протоком информација, политичким утицајем и способношћу да постављају медијско-политички програм рада (који се усклађује са програмима оглашивача и корпоративне заједнице у целини)“ (Херман, Мекчесни, 2004:16).

Успоставља се нова контрола над медијском продукцијом, која укида све познате обзире: „традиционална схватања о разграничењу уређивачке политике од комерцијалних интереса све више слабе. Заправо, оглашивачи имају велику и све значајнију улогу у одређивању медијских садржаја“ (Херман, Мекчесни, 2004:94-95). На крају XX века приватизација је постала реч најгрубљег притиска и пут у разбијање традиционалног организовања. „Већ 1987. једна агенција при Уједињеним нацијама објавила је извештај који је потписало 78 држава изражавајући забринутост да би појављивање приватних глобалних мрежа за комуникацију 'могло довести у питање национални суверенитет'. То време је данас далека прошлост. Целокупни јавни сектор телекомуникације у средишту је невиђене приватизације... Један познавалац бранше ово сматра најзначајнијом ликвидацијом друштвених добара још од доношења Акта о земљишту у Британији“ (Херман, Мекчесни, 2004:164).

Профити у медијској индустрији су вртоглаво расли, а последицу је најбоље описао наслов једне књиге професора Роберта Мекчесног: *Богати медији, сиромашна демократија* (Rich Media, Poor Democracy). “У многим аспектима ова потреба за приватизованим системом комуникације да би се партиципирало у глобалном капитализму, објашњава се недостатком демократског ангажовања у расправама о комуникацијама и ниским нивоом тих дебата“ (Херман, Мекчесни, 2004:165). Будућност корпоративног концепта крајње је неизвесна: инструмент неспутаног глобалног капитализма подигнут на глобалним комерцијалним медијима и комуникационим системима, зависан од развоја револуционарних технологија „би могао бити много осетљивији и подложнији променама него што тренутно (писано 1997) изгледа. Систем глобалног тржишта није уведен у либералну демократску утопију и историја није окончана; сасвим супротно, економска поларизација, етнички сукоби и тржиштем паралисана демократија задржавају могућности *рапидног и суштинског социјалног, политичког и економског преокрета*.“ (Херман, Мекчесни, 2004:301-302). (курзив С.Р.)

Табела бр. 6 Четири концепта масовних медија

	АУТОРИТАРНИ	ЛИБЕРТЕРИЈАНСКИ	СОЦИЈАЛНО ОДГОВОРАН	ПРОПАГАНДНИ
РАЗВИЈЕН	у 16. и 17. веку у Енглеској; широко прихваћен и примењиван на разним местима;	у Енглеској од Славне револуције 1688. и у САД;	у САД у 20. веку	у САД у другој половини 20. века;
ИЗВЕДЕН	из филозофије о апсолутној моћи монарха или владе, или обоба;	списи Милтона, Лока, Мила и уопште филозофије рационализма и природног права;	В.Е.Хокинг, Комисија за слободу штампе, медијски кодекси;	Милс, касније Чомски, Херман, Мекчесни и група критичких интелектуалаца;
ГЛАВНИ ЦИЉ	подржати и унапредити политику владе; служење држави;	информисање, забава, продаја – али пре свега помоћ у откривању истине и контроли владе;	информисање, забава, продаја – али пре свега да се конфликти решавају дискусијом;	продаја, забава, информисање, али пре свега у складу са профитним интересом издавача;
КО ИМА ПРАВО ДА КОРИСТИ МЕДИЈ?	онај ко има одобрење монарха;	свако ко за то има економске могућности;	свако ко има шта да каже;	по правној основи многи, али тржишни услови фаворизују велике корпорације
КАКО СЕ КОНТРОЛИШЕ МЕДИЈ?	одлукама владе, лиценцама, понекад цензура;	„самоуправни процес тражења истине“, „слободно тржиште идеја“, судови;	мишљења група, акције потрошача, професионална етика;	корпоративна менаџерска структура;
ШТА ЈЕ ЗАБРАЊЕНО?	критика политичке машинерије и чиновника власти;	дифамације, опсцености, непристојност, ратна пропаганда;	озбиљно нарушавање приватних права и виталних друштвених интереса;	угрожавање интереса оглашивача и систематска озбиљна критика капиталистичког система;
ВЛАСНИШТВО	приватно или државно;	углавном приватно;	приватно, осим владиних јавних сервиса;	приватно-корпоративно;
ОСНОВНЕ РАЗЛИКЕ У ОДНОСУ НА ДРУГЕ КОНЦЕПТЕ	инструмент за подржавање владине политике, али не обавезно и власништво владе;	инструмент за контролу власти и подржавање других потреба друштва;	медији осигуравају друштвену одговорност, а ако то не чине неко мора да утиче да то чине;	досад невиђена концентрација власништва и потпуна комерцијализација садржаја и активности;

Извор: Siebert, Peterson, Schramm, 1984; оригинална табела је промењена за потребе овог рада; у четвртој колони, избачен је „совјетски концепт“ а стављен „пропагандни модел“, који је описан на основу релевантних извора;

Мада њихова организованост није на нивоу способности за конкретне акције, критичари окупљени око Чомског немају илузије као браниоци концепта „социјалне одговорности“: „Ако то треба мењати и то у позитивном правцу: важно је да људе незадовољне *status quo* не савлада и не обузме истинска немоћ, у смислу безнадежности и цинизма. Као што је Ноам Чомски рекао: 'Ако се будеш понашао као да нема могућности за промену, ти гарантујеш да је неће ни бити' “ (Херман, Мекчесни, 2004:302).

2. *Јавно мњење, краљица света*

После овако успостављене класификације неопходно је показати које су се друштвене промене десиле и утицале на промену карактера медија у касном капитализму, као што је нужно показати нијансе промена у самом новинарству као продукцији вести али у новинарству као професији. Како се, уопште, у великој (и све разуђенијој) капиталистичкох подели рада појавила нова друштвена делатност и којим се путевима кретала – *journalisme* (фр.), *journalism* (енгл.), *Journalistik* или *Zeitnugswesen* (нем.), *журналистика* (рус.), *periodismo* (шпан.), *giornalismo* (итал.) или *новинарство* на српском.

Нови Меријам-Вебстеров речник (из 1951.) *новинарство* дефинише као „бизнис“ писања, уређивања и објављивања у периодици (као што су новине), тј. као „писање прилагођено за новине“. С другу страну, професија *новинар* захтевала је познавање изузетних вештина и потенцијала, што је новинарско умеће граничило са уметношћу, с литературом – тражили су се *талентовани*. Талентован (млад) новинар је значило имати натпросечну способност описивања догађаја, људи, процеса, пределе, новотарија, до формулисања важних политичких и друштвених ставова на начин да читалац из масе разуме о чему се ради. Посебан је таленат и препознавање оног што је важно да би *публика* свакако требала да зна.

Да би неко могао да убедљиво и једноставно пише о нечему за некога, мора пре тога „изградити“ јасну мисао у глави. Стићи до јасне мисли зачи тежити – слободном мишљењу. А борити се у било којем друштву да човек слободно мисли, од Сократа до Сартра, подразумевало је храброст и обавезно, мању или већу, субверзивност у односу на владајуће мишљење. Управо због тога је оно што носи *либертеријански концепт*, у

основи, најближе и професионалном и друштвеном идеалу новинарства и увек се у „златна времена“ рачунају периоди кад се стварао утисак у друштву да су новинари и новинарство „слободни“, на страни презрених, унижених и сиромашних, и - критични према „моћницима“ (и политичким, и економским, и културним контролорима). Сваки пут кад се у капиталистичким друштвима нешто мења, медији и њихова слобода испливају на површину и постају средство које користе револуционари, због велике привлачне моћи, а грчевито их бране друштвене структуре у одступању.

Либертеријански теоретичари су такву улогу медија дефинисали као контролну и заштитну улогу у демократском друштву. Апологети говоре о „четвртог стубу демократије“: законодавци у парламенту доносе законе и усмеравају друштво у најбољем правцу, влада слободно и ефикасно извршава такав уоквирен налог, судство се брине да из друштва не ишчили правда, а *Wach Dog* (како Американци називају новинарску контролу) режи, лаје, гризе кад треба, сугерише јавности и власти да негде нешто „смрди“ и тако штити „хиљаде цветова“ бујног врта демократије. Кад неко крене за личним интересом који крши законе и угрожава друштво, кад припрети опасност споља, кад се расправљају велика питања која ће да утичу на будућност друштва, пред важне одлуке – ту су, по том миту о „слободној штампи“, новинари, распоређени у новинске редакције, људи слободни да мисле, али и *open minded* – да слушају друге и да све изложе у јавности, ставе пред суверена што је у демократији сам народ и да се доносе – друштвено корисне одлуке. Бајка о рибару који је уловио златну рибицу и решио да њену чудотворну моћ несебично донира свом народу, члановима своје заједнице а понекад и целом човечанству. Кад у неком друштву та бајка постане толико анахрона да нема ко да је слуша, то уверљиво показује размере кризе тог друштва.

„Једном годишње Америчка асоцијација новинских издавача (*American Newspaper Publishers Association*), Кућа лордова штампе, састаје се у тајности. Нико и не покушава да их шпијунира, нема новинара, не упадају фоторепортери, нема представника жутих журнала који досађују или застрашују чланове. То би било бесмислено. Кад би репортер открио о каквим се плановима расправља, какве се завере кују, какве акције предлажу, ни једне новине не би објавиле та открића, те сензације, како год то било означено. Ништа није свето америчкој штампи кад је она сама у питању“ (Seldes, 1938: 3). Овако је о стању у америчком новинарству крајем 1930-их писао Џорџ Селдас (*George Seldes 1890-1995*) једно од значајнијих репортерских

имена прошлог века, новинар истраживач; извештач из Првог светског рата који је интервјуисао и Паула фон Хинденбурга и Лењина, који је тврдио да се битка код Сент-Михаела у којој се прославио генерал Першинг, септембра 1918. уопште није догодила; био је протеран из фашистичке Италије кад је указао на учешће Мусолинија у ликвидацији опозиционара Ђакома Матеотија; извештавао из Шпанског грађанског рата; пред Други светски рат са тим великим искуствима и знањем написао је две значајне књиге *Freedom of the Press* (1935) и *Lords of the Press* (1938) и постао један од најозбиљнијих критичара природе медија.

Џорџ Селдас је сматрао да „тајни састанци наших организованих издавача спадају међу акције највишег ранга против добробити америчког народа а које у наше време (легално) предузимају мале групе“. Указивао је на парадокс да „амерички издавачи објављују вести, истините или лажне или пола-пола, о свему на свету осим о себи“ и да „америчка јавност не зна ништа о томе како ови владари јавног мњења у суштини одлучују о томе“ (Seldes, 1938: 3). Пола века пре Чомског он је тврдио да су „оглашивачи већа опасност за слободу штампе него владина цензура“. Селдас је указивао на стање у коме су штампа и вести *све више* под доминацијом корпоративних издавача који „могу штампати вест ако желе, као што могу и да изоставе вест ако не желе да је штампају“.

Рајт Милс је налазио да оваква стања нису само друштвене „девијације“ него се дешавају као последица битних карактеристика самог друштва. Прво: „Приступимо ... разматрању појма јавности у његовом класичном смислу како га презентира демократска теорија у оном либералном духу у коме је Русо (1712-1778) једном приликом узвикнуо: 'Јавно мњење, та краљица света, не подвргава се власти краљева, јер су они само прве слуге тог јавног мњења'“ (Милс, 1964: 385).

Али, они који су некритички славили демократски ситем вековима нису препознавали непомирљиву супротност оваквог приступа са Џоном Локом (1632-1704) чије је становиште – иначе прихваћано као суштина англо-саксонске демократије - „да се индивидуална свест појављује као ултимативна вредност, као коначна инстанца“ (Милс, 1964: 387). Тек ће педесетих година, како пише Рајт Милс, британски историчар, дипломата и новинар Е.Х. Кар (Е.Н. Carr 1892-1982) уочити да је Русо, у ствари, „по први пут изразио мисао о суверенитету целог народа, покренувши проблем демократије маса“ (Милс, 1964:387). У свом делу „*The New Society*“ (1951) Кар ће

изнети да „говорити данас о одбрани демократије, као да бранимо нешто што имамо и што смо поседовали током више деценија, представља самообману и површност – масовна демократија је нова појава, творевина последњих педесетак година – те је неадекватно и погрешно разматрати је кроз појмове Локове филозофије или кроз појмове либералне демократије XIX века. Били бисмо много ближи истини, а и наше пароле био биле много убедљивије ако бисмо говорили не о потреби да бранимо демократију већ о потреби да је стварамо“ (Милс, 1964:517).

3. Публика је постала маса

Карова побуна није била усамљени глас педесетих година прошлог века. И сам Рајт Милс је убедљиво доказивао „трансформацију публике у масу“. Ослањајући се на учења о „психологији гомиле“ Густава ле Бона, студије моћи маса Ортеге и Гасета и знања о утицају пропаганде на западно друштво Сергеја Чакотина [Serge Chakotin: *The Rape of the Masses. The Psychology of Totalitarian Political Propaganda* (*Силованье маса – психологија тоталитарне политичке пропаганде*)] који је уочио да су САД (после нацистичке Немачке и Совјетске Русије) и саме „превалиле знатан пут у првцу масовног друштва“ (Милс, 1964:392). Ту су и медији - што се у Милсово време претежно означавало појмом „средства масовног комуницирања“ - који би требало, као у заједници група публике, да „проширују и оживљавају дискусију везујући једну примарну публику за демократију”, то се све претвара у „тржишта на која делују средства масовног комуницирања, ту су сви припадници маса изложени дејству тих средстава“. Демократска дискусија као средство осуђена је на тихо одумирање. О демократији се стално приповеда, она се митологизује и служи као велики параван иза кога наступају политичари „користећи национални радио и телевизијску мрежу“ да бестидно лажирају однос говорећи „са одговарајућом личном нотом у гласу и покрету милионима људи које никад није видео нити ће их видети“ (Милс, 1964:390). То је однос потпуно одвојен од почетне ситуације кад „два лица у непосредном односу разговарају једно с другим“ до позције „у дијаметрално супротној екстремној ситуацији [кад] један говорник, користећи се мрежом комуникационог система, говори милионима слушалаца и гледалаца, не ступајући с њима у непосредан контакт“ (Милс, 1964:390).

У масовном друштву, у демократији маса, то логично води „када се ради о

маси, 1) далеко је мањи број људи који изражавају мишљења од броја оних који га примају... 2) Систем постојећих комуникационих средстава је такав да је појединцу отежано, или чак и немогуће, да одмах одговори односно да одговори иоле ефектно. 3) Спровођење мишљења у акцију контролише власт која организује и надгледа канале кроз које се таква акција спроводи. 4) Маса не ужива аутономију у односу на институције: напротив, повереници овлашћених институција продиру у масу смањујући и ону аутономију који би маса евентуално могла имати при формирању мишљења кроз дискусију“ (Милс, 1964:392).

Бизнисмен, други део владајуће елите, организује економстичке манипулације, као друштвено легитиман посао: „Читаве категорије професија и индустријских грана учествују, на пословној основи, у формирању јавног мњења безлично манипулишући јавношћу, и тако се одужујући својим послодавцима који их за то плаћају“ (Милс, 1964:392-3). У масовном друштву формирају се и велика медијска тржишта, где се „утакмица уколико је уопште и има, наставља између, с једне стране, оних који манипулишу својим средствима масовног комуницирања и, с друге стране, људи који акцептирају њихову пропаганду“ (Милс, 1964:393).

У другој половини XX века више није било сумње „да је класична епоха грађанства прошла“, да „једна нова *upper class* дели власт с остацима старе буржоазије“ и да „велика постигнућа грађанског столећа, као непоколебљиви постулати, надживљавају век у коме су први пут остварени“ и „постају услов сваке будуће демократије“ (Енцесбергер, 1980:139). Разматрајући почетком шездесетих година прошлог века трагични немачки раскид с тим континуитетом и неспособност социјалистичке штампе да досегне највеће домете својих либералних и конзервативних конкурената Ханс Магнус Енцесбергер је, као Ками деценију раније, упркос наступу масовне демократије и индустријског друштва, још гајио наду да „начела и слободе грађанске штампе превазилазе интересе класе која их је створила и изборила; они не греше ни кад се окрену против тих интереса“ и баш оптимистички тврдио да „њих [та начела] није могуће опозвати“ (Енцесбергер, 1980:139).

Енцесбергер је подсећао да се „политичка историја Запада током позног XVIII века и читавог XIX века одсликава, све до локалних детаља, у жилавим борбама што су у то време вођене за слободу штампе. Ударци које је грађанска демократија задавала и примала савршено прецизно показује у променљивим обичајима отворене или

прикривене цензуре, као и у каснијем закону о штампи“ (Енцесбергер, 1980:138-139).

Масовна производња вести је неспорно дете грађанског века. Али пре него што се темељније посветимо „социологији производње вести“ (Мајкл Шадсон), смислено је подсетити да је сама размена вести антрополошка потреба људског бића, да је она уобичајена и пре него што се човек описменио: поруке и сазнања су ишла од уста до уста, гласници су трчали са бојних поља да обавесте свој народ, добошари су ишли кроз села и вароши и оглашавали рођења, смрти, венчања, разводе; речи су се шириле претписменим друштвима „као дивља ватра“.

Кад је писменост постала друштвени стандард вести су се бележиле и објављивале. У Римском форуму већ је постојао разрађен систем (од 59. г. пре н.е. до 222 г. после Христа) ручно писаних вести о политичким догађањима, суђењима, скандалима, војним операцијама, смакнутима. Ти *cursus publici* и *acta diurna* имали су своју друштвену функцију која је уводила ред и минималну јавност у друштвене послове и делимично неутралисала сплетке и гласине. Кинези су имали нешто што су звали *tunao* а што су били билтени чиновника у време династије Хан (200. г. пре Христа до 221. године), а ти документи су у време династије Танс (618-906) и штампани.

Штампарство у Европи је имало родоначелника у Јохану Гутенбергу из Мајнца око 1450-их година. Историја је мутна река, али ту и тамо избије неки оријентир. Амерички историчар медија Мичел Стефанс сматра да је прва штампана објава која би могла да се подведе под „вест“ – извештај о италијанским витешким турнирима, штампан око 1470. Забележено је и да се у Барселони, априла 1493, појавило штампано писмо Кристифора Колумба и то пре него што је чувени морепловац допловио у луку. У XVI веку Венеција, град развијене трговине, имала је *avisi* или *gazette*: име града, датум кад је вест написана и кратак опис догађаја – била је форма вести о ратовима или политичким догађањима. Ти информатори су се у Венецији појављивали недељно, а морепловци су ух виђали и у Лондону.

А оно што се данас може узети као „прве новине“ одштампано је 1609. на немачком језику, а у Стразбуру, који је тада био део ткз. Немачког рајха. Новине су се звале *Relation*, а издавач је био Јохан Каролус. Тај господин је већ радио ручно писане њузлетере које је за лепе паре продавао богатијим интересентима. Иначе је умножавао вести које је скупљао преко плаћених дописника. Директор и оснивач Немачког музеја

новина Мартин Велке утврдио је да је “1604. године он [Каролус] купио комплетну штампарију од удовице познатог штампара... У лето 1605. он је почео да штампа... своје новине, зато што му је много времена узимало преписивање руком“ (званични сајт WAN – wan.asso.fr). Музеј шири, вероватно мало модернизовану причу, да је Каролус већ тада рачунао да ће зарадити велике паре „штампајући велики тираж за нижу цену“. Наводно се у октобру 1605. одиграо још један догађај а који ће дефинисати будућност новинарства: Каролус је градском савету Стразбура писао петицију „за заштиту против прештампавања од стране других штампара“ (wan.asso.fr). „Остало је историја“ забележено је у њузлетеру Светске асоцијације новина (WAN – World Association of Newspapers) поводом 400. годишњице „рађања првих штампаних новина“. Те 2005. генерални директор Светске асоцијације новина је рекао: „Данас, више од милијарде људи дневно, широм планете, чита штампане дневне новине – тај број је, никако инцидентно, нарастао око 5 одсто у последњих пет година. Дакле, ми нисмо само стари 400 година – или боље рећи млади – јер ми смо глобално здрави и можемо на следећи век гледати у најмању руку с оптимизмом“ (wan.asso.fr).

Тако се говори поводом прослава, али чињенице и не могу подупирати толики оптимизам. „У САД 1611 дневних новина је 1990. године имало за 14 процената мањи укупни тираж дневних новина него 1940. године, пре него што се појавила телевизија“ (Stephans, 1994). Пад тиража је општи тренд. Тако ће преглед за исту земљу, у време јаког успона ТВ-вести 1960-2003. показати губитак од бар 6% годишњих тиража, односно око 4 милиона примерака. Тренд је истоветан на читавом Западу, колевци штампе. Раст о коме је говорио генерални директор Светске асоцијације новина базира се на друштвеним променама у великим азијским земљама, а пре свега на кинеском случају. (Тренд у Јапану, на пример, је као и на Западу.)

Зашто тиражи новина падају?

Мичел Стефанс објашњава да као продукт новинарства новине имају „комерцијалну улогу са рекламама које објављују, доносе читаоцу практичне информације о ТВ-програму, мапу временских прилика, листе цена акција на берзи; новине нуде забаву кроз своје приче и чланке али и кроз стрипове, укрштене речи, друштвене занимације. Наравно, и једна од најважнијих функција дневних новина – кључна функција за демократију – јесте снабдевање грађана информацијама о влади и *политици*“ (Stephans, 1994).

Сам овај ред функција, како га је у свом раду успоставио Стефанс, на јасан начин је објашњење зашто новине падају. И тиражи и интензитет њихове друштвене функције. Наиме, историја „правих новина“ почиње од, у Стефансовом низу, последње функције. И кратки историјски преглед на то указује.

У XVII веку, у доба сукоба енглеског Парламента на чијем челу је био Оливер Кромвел и краља Чарлса I, како је опадао краљев ауторитет тако су се националне вести шириле земљом слободније и организованије. Појавио се тада у новембру 1641. и мали недељник дугог имена *The Heads of Severall Proceedings in This Present Parliament* [Написи о неким поступањима у овом парламенту]. Појавила се и конкуренција. „И сада пред тим неубичајеним дешавањима и великим променама ми не причамо ни о чему другом него о ономе што се збива у Енглеској“, говорио је један уредник „новина из тог доба“ (Stephans, 1994).

Сукоб око вести донео је и оно што је познато под називом „почетак енглеских књига-новина“ (*newsbooks*). Већ 1641. појавио се *Mercurius Aulicus*, као водеће издање с једне стране, које је онда добило одговор у виду, идеолошки другачије конципираног издања - *Mercurius Britannicus*. Сваки тај памфлет је носио своју верзију догађаја. „Један побожни лондонски занатлија, Нехемаја Волингтон, поменуо је у свом дневнику више од 300 памфлета. Други савременик изјавио је да је *Mercurius Aulicus* Парламенту 'нанео већу штету од 2.000 краљевих војника'. (...) један писац је 1682. изјавио да 'ништа није толико повредило покојног краља као папирни меци штампе“ (Бригс, Берк, 2006: 128).

У том узаврелом времену појавиће се и Милтонова „Ареопагитика“ (1644), иначе говор приправљен за парламент у којој ће се поставити темељна правила за „слободу штампе“, како ће се касније конституисати право преношења мишљења и идеја штампаним путем. (Опширније разматрано у Другом поглављу.) Додуше, Милтона су више занимале књиге, али није пропустио да забележи ни деловање тих штампаних, тањушних, недељних новиница. И те неугледне штампане збирке вести које су, захваљујући друштвеним приликама, све више измицале контроли власти важан су „експеримент који је показивао шта слободна штампа може“ (Stephans, 1994).

После ће историчари уочити детаље: да су те новине имале наслове на текстовима, да су се имале огласе, да се појављују илустрације уз помоћ технике дубореза; у послу се појављују и жене – у прикупљању вести, новинарке дакле, али и

при продају као колпортерке. А онда 1649. године уследио и историјски догађај који су те новине могле да забележе: „Данас је краљу одрубљена глава, прекопута Вајтхола...“

Међутим, како ће то у историји с политичарима углавном бивати, сам Кромвел и његова управо проглашена република убрзо ће заборавити заслуге „слободне штампе“. Оливер Кромвел је „знао“ да консолидација његове власти подрумева и увођење реда у „слободно штампање“ вести, те је одлучио тек „да допусти штампање неколико ауторизованих новина“ (Stephans, 1994). То га неће спасти великих искушења. Најпре му није прошла „скромна петиција“ којом га је Парламент „замолио“ да прихвати краљевску титулу, јер „титула протектора потпуно је непозната енглеском праву“. Међутим, лицемерју буржоазије супроставили су се официри, те је Кромвел морао „одбити“ - круну. Кад је Оливер Кромвел умро 1658. године покушао је његов син Ричард да га наследи на месту Лорда протектора. Војска се опет успротивила те су Енглези одлучили да, ако већ то тако иде, онда је боље да се на владарски престо врати син погубљеног Чарлса I Стјуарта.

Ни Стјуарти нису могли да одговоре захтевима времена. Рестаурација Чарлса II и његова неадаптибилност новим условима донеће нестабилност, јер је у Лондону већ „настала јавна политичка сфера, па чак и народна јавна сфера“ (Бригс, Берк, 2006: 129). Чарлс II ће се неопрезно одлучити да „релативно отворени систем поново затвори. (...) Обиље супростављених информативних билтена заменио је монопол који је држао *London Gazette*, званични лист – заснован на француском моделу (савременији пример била би *Правда* у доба Стаљина или Брежњева), и поново је уведено одобравање књига“ (Бригс, Берк, 2006: 129). Главни државни цензор тог времена Роџер Лестранж живот је провео с кардиналним питањем: Да ли је хришћанском свету нането више зла него добра изумом типографије? У практичном деловању, Лестранжа нису мучиле велике дилеме – био је главни покретач владиних информативних билтена са јасном намером „да би народ обавестио и забавио“. Лестранж је знао да тај „ђавољи дар“ неће напустити добре хришћане, па је 1681. у билтену *The Observer* о томе изнео свој приступ. Конкретно: „Штампа их [народ] је залудела и сада штампа мора да их и излечи.“ Дух је пуштен из боце. „На овај начин владе су биле приморане да посредством новинарства допринесу ширењу народне политичке свести, што је елита махом презирала, као и да развијају новинаре (*newsmen* како су их звали у Енглеској у XVII веку) у нову силу у политичким догађајима, која ће касније бити названа 'четвртим сталежом'“ (Бригс, Берк, 2006: 130).

После „Славне револуције“ 1688. кад је последњи Стјуарт, Џејмс II, приморан да напусти земљу – „слободна штампа“ је задобила своје место у друштву. То је датум који се узима као тачка у којој либертереријаски концепт штампе односи превагу над ауторитарним. То је и озакоњено у *The Licensing Act* 1695. године кад се укида цензура штампе, што је и остваривање Милтоновог сна о „слободи штампе без одобрења владе“ (Босанац, 1971:394).

4. *Револуција је волела штампу, али долазе они који се баве експлоатацијом*

Демократија ће у свом историјском походу у XVIII веку прећи преко Ламанша, а за њу ће се лепити и новинарство и новинари. Пред Француску револуцију Гроф Мирабо ће прилагодити Милтонову *Ареопагитику* (1788), Мари-Жозеф Шеније ће штампати *Пријаву против инквизитора мисли* (1789), Жак-Пјер Брисо ће објавити *Забелешку о потреби за ослобођење штампе* (1789). „Брисо је посебно мислио на новине, јер се време у којем је његово дело појавило превише брзо мењало за књиге или чак памфлете. Дошло је да експлозије нових издања, а најмање 250 новина основано је у последњих шест месеци 1789. (...) С друге стране, штампа је била корисна за револуцију. Цереми Попкин [амерички истраживач медија] је рекао, на пример, да је дневна штампа била 'незаменљива у давању легитимности новом законодавству Револуције тако што је тај процес износила јавности'. (...) Према Хабермасу 'Револуција у Француској је преко ноћи створила... оно за шта је Великој Британији било потребно више од једног века сталних превирања; институције... за критичко јавно разматрање политичких питања'“ (Бригс, Берк, 2006: 139-141).

Некако слично што се Енглезима десило после рестаурације Чарлса II, Французима и француском новинарству је донео Наполеон Бонапарта (владао од 1799-1815). „Ипак, ништа више није могло да буде као пре док год су се људи сећали шта се догодило. Снага медија лежала је у способности да се поново покрену сећања на револуционарну прошлост. Наполеон је поново активирао дуго присутну аналогију између штампе и војске, изјавивши да 'четири непријатељске расположене новине представљају већу опасност од 100.000 бајонета'“ (Бригс, Берк, 2006: 141-142).

Наполеон је од новина стрепио као што је Бушман из чувеног филма „Богови су пали на теме“ с тупом нелагодом подносио присуство флаше кока-коле; иако није

тачно разумео у чему је њена несавладива моћ, он је знао да се ђаво неће моћи савладати. Наполеон је више од две деценије био на оном свету кад ће се појавити дело које му је можда не би могло помоћи да умири свој неспокој, али свакако би му користило да схвати шта је био извор његовог инстинктивног страха. „Изгубљене илузије“ (1843) Оноре де Балзак даће увиде у новинарски рад и далекосежне процене домета новинарства, тог особеног делања у капитализму XIX века. „Наполеон је имао потпуно право кад је метнуо брњицу штампи“, рећи ће један Балзаков јунак, у делу које кроз причу у сенци о „комерцијализацији производње папира“ утврђује да то законито води у „комерцијализацију литературе“ (wikipedia.org).

Не постоји боље место за проституисање свог талента од новинарства, говориће Балзак, који је из искуства знао о чему говори. Новинарство води, тврдиће Балзак кроз „Изгубљене илузије“, „потпуној издаји интегритета своје личности. (...) Сви ми колико нас има знамо да ће новине ићи даље него краљеви у незахвалности, даље него најпрљавија трговина у шпекулисање и у ситничарењу, да ће упропастити нашу интелигенцију приморавајући је да свако јутро продаје свој мождани алкохол; али ћемо ипак сви ми писати у њима, као што чине људи који раде у руднику живе а знају да ће умрети“ (Балзак, 1948:438).

Оноре де Балзак који је увек – како ће рећи Виктор Иго на његовом гробу - „ишао право до циља“, уочиће у новинарству наглашени анти-интелектуализам. Под „антиинтелектуализмом“ се у овом раду мисли на један неповерљив, понекад непријатељски однос, према интелекту и интелектуалцима а који је најчешће видљив у израженом презиру према образовању, филозофији, литературу, уметности и науци, као непрактичним. Амерички интелектуалац Ричард Хофстетер, аутор култне књиге у пост-макартијевској ери „Антиинтелектуализам у америчком животу“ (1963) – чијом теоријом ћемо се опширније бавити у другом делу овог поглавља – видео је *антиинтелектуализам* као циклична феномен који се манифестује као тамна страна демократских импулса, пре свега, у религији и образовању. Аутори из новијег периода као Сузан Џекоби (Susan Jacoby), чија је књига *The Age of American Unreason* (“Доба америчке неразумности“) 2008, била на листи бестселера „Њујорк тајмса“, антиинтелектуализам посматра као ток. Она каже да је „амерички парадокс“ да се о „образовању мисли добро кад се по основу њега добије добар посао, али лоше кад оно доводи до тога да се мисли много (too much)” (Jacoby, 2008). Сузан Џекоби подсећа да је “Хофстетер писао у свануће видео културе, тако да није могао да говори о стварима

које су кључне у мојој књизи. Доминација културе масовних медија, видеа и инфотејнмента додато је америчком миксу у последњих 40 година“ (Jacoby, 2008). Цекоби, иначе, видео културу самтра „најгорим могућим начином за разумевање било чега иоле компликованијег“.

Ослобођено моралних стега и пројектовано да не иде на највише врхове, да се бави интелектуалним продукцима али са јасном дистанцом, новинарство ће, писао је Балзак, постати опасан инструмент: „Служиће се црквом против цркве, Уставом против краља; ругаће се суду кад га он притегне, хвалиће га кад буде чинио уступке распаљеним страстима. Да задобије претплатнике, измишљаће најдирљивије приче, преметаће се као лакрдијаш. Жртвоваће грубој шали и рођеног оца ако треба да забави или насмеје своје читаоце. Биће глумац који ставља пепео свог сина у урну да би истински плакао... Видећемо како новине, којима су у почетку управљали часни људи, доцније падају у руке онима који ће имати стрпљења и еластичности какви недостају правом таленту...“ (Балзак, 1948: 437).

Балзак – за кога је после Фридрих Енгелс уверљиво говорио да је више од њега научио о суштини капитализма „него од свих професионалних историчара, економиста и статистичара заједно“ (www.answers.com/topic/honor-de-balzac/) – уочиће и да је то новинарство које на својим плећима носе одбегли песници и писци само добар материјал за оне „макрое“ који ће да се обогате на њиховим проституисаним талентима: „Ми имамо срца под нашом интелигенцијом, а недостају нам свирепе особине оних који се баве експлоатацијом. Ми смо лењи, ми посматрамо, размишљамо, судимо; а они ће испијати наш мозак и опслуживаће нас да се рђаво владамо“ (Балзак, 1948: 438).

Новине, а телевизија и дефинитивно, укинуће људски напор да трага за истином с оним слатким људским уверењем да истина негде постоји и да се до ње некад и некако може стићи. „Новине уместо да врше свештену службу, постале су средство за политичке странке; од средства, претвориле су се у трговину; и, као свака трговина, немају ни вере ни закона. Сваки лист је... дућан у којем се свету продају речи онакве боје какве он хоће. Кад би постојао неки лист грбаваца, он би јутром и вечером доказивао лепоту, доброту и потребу грбавих људи. Лист више не постоји да просвећује, него да ласка разним размишљањима. И зато ће сви листови, у једном одређеном времену, постати подли, дволични, бестидни, лажљиви, разбојнички, они ће

убијати идеје, системе, људе, и самим тим ће напредовати. Користиће ће се преимућствима свих разумних бића: зло ће се чинити а нико неће бити крив за то. (...) Наполеон је објаснио ту појаву, моралну или неморалну, како хоћете, једним изванредним закључком до којег је дошао проучавајући поступке Конвента: 'за колективне злочине не одговара нико'. Лист може да допусти себи најодвратније држање, а да се нико не сматра лично укаљан тиме“ (Балзак, 1948: 435).

А било је то још увек време кад су у новинарству за живот зарађивали познати писци и мислиоци, а новине су сматрале пресудним престижом да имају текстове тих мајстора. Из уметности су се преливала разна достигнућа, а новинарство је утицало на токове књижевности, пре свега тиме што је писање све мање било приповедање слободних и независних мисли, а све више за масовну публику, јавни престиж, за профит. Међутим, управо та блискост ће се полако претварати у „проклетство малих разлика“ које захтева велики заокрет и бруталан раскид, па ће с технолошким променама и потом доласком других и другачијих медија све то водити прво расколу, баш како је Балзак предвиђао, новинарства и уметности а затим и гушењу новинарства у трагичној осамљености, дехуманизуваној транзицији у чисте технике селективно-пропагандног преношења информација маси.

Убрзо је „масовно друштво“ (Милс) превладало грађанско, а потрошачи и гласачи су заменили грађане. Зато је Балзаков кратак опис судбине главног јунака „Изгубљених илузија“ у тренутку кад је напустио провинцију, потом одбацио уметнички дугочекајући напор, па и из либералних, опозиционих новина – вођен неодољивим конформизмом – одјездио међу провладине новинаре, нешто што стоји као споменик једној професији, једној друштвеној функцији која би, наизглед, могла да има све (слободу, морал, надокнаду) а, у ствари, неће имати ништа сем трагичне осрамоћености и непоправљиве резигнације: „Ево тамо, поред Корелије, једног младића... Како му је име? Лисијен! Леп је, песник је, и, што му још више вреди, има духа: е лепо, он ће ући у неколико тих лупанара мисли који се називају новинама, разбациваће тамо своје најлепше идеје, исушиће свој мозак, поквариће своју душу, чиниће оне безимене гадости које у борби идеја, замењују ратна искуства, пљачку, паљевине, превртљивост у ратовању кондотјера. Кад и он, као толики други, буде истрошио свој таленат у *корист акционара, ти трговци отровом* (курзив С.Р.) пустиће га да умре од глади ако је жедан, а од жеђи ако је гладан“ (Балзак, 1948:438).

То што је Балзак могао да види од „безимених гадости“ на почетку XIX века биле су скице свега онога у шта ће се новинарство, као велики дућан „трговаца отровом“, претворити. Али Европа и њен заморни конзервативизам окован моралним обзирима и интелектуалним ограничењима у томе неће играти кључну улогу. На сцену ће ступити бивша европска колонија – Америка.

5. Америчка револуција – победа професије новинар

Северноамерички континент развијао се на контрадикторности. С једне стране, досељеници су били суштаствено ослоњени на европски свет из кога су стигли или протерани, а с друге су настојали да се од Старог света осамостаљују – политички, економски, културно. Главна земља утицаја била је Велика Британија. Тако су се промене у новинарству на острву директно одражавале на америчко стање ствари. Забележено је да су се прве новине у Новом свету појавиле 1690. године у Бостону – *Publick Occurrences both Foreign and Domestic* (Јавни догађаји, како страни, тако и домаћи). Писале су од домаћих догађаја о томе како се „Индијанци који су примили хришћанску веру захваљују свом Богу“. Издавач је био Бењамин Харис, иначе протеран из Енглеске после одлежане казне. Харис је у својим сензационалистичким новинама у Лондону распредао приче о завери Римокатоличке цркве против Енглеске а играјући на међусобно традиционално неповерење Енглеца и Француза. У Бостону је нашао исте „ослонце“ па је описивао похотност француског краља, а у све уплитао Индијанце. Све у свему, „први број првих америчких новина био је и последњи“ (Stephans, 1994). Четрнаест година је протекло пре него што се појавио *The Boston News-Letter*. Џон Кембел је знатно солидније утемељио своје новине од Хариса, јављајући читаоцима у колонији о британској и европској политици, преузимајући то из лондонских новина. Његове новине потрајале су 72 године.

„Многи историчари се слажу да се Америчка револуција не би одиграла онако као што се одиграла без подршке колонијалних новина“, пише Стефанс Мичел. А новине су истрајно подгревале антиенглеско расположење и стварале јавно мишљење о нужности и неизбежности америчке независности. Пред доношење Декларације о независности – акта Другог континенталног конгреса представника 13 енглеских колонија у Филаделфији 17. јула 1776. - у Америци су „већ излазиле четрдесет и две новине, а неке од њих, на пример *Њујорик новине* (*New York Journal*), *Филаделфијске*

вечерње новине (*The Philadelphia Evening Post*) и Масачусетски унијун (*Massachusetts Spy*), подржавале су револуционарне ставове тако што су описивале ужасе које су чинили енглески војници.“ Те новине су током дужег времена вестима које су преносиле осмишљавале националну политичку културу (као и у Енглеској за време грађанског рата) и учествовале у стварању нове замишљене заједнице која је пркосила Британцима. „Пошто је приметио колико се често доштампавао памфлет Томаса Пејна *Здрав разум (Common Sense)*, један Француз у посети Америци рекао је: 'Америчка револуција никад не би успела без новина'“ (Бригс, Берк, 2006:137). А чувена „бостонска чајанка“ (1773) – протест против одлуке британског Парламента да дозволи компанији „Ист Индија“ да свој чај продаје у Америци под повољнијим условима него локални продавци – организована је у кући уредника *Бостонске газете (Boston Gazette)* Бењамина Едса.

Штампа је и у САД прошла пут од помоћника у извођењу револуције до сумњичавог покушаја враћања „духа у боцу“. Тако је 1798. у Конгресу прошао *Sedition Act* који је председник Џон Адамс потписао у коме се - упркос Првом амандману (донесен 1791.), по коме „Конгрес не може да донесе никакав закон... који ограничава слободу говора или штампе“ - прети казном или затвором за „свако погрешно, скандалозно или малициозно писање... против владе Сједињених Држава“, Конгреса или председника. Најмање петнаест новинара је затворено по том закону. Критика овог закона помогла је Томасу Џеферсону да 1800. године постане председник. После је *Sedition Act* пао у заборав. Џеферсон се упустио у, како је говорио, „велики експеримент“ игноришући страховања како је „слобода штампе неспојива са нормалном владом“. Тих година у САД је било око 200 новина. Прве дневне новине у Америци *Pennsylvania Evening Post* почеле су да излазе 1783, (Stephans, 1994) а већ 1801. било их је око 20.

Америчке новине су већ тада успоставиле везе са трговином, па су објављивале цене, извештаје с тржишта, кретање бродова. „Већ 1820. више од половине новина у великим градовима имало је у свом имену речи 'огласни', 'комерцијални' или 'трговачки'. Ове 'трговачке новине' штампане су на великим 'бланкет' листовима, и биле су скупе – око 60 центи примерак, много више него што би већина малих предузетника или механичара у градовима могла да издвоји за тако шта“ (Stephans, 1994).

А онда, 3. септембра 1833. појављују се, на улицама Њујорка, мале новине од свега четири стране у којима је читалац могао наћи приче о људским судбинама и кратке полицијске извештаје. Издавач је био млад човек по имену Бењамин Деј. Његове новине су се звале *Sun (Сунце)* и продавале су се за један пени. У граду од 218 хиљада становника најтиражније новине тих година биле су *New York's Courier* и *Enquirer*. Те „трговачке новине“ продаване су у око 4.500 примерака. А 1830. године, у том тренутку, најугледније новине на свету *Тајмс* (основан 1785) у Лондону, граду од два милиона становника, продаване су у тиражу од 10.000 примерака. Бењамин Деј је за две године са својим „Саном“ достигао тираж од – 15.000.

Све је то прожето технолошким прогресом. „Технологија је била реч која је у САД почела да се користи 1828 – отприлике тада је у Француској по први пут употребљен израз 'индустријска револуција'" (Бригс, Берк, 2006: 161). Раст тиража, раст профита, доносе потребу за технолошком подршком, јер штампарска машина гутемберовског типа могла је да одштампа око 125 примерака новина на сат. У Немачкој је тада пронађена ротациона цилиндрична штампа.

Џон Волтер II, издавач новина које су почеле (1785.) да излазе под именом *Daily Universal Registrar (Дневни општи регистар)* и три године касније преименоване у *Тајмс* - „поставио је 1814. ... на тргу Принтинг хаус огромну штампарску пресу [на парни погон, прим. С.Р.] коју је Фредерик Кениг направио од гвожђа 'патентирао у Енглеској: она не само да је захтевала мање радника већ је омогућавала штампање 1.000 примерака на сат. Новине су сад могле да иду у штампу касније и тако укључе најновије вести“ (Бригс, Берк, 2006: 157). Средином века већ је могло да се одштампа и 18.000 примерака новина за сат.

Стигао је тренутак кад се назирао одговор на све дилеме које је пред Балзака стављао „прогрес“ новинарства.

„'- Утицај, моћ штампе тек је у повоју, рече Фино, новинарство је у детињству, оно ће се развијати...

- Она ће све укаљати, рече Блонде, прекинувши Финоа.
- То је добро речено, рече Клод Вијон.
- Она ће стварати краљеве, рече Лусто.

- Она ће обарати монархије, рече дипломата.
- И зато, рече Блонде, да нема штампе, не би је требало пронаћи, али је она ту, ми од ње живимо.
- И од ње ћете умрети, рече дипломата. Зар не видите да ће издизањем маса, под претпоставком да их ви просветите, отежати појединцу да буде велик; да ћете сејући разум у срце нижих слојева, пожњети буну, и да ћете ви бити њена прва жртва. Шта се разбија у Паризу кад настане побуна? („Изгубљене илузије“ су настајале пред револуцију 1848. прим. С.Р.)
- Разбијају се уличне светиљке, рече Натан, али смо исувише скромни да бисмо се бојали, нас ће само огрепсти.
- Ви сте сувише духовит народ да бисте допустили којој било влади да се оснажи, рече министар. Иначе бисте поново почели да својим перима освајате Европу коју ваш мач није умео да сачува.
- Новине су једно зло, рече Клод Вијон. То зло би могло корисно да послужи, али влада хоће да га сузбије, настаће борба. Ко ће подлећи? То је питање.
- Влада! Рече Блонде, ја се убих доказујући то. У Француској је дух јачи од свега, а новине поред духа свих духовитих људи, имају и лицемерство Тартифа.
- Блонде, Блонде, рече Фино, ти идеш сувише далеко? има претплатника овде.
- Ти си власник једног од тих стоваришта отрова, ти се мораш бојати, али ја нимало не марим за све те ваше дућане, иако од њих живим!“ (Балзак, 1948: 433-435)

Ово разговор полупијаног друштва писаца, политичара, дипломата и новинара вођен је у париском салону, где је „богата и сјајна“ вечера „послужена у новом сребрном посуђу, у порцулану из Севра, на столњаку од дамаста“. А Лисјен – новинар – Балзаков јунак који је овде стигао директно из бедних станишта париских писаца који су остали да тамо стрпљиво чекају уметничко признање, и „који је први пут видео париску раскош на делу, ишао је тако од изненађења до изненађења, а прикривао је своје чуђење као човек од духа, од срца и од пера“ (Балзак, 1948: 441). На тој издаји ирационалне уметничке идеје настајало је ново дело пера и мисли, али та грана у

великој подели рада после Просветитељства – названа новинарство – бежаће од уласка у било какву суштину друштвених проблема, од искрених емоција, темељних знања и истинског ангажмана. Живот ће се из те перспективе представљати малим или великим сензацијама, највећи мајстори тог посла ће говорити како њих не занима кад пас уједе човека, него обрнуто – кад људско биће уједе пса. Све ће у том приповедању бити ту негде око свакодневице, али толико нестварно и заоштрено. Људи који ће се јављати „с лица места“ учиће се да поруке буду укалупљене и сортиране; позиваће се на истину, објектиност, непристрасност толико гласно да ће то бити сумњиво и њима самим; „служиће народу“ под јавном заклетвом, али ће се држати дворова, кабинета, писти, стадиона, позорница, генералштабова. У друштву у Балзаковом салону, у трену се зачуо, женски глас: „ – Ја сам мислила да ћете ви бити веселији, узвикну Флорина. [млада глумица из једног париског тетара, прим.С.Р.]

- Флорина има право, рече Блонде, оставимо да неке друштвене болести лече они шарлатани државници. Као што каже Шарле: "Зар да лајем на берићет? Никад!" (Балзак, 1948: 441)

б. Ко ме је до морала нека заобилази новинске редакције

Стварали су друштвени услови, да новинарство које је (по)служило буржоазији да изгура племство и феудализам са јавне сцене, сада себи нађе другу улогу. Оно ће постати – бизнис. Од старе славе, од хвале да је то „четврти стуб демократије“, „четврти сталеж“, од узвишене мисли да би амерички председник кад би морао да за Америку бира између тога да има владу или слободну штампу, изабрао би новине – све је то лепо - али од свега тога се у капитализму не може живети. Либертеријански концепт није био на крају свог пута, али је његова основна идеја почела да се модификује из основе. Новине су морале постати роба. Просто, да се продају као дуванска кеса или квасац. Показних примера у XIX веку је било и у Француској и Британији, али ми ћемо овде узети случај Џејмса Гордона Бенета који је 1835. покренуо свој *Њујорк Хералд*. Цена је била један пени. За две године Бенетове новине су се продавале у 20.000 примерака дневно, а цена је отишла на два цента.

Како се то постиже?

Бенет је шокирао јавност кад је у пролеће 1836. на насловну страну ставио

причу о убиству проститутке Хелен Ценет. Кад је тело 23-годишње девојке из бордела пронађено, полиција је утврдила постојање три ране на глави нанесене оштрим предметом и – да је убиство извршено иза поноћи. Није било никакве борбе. На основу сведочења проститутки ухапшен је 19-годишњи Ричард Робинсон. Био је то један од оних случајева у којима су сви докази били сумњиви а све сумње изгледале оправданим.

Кад је почело суђење, Бенетов „Херлад“ је стао насупрот тужиоца: инсистирао је да је Робинсон жртва подле завере полиције и власнице бордела. На све то репортер је извештаје пунио сексуалним и детаљима насиља. Читаоцима је стајао дах. „Њујорк сан“, Бенетов конкурент, чији су читаоци били сиромашни радници, држао је Робинсона кривим и тврдио да он утиче на процес новцем богатих рођака. Пошто је судија с презиром гледао на сведочење проститутки пороти није требало ни пола сата да одлучи: Not guilty!

Бенет је већ био богат кад су објављена нека приватна писма Ричарда Робинсона из којих су биле очигледне његове „девијантне сексуалне склоности“. С тим сазнањима, многе од његових изричитих тврдњи, да није убица, постајале су тако климаве. Он је убрзо отишао у Тексас где је постао „цењени досељеник“.

Бенет није много држао до моралности, истине и непоколебљивих ставова већ до утилитарности и посла. На пример, био је противник Абрахама Линколна, иако се залагао за Унију; кад је 15. априла 1865. на шеснаестог америчког председника извршен атентат Бенетове новине су дале немерљив допринос стварању мита о мученичкој Линколновој судбини. „Бенет, који је покренуо свој 'Хералд' са 500 долара, постао је богат човек“, закључује Стефанс. О каквом богатству се ради, може да послужи упоредни податак, да је Бенету конкурентски „Сан“ продат за 250 хиљада долара 1849. године. „Новине су постале велики бизнис, а власници постају све конзервативнији“ (Stephans, 1994). Баш као што је написао Балзак: „Зар да лајем на берићет? Никад!“

Наравно, да Бенетова „оргиналност“ није потпуно нова под капом небеском. Ова основна начела, тржишна – комерцијална, настајала су бар век раније кад су између писаца и читалаца стајали књижари. Само се тада радило о малом промету и бивало је у сенци инертности друштва. У делу *Проблем писца (The Case of Authors)* Џејмс Ралф је 1758. пластично описао утицаје и моћ тржишта: „Прављење књига је

активност од које живи Књижар... [он] опипава Пулс свог доба и, према њему, он одлучује не да лечи, већ да негује Болест; док год Пацијент гуга, он му даје ; а на први Наговештај Мучнине, он мења Дозу. Одатле потиче настанак Приче, Романа, Романси, итд“ (Бригс, Берк, 2006:160).

Графика бр. 8 Како на тираж новина утиче број текстова о насиљу

ТИРАЖИ НЕКИХ ШВАЈЦАРСКИХ НОВИНА И БРОЈ ТЕКСТОВА СА ЦИЉАНИМ РЕЧИМА (самоубиство, покушај самоубиства)

	Тираж	број чланака	% чланака
Blick (дневни)	364.700	35	16,8
Tages-Anziger Zürich (дневни)	261.369	23	11,1
La Suisse (дневни)	70.032	13	6,3
Le Matin (дневни)	53.774	11	5,3
Die Wochenzeitung (недељни)	18.500	9	4,3
Corriere del Ticino (дневни)	35.225	7	3,4
L`Impartial (дневни)	31.072	4	1,9
Solothurner Zeitung (дневни)	45.542	4	1,9
Der Landbote (дневни)	40.775	3	1,4
Der SchweizBeobachter (месечни)	407.669	4	1,9

(Извор и објашњење: Часопис *The Journal of Crisis Intervention and Suicide Prevention*, Vol 21 (2), 2000. pp. 71-79 објавио је студију *Вежба за унапређење извештавања о самоубиству* (An exercise in improving suicide reporting in print media by Mchel Konrad, Wyss Kathrin, Frey Conrad, Valach Ladislav): у два наврата по осам месеци је праћено извештавање у швајцарским новинама; утврђено је 1) да се новине које имају више текстова о самоубиствима боље продају и 2) да се у другом посматрању, после три године, број таквих текстова, по диктату тржишта, повећао.)

То је један од кључних принципа који ће одредити природу штампе, а после и медија, у капиталистичком друштву. Увек ће се лако долазити до закључка, да штампа која је настајала као део политичке борбе између буржоазије и феудалаца – треба

спасавати од политичких контрола, цензура, усмеравања, али ће се само теоријски расправљати за капиталистичко друштво неразрешива антиномија – утицај приватног власништва на то чему је намењена изузетно сложена и значајна друштвена улога, а што се поједностављено своди на јавно мњење. Та чињеница ће судбински одредити и успоне и падове „слободне штампе“, њен карактер, друштвени значај, улогу новинарства и новинара. Распета на крсту очигледне јавне лажи – да нечији приватни интерес може бити најпоузданији заштитник јавног интереса – „слободна штампа“ је постала друштвени феномен који ће читаво време у суровој реалности бити обавијен савременим митовима. Што је расцеп између стварне улоге штампе у друштву и мита о њеној наддруштвеној позицији постајао дубљи с више страсти је гајен тај „слатки очај“: новинари су постајали „храбрији“, приче су биле „дубински истраживане“, независност је постајала „све већа“, издавачи су показивали „већу друштвену одговорност“. „Неговање Болести“ (Ралф) постаће напор вредан највеће хвале.

После Бенета појавиће се још већи мајстори тог посла, попут Рандолфа Херста (1863-1951) или Џозефа Пулицера (1847-1911). Раст продаје новина, вртоглаво увећање профита, прво је утицало на расцеп у самим новинама: „постала је још контроверзнија одувек контроверзна улога новинара људи који су скупљали вести- ... и уредника који су бирали, аранжирани, представљали и тумачили вести“ (Бригс, Берк, 2006: 269). Ови први су још увек држали да је најважније слободно мишљење и писање „оног што су видели“, а ови други су се држали налога „предузетничких власника“. Не ради се овде само о контроли над политичким мишљењима и заустављањем објављивања чињеница којима би клијенти или пријатељи издавача били незгодно погођени. Реч је још и више о духу времена које доноси значајно повећање броја писмених у друштву, што доводи до настанка „велике потребе за много другачијим материјалом за читање од оног који је нуђен образованим читаоцима“ (Бригс, Берк, 2006: 270).

Енглески песник и критичар Метју Арнолд (1822-1888) елитистички неповерљив према доласку маса „демократије – како их људи радо називају“, написао је осмадесетих година XIX века: „Они имају много врлина, али уопштено гледајући, нису разумне особе које поштено и озбиљно размишљају.“ Арнолд је за „ново новинарство“ које је кретало да привуче широке масе говорио да је „луцкасто“ и да се све више окреће „разоноди – чак и бекству – више него информацијама и знању – или поезији“ (Бригс, Берк, 2006: 272-273).

7. *Bourgeois* је ликвидирао *citoyen*-а

„Помасовљење“, како га је назвао Серж Московиси, носи „прожимање и мешање социјалних категорија. Пролетери или капиталисти, образовани људи или незналице, свеједно: порекло мало значи. Исти узроци производе исте последице. Из хетерогених фрагмената образује се хомогени људски скуп: маса коју сачињавају људи-маса. Они су актери историје и јунаци нашег доба“ (Московиси, 1997:19). Овакав поглед на друштвену структуру медије третира као силу изнад друштва. „Разлоге за такво стање ствари не треба тражити, као што би произишло из концепције о класном друштву, у концентрацији средстава за производњу и у размени, него у средствима комуникације, мас-медијима, новинама, радију, итд, као и у феномени утицаја. Продирући у сваки дом, присутна чак и на радним местима, увлачећи се у све просторе за доколицу, управљајући мишљењима и униформишући их, та средства претварају дух појединца у дух масе. Исте мисли и слике бивају, неком врстом друштвене телепатије, предочене милионима појединаца и постепено се шире налик на радио-таласе. Тако да људи бивају стално припремани да се поново нађу у маси“ (Московиси, 1997:19).

У посматрању капиталистичких мена остаје увек спорно настојање да се из дискурса искључе – класе. У којој мери стављање акцента на „успон маса“ помера класе из фокуса? За одговор на то питање може послужити кратак осврт на познато дело Јиргена Хабермаса „Промена структуре јавности“ (код нас објављено под насловом *Јавно мњење*) што је промивисало једну од најпопуларнијих теорија јавног мњења у другој половини прошлог века. Љубомир Тадић, који је писао предговор за наше издање, наводи да су „према Хабермасу јавност (и јавно мњење) по својој историјској функцији грађанског (либералног) порекла, мада ... јавност има корене у грчком, а затим у римском античком свету, а на својеврстан начин и у феудалном средњем веку... Хабермас одређује грађанску јавност као *сферу приватних људи окупљених у публику*. Упоредо са *јавном потврдом* приватно-привредне делатности настаје и *јавна власт*.“ (Тадић, 1987: 42). Либерализам наводи Тадић „непрекидно тежи да грађанску јавност изједначи са јавношћу уопште, мњење човека као 'bourgeois' са мишљењем 'citoyen'-а“ и то би било могуће у републици, држави која „како јој и име каже, почива у јавности... Међутим, ова истинита одредба јавности као републиканске одлике има тај недостатак што *идеолошки* поистовећује приватног власника са човеком уопште. На тај начин... публику сачињавају само власници и образовани“ (Тадић, 1987: 45). Читава теорија ту

улази у неразрешив проблем јер „ако јавност значи општу приступачност или општу доступност, а то Хабермас тврди, онда следи његов логички закључак да јавност 'из које би биле ео ipso искључене одређене групе није само непотпуна, већ и није никаква јавност'. Разлика између јавности као *идеје* и јавности као *идеологије* је фундаментална разлика“ (Тадић, 1987: 45). Политичка пракса ће довести до тога да „бирографија позајмљује јавно мњење из праксе приватних предузећа и група и на тај начин ставља јавност под патронажу управе и политичких партија. Јавност више не настаје критичким просуђивањем, она се вештачки 'ствара“ (Тадић, 1987: 49-50).

Бежећи од суровости и динамике класног сукоба у модел комуникативног деловања Хабермас ће се удаљити од својих „франфурктиских“ корена. Критичка теорија друштва (Хоркхајмер, Адорно, Маркузе, Фром, Нојман, Бењамин, и др.), како је то констатовао загребачки професор Вјеран Катунарић „представља једну *непоновљиву* синтезу неубичајеног аналитичког приступа модерном друштву, критичке дистанце и утопијског надања. Код Хабермаса се доста тога изгубило, особито утопијског набоја, што његову визију комуникативног дјеловања чини сухопарном и празном“ (Катунарић, 1990:126). Између тога да ли да дела као интелектуалац или да утилитрано инструментализује своја знања у фаланге концентрисане моћи у друштву, Хабермас је одабрао ово – друго. „Хабермасов *модел комуникативног дјеловања*, као нека интелектуална утопија, не представља само резултат строго логичко-теоријских извођења његових идеја о улози знања у друштву, него и израз друштвених и политичких околности на Западу седамдесетих и осамдесетих година. А то је вријеме повлачења левнице, успона неоконзервативизма и краха социјалистичког система на Истоку“ (Катунарић, 1990: 127).

На Јиргена Хабермаса би се могло и овако гледати, хладно аналитички, да се не ради о научнику који је „у теоријској литератури обично представљен као најистакнутији представник друге генерације Франкфуртске школе“ који је „своје теоријско становиште радикализовао касних педесетих, вероватно под утицајем повратка предстваника прве генерације ове школе из САД у Немачку. Као студент, а затим као асистент Адорна, уочио је значај Марксовог и Фројдовога доприноса друштвеним наукама“ (Вратуша-Жуњић, 2000:23). Пратећи „друштвене и политичке околности“ Хабермас је нашао да ваља раздвојити производне односе од друштвене интеракције и „створио простор за *трећи интерес*, поопштљив интерес људских бића као самосвесних субјеката да се међусобно разумеју кроз узајамну интелегибилну

комуникацију... Хабермас је придао 'комуникацији' улогу језгра друштвене организације“ (Вратуша-Жуњић, 2000:24).

Недвосмислено „отупљујући оштрицу револуционарног марксизма“, како се тада говорило за овакву врсту ревизија, Хабермас је у својој модернизацији левичарског приступа одбацио и идеју радничке класе као „друштвене снаге која ће произвести квалитативну друштвену промену“, а закључио „да су захтев и могућност за даљи развој људске слободе и демократије уграђени у сам процес комуникације“ (Вратуша-Жуњић, 2000:25). Тако се идеја могуће промене позног капитализма, не само одваја од револуције, него се утапа у грађанске демократске структуре. Право на истину се поставља у сами центар конкретног грађанског друштва и одузима се шанса било каквој авангардној групи да гомилу упозори на „губитак оријентације“ у историји. Друштвена акција се, у крајњој линији, своди на софистерију: „Истина је по њему [Хабермасу] ствар дијалога и договора. Долазимо до истине кроз дискусију и узајамну аргуменатацију. Слажемо се да је нешто истина зато што смо убеђени аргументима које сви прихватамо као најбоље аргументе“ (Вратуша-Жуњић, 2000:25).

За остварење таквог „идеала демократије“ друштву треба јавност, јавност равноправних, а пошто је држава колонизовала „свет живота“, умешала се у економски живот супротно либералним очекивањима, и уз пуна уста приче о „сервисирању грађана“, донела правила по којима су „неки једнакији од других“; е, кад, она у том претера онда ће ју стићи заслужена казна јер ће „становништво престати да верује да држава одржава интересе свих чланова друштва. Препознаће у њој представнике интереса владајуће класе, а тада ће друштвена стабилност бити угрожена“ (Вратуша-Жуњић, 2000:26).

Али, еквилибриј који Хабермас успоставља теоријски, логички је поткопан исказаним очекивањем да би „друштвеноеинтегративна сила солидарности требало да буде у стању да се потврди насупрот 'силама' обеју преосталих ресурса регулисања, новца и административне моћи.“ Одустајући од „класне анализе“ Хабермас „испушта“ и шансу за претњу силом која би, заиста, могла да два „ресурса регулисања“ погура ка солидарности. Тако успостављена национална структура на крају XX века губи тле на „глобалном плану“ где доминира „тзв. технократска фракција буржоазија транснационалних компанија, заинтересована за неолибералну стратегију слободног приступа ресурсима и тржиштима свих националних држава“ (Вратуша-Жуњић,

2000:28). Тако модификована буржоазија је у начелу „непријатељски расположена према државној интервенцији у привредне токове“, али постоји неизбежан изузетак, кад она „тражи заштиту властитих инвестиција војном силом државе и савеза држава у којима су сконцентрисана седишта транснационалних компанија“ (Вратуша-Жуњић, 2000: 28-29).

Хабермасов еквилибриј, на крају, стоји као „чардак ни на небу ни на земљи“: јер на Западу је на делу друштвени поредак који са демократијом из „златног доба“, оне „која је постојала у време јачања буржоаске 'јавне сфере' у Европи у XVII и XVIII веку“ има мало везе. „Иако је [тада] учешће у јавној сфери било допуштено само имућном свету и припадницима високог друштва, Хабермас је веровао да је оно садржало снажан критички потенцијал, јер је то било први пут да се квалитет аргументације сматрао важнијим од статуса особе која је излагала. Тада је настао принцип 'публицитета', у коме је тежња ка разуму и истини била важнија од тежње ка личној добити, а појам јавне сфере и 'јавног интереса' осигуравао је разголићење корупције и доминације“ (Берг, 2007:151). Хабермас се на пепелу „феуделизоване јавне сфере“, што је учинак продора комерцијализације, тривијализације и гламуризације у демократску комуникацију подигао *теорију уравнотежене комуникације*, што се темељи на „идеалној говорној ситуацији“ која подразумева „да би људи могли да комуницирају на равnoj нози, без ограничења“ (Берг, 2007:152). Реч је, наравно, о моделу за који ни измислилац не верује да би се могао игде и икад примењивати, али Хабермаса сматра да је тај логички конструкт макар „корисна мера различитих врста комуникационих ограничења и дисбаланса који не јављају у стварном животу“ (Берг, 2007:152). Што би и била да Јирген Хабермас свој приступ није испразнио и од „утопијског набоја“ (Катунарић). Али, за овакво време кад се на „огромном тржишту серијски стварају клутура и потрошачке навике“, кад „велики листови већ врше своју улогу комуникацијске фабрике: праве одливке духова у униформним калупима“, кад се „један за другим, на друштвеној сцени јављају уопштени типови бирократа, интелектуалаца, потрошача: мисли и осећања постају стандардизована“ Антонио Грамши је говорио да је „тенденција ка конформизму ... распорстрањенија и дубља него што је била у прошлости; стандардизација начина мишљења и деловања достиже националне, или чак континенталне размере“ (Московиси, 1997:41). У Хабермасовом случају, а што је са Грамшијеве тачке гледишта било тешко замислити, достиже и интерконтиненталне размере.

8. Злочин „кич-човека“

„Комуникацијске фабрике“ раде на принципу задовољавања најнижих укуса и тривијалности. Једну од најдуховитијих алегоријских прича о “одливцима у униформним калупима“ и „новом новинарству“ написао је Марк Твен (1835-1910) под насловом „Чудновати стихови“. Текст се завршава овако: „Зашто сам написао овај чланак? У часној, па чак и племенитој намери. Да бих опоменуо тебе, читаоче – ако случајно наиђеш на те немилосрдне стихове бежи до њих, бежи од њих као – од куге!“ Али, неће се имати где побећи. Долазило је такво време да су се новинама које се нису умарале озбиљним расправама и тешким чињеницама – широм отварала врата.

Дакле: „Да ли би читалац био љубазан да баци поглед на следеће стихове и да види може ли наћи у њима ма шта шкодљиво?“, почиње прича. Ево: */Воз већ трком јури. /Кондуктер се жури./Путник возњу плаћа./И карте се лаћа./Карта бела – возња цела./Карта жута – пола пута./* Рефрен: */Воз већ јури све се пуши./Док кондуктер карте буши./*

Наишао сам на те ритмичке стихове у неким новинама, ту скоро, и порчитао сам их двапут. Потпуно су ме освојили истог тренутка. За све време доручка вртели су ми се по мозгу, а кад сам најзад савио славет, нисам знао да ли сам нешто јео или нисам“ (Твен, 1986:22). Те „луцкасте“ лудости се човеку уврте у мозак, па му онемогуће да пише наставак романа на коме је радио, пратили су га на путу са „пречасним парохом“... На крају је зараза прешла и на велечасног, који „погледа очима без сјаја, дубоко уздахну и рече без одушевљења, некако несвесно: */Путник возњу плаћа и карте се враћа./* Срце ми се стеже и рекох себи: Јадник, јадник! Сада је и њега спопало“ (Твен, 1986:24). И кад човек крене на сахрану у Бостон прати га *то*, он је на сахрани а *оно* му је у глави... „Како сам га [јунака приче] спасао луднице? Одвео сам га на један универзитет у близини и натерао га да сав терет стихова који су га прогонили изручи у уши јадних, лакоумних студената. А како ли је њима сад?“ (Твен, 1986:27)

Адорно је овакве предмет „културне индустрије“ називао пародијом катарзе и пародијом естетског искуства. А ова јака сатирична слика сугерише моћ тривијалности коју је капитализам подигао на ниво „нове вредности“ и савременом човеку додао још једну (пара)димензију: кич човека [*Kitsch-Mensch*]. Тако је Херман Брох назвао људско биће, “корисника лошег укуса“, које пролази кроз живот безумно јурећи искључиво „угодне, допадљиве и заслађене утиске“. Брох је утврдио да је „суштина кича у

заменавању етичке и естетичке категорије; он (савремени човек, прим. С.Р.) не жели да ради 'добро' него 'лепо', стало му је до лепог ефекта“ (Брох, 1970:51). Иако се језик кича често ослања на „речи из свакодневне стварности – не слика свет 'какав је стварно', него 'какав желимо или не желимо да јесте“ (Брох, 1970:51).

Разматрајући „феноменологију кича“ Лудвиг Гиц је тврдио да „у кичерском човеку као извори кич-производа сагледавамо специфично изневеравање слободе“. Новинарство је стварњу кич-човека дало солидан допринос. Уосталом и кич и новинарство су настали на ободима уметничке аутентичности. „Кич, шунд, превасходно у употреби код слика, пореклом из Минхена. Кад је овде англоамеричким купцима нека слика била прескупа, наручивали бисмо њену скицу, *a sketch*. Одатле је настала реч кич, најпре у уметничким круговима седамдесетих година“ [мисли се на 1870-те] (Гиц, 1979:23).

Без обзира на сву лакоћу баналности која иде уз кич, Брох је према том стању духа и друштва био крајње одређен, критичан. „Онај ко ствара кич није човек који ствара уметност ниже вредности, није онај који не уме ништа или уме сасвим мало“, напомиње Брох и каже да „њего уопште не треба оцењивати естетичким мерилима: он је недостојан човек, он је злочинац који жели радикално зло“ (Брох, 1970:55). А кад је у кичу већ „нашао“ зло, Брохова консеквентност постаје једна од најдраматичнијих опомена ризика замене етичке категорије естетичком облогом; јер, „кич [ће] бити зао не само у уметности, него у сваком вредносном систему који није пуки систем имитације“. То је већ увид у дубине кич-друштва које свакако превазилазе размере уметности, то је већ регистровање кича у самом крвотоку модерног друштва, „јер ко дела само ради лепог ефекта, ко не тежи ни за чим другим до за задовољавањем афеката како му може пружити тренутно одахнуће у 'лепом', дакле радикални естет, неће се устручавати да за *такво постизање лепоте употреби свако средство* (курзив С.Р.); то је онај гигантски кич какав је приредио Нерон са ватрометом запаљених хришћанских тела у својим баштама, при чему је сам свирао на лаути – а Нероново честољубље се није узалуд испољавало у области глуме“ (Брох, 1970:55).

Спомињање Нерона сугерише време декаденције друштва, историјски поодмакло време „опадања Римског царства“. А „свако доба распада вредности било је у исти мах и доба кича“, тврди Брох. „Распад антике у доба римских царева стварно је кич, а садашња епоха, налазећи се на крају процеса услед којег се распала средњовековна слика света, такође *мора бити* (курзив С.Р.) репрезентована оним што

је у естетичком погледу зло. Јер, епохе коначног губитка вредности почивају на злу и на страху од зла, а уметност која хоће да буде њихов очигледан израз мора бити и израз зла које је делатно у њима“ (Брох, 1970:55). У том добу где је све тако очајнички приземно и с ону страну етичког „живот је постао несхватљивији но икада пре“ (Брох).

Аналогије Лиуса Мамфорда са "здрављем друштва" Римског царства у опадању свакако су од користи за сагледавање кич-стања данашег друштва. "Они који су подигли моћ Рима били су присиљени да прошире границе Царства: њихов страх од инвазије као и њихове све веће обавезе да штите своје путове санбдевања и извора хране и сировина довеле су до сна о универзалном политичком пројекту" (Mumford, 1988:230). Идеја о универзалном политичком пројекту је, идеја иза које се крије панична потреба очувања status quo. Друштво без рата - друштво грађанских слобода, правде и одсуства угњетавања и терора "није никада остварено" (Мамфорд), али се јесте моћно римско друштво расточило, а у одсуству велике идеје "тисуће Римљана (је) стварало планове и уроте... подносиле добровољно изгнанство и своје дане испуњавале досадним јавним пословима... Ти римски функционери обављали су своје дужности упркос тешкоћама и досади, сећајући се у часу смрти хладних али утјешних мисли што се приписују час Зенону из Китиона, час Теренцију или Вергилију... *Човјек сам и ништа људско није ми страном*" (Mumford, 1988:230). Таквој држави није остало ништа друго него да да "грађански облик свом паразитизму“ - заувек познатом *Panem at circenses*.

У "свету обмане" читав живот је претворен у спектакл, који гледан из циркуских шатри и арена "као и у данашњој Америци није познавао квантитативних граница" (Mumford, 1988:233). И: "баш као што данас 'прави живот' за милијуне људи постоји само на телевизијском екрану, док су све непосредне манифестације живота другоразредне, помоћне и готово бесмислене, тако је и за Римљане цијели тај континуитет представа постао нешто обавезно: *Представа се мора одржати!* (...). Потреба за оваквом масовном разонодом постајала је утолико јача уколико је остали живот био испразнији. Чак је и интелектуални живот Рима, никад толико јак као у грчким градовима, одавао сличну празнину и испразност. Премда Рим није дошао дотле да уведе квизове, које телевизијски гледаоци толико воле, људи су се занимали за слична испразна питања: Колико је људи веслало на Енејиној галији? Шта је Сципион појео за доручак прије него је поразио Картажане?" (Mumford, 1988:233-234). Мамфорд је ово писао почетком 1960-их кад је телевизија била релативно далеко до "Великог брата" и поплаве све распуснијих "ријалитија", али је знао да је "стара

хеленска култура 'здрoвoг духа у здравoм тијелу углавнoм без духа која је служила само надраживању властитoг тијела' и живјела паразитски на властитoј моћи" (Mumford, 1988:236).

У шунд-стварности су “доминантне категорије суђења, допадања, насупрот категоријама расуђивања, критике, рационалитета, естетског“, констатује Ђокица Јовановић у свом есеју „Кич уместо стварности“. Он сматра да кич-друштво, уместо рационалне политике и културе, репродукује „политички мит [који] не подразумева било какву слободу политичког става. Нарочито не подразумева слободу медија, за 'политичке технизаторе' медији су окосница демагошке обраде колективне воље према ексклузивном олиграхијском интересу“ (Јовановић, 2002: 115). Цитирајући Матеја Калинескуа (Matei Calinescu) који кич изводи из естетичке равни он сугерише да „га ваља схватити социолошки као врсту *идеолошке диверзије* (курзив – Ђ.Ј.). А схваћен као лажност и диверзија, не захтјева ли кич такођер и етичко разматрање?“ Јовановић сугерише суштину да „јавно изречена порука је читљивија као кич-порука, јер је саображена мерилима осредњости, јер су та мерила, *no lens volens*, доминантна величина у укупној суми моћи разумевања друштва, тачније, просуђивања о јавним стварима“ (Јовановић, 2002: 116-117).

Конкретизујући овај теоријски дискурс Јовановић је, у једном другом свом раду „Политика, култура, кич“, указао да је „без поетског, одбацивањем научне ригорозности, неприхватањем критичке позиције, а употребом језика којим треба извршити емотивну (афективну) колективну мобилизацију и који је моделован тако да је саображен најједноставнијим принципима масовне културе (уз коришћење језика популарне науке) *створен моћан, широк и сугестибилан кич-амбијент* (курзив С.Р.) у којем ће се производити културни и политички кич, као основне културне и политичке идеологије у Србији“ (Јовановић, 2000). Србија је овде само део једног кич-мора које запљускује и подрива саме стубове демократске екумене и чији шумови онемогућавају да се сагледају размере наше угрожености. То је на трагу онога што је Лудвиг Гиц звао „специфична бестидност кича“ (Гиц, 1979:112). Што би значило истицање дубинског ризика друштва које мекоћа кича анестезира и онемогућује му да се ефикасно брани. А грађанин и друштво би, да би успоставили ефикасну одбрану, морали схватати: „Није кич тако суштински бестидан због случајних еротских асоцијација што их буди нека кичерска разгледница, већ због оне дубоке бестидности која скаредно негира *тегoбну дијалектику слобoде чoвeкoвoг бићa*. Нешто слично би се могло рећи и за остале често

спомињане предикате кича као што су сладуњавост, јефтиноћа, плиткост, глупост, наметљивост, мемљивост итд. Све ове карактеристике темеље се на начелној неистинитости кича“ (Гиц, 1979:112).

Гиц као и Брох тако упозоравају на непримерену олакост у гледању на кич у савременом неолибералном друштву. „Утолико је извођење кича од 'праоца лажи' Сатане, наиме од учења о наследном греху, какво се јавља код католичког моралног теолога Егентера (Richard Egenter, „Kitsch und Christenleben, 1958), ма колико испрва изгледало варварско-теолошким, ипак далеко исправније од анализе кича окренуте ка објективном поређењу, којом се баве многи историчари уметности. Пуко описивање естетских мањкавости, што произилази из поређења, заобилази питање заснованости кича, док теолошке расправе одговор на ово питање траже одвећ дубоко, наиме у (грешном) бићу човековом“ (Гиц, 1979:112-113). Новинарство ће, наравно, у свом најпретежнијем делу имати приступ „пуког описивања“: с једне стране, мањкавости које кич репродукује, али у својој „жутој продукцији“ – коју ће јурњава за профитом подићи на доминантан принцип – то ће бити пуко описивање кич-стварности. Тако уроњено у кич, новинарство ће и само постати део – кич грађевине. Херман Брох је то уочио у периоду који се по кич-размерама не може поредити са данашњим добом. Како наводи Гиц, он у стилу репортажа уочава „модерни анти-естетизам“ као „повратак у раван кича“. „Броху је запала за око на 'примитивна натегнутост' којом се изналазе факта у репортажама. Оно што је 'изузетно' претвара се, на романтичарски начин, у 'константно догађање', 'етаблира се галамцијско-херојски свет крцат победоносношћу претвореном у кич'. 'Владајући принцип избора и поред све објективности којој тежи носи печат неисказиве лажности'“ (Гиц, 1979:97).

9. *Анти-интелектуализам је постао моћ*

Крајем XIX века, у време успона кича, Џон Стјуарт Мил (1806-1873), класик либералног погледа на свет, који је као и његов отац Џејмс веровао „да је потребно подстаћи јавно мњење“, говорио је да је „више претварања и хипокризије потребно за бављење књижевношћу, а *поготово новинама* (крурзив С.Р.), него што треба власнику бордела“ (Бригс, Берк, 2006: 277). Мил је можда претеривао због личне огорчености – много више је очекивао од „слободне штампе“ него што је она могла да даје – али време ће неумитно показати да утилитаризам води правилу да „публици треба дати оно

што тражи“, па биле то младе заводљиве жене или одређени тржишту прилагођени профил „водећег часописа у Европи“, како се тада говорило за лондонски „Тајмс“.

Тржиште, технолошки прогрес, улазак маса на историјску сцену мењају дотадашњу скалу друштвених и културних вредности. „Роман, чији се обим од три тома, колико је писано почетком века, смањивао, нестаће деведесетих година XIX века! И даље, међутим био је главна књижевна врста, али Гисингу и Хенрију Џејмсу (1843-1916), великим америчким романописцима који су живели у Енглеској, чинило се да сада новинари преузимају иницијативу, (курзив С.Р.), с тим што иза њих стоје сумњиви издавачи.“ Ирац, британски историчар В.Е.Х. Леки (1838-1903) описао је тадашње стање у две реченице: „Књижевни таленат претвара се у прах и апсорбује у дневној и недељној штампи. Мислим, да никада није постојала земља или време када је толики број изванредних књижевних талената био толико посвећен писању дела која су у исто време и анонимна и ефемерна“ (Бригс, Берк, 2006: 271).

Успон новинарства као све профитабилније капиталистичке продукције тек ће дати за право Лекију, умном ирском повесничару, иначе озбиљном критичару демократских токова и тенденција пред почетак XX века (познато дело из 1896. *Democracy and Liberty*). После Џонатана Свифта, Данијела Дефоа, Чарлса Дикенса, Балзака, Достојевског, који су на различите начине писали за новине, тек је долазила поплава „изванредних књижевних“ и научних талената чије ће се знање и умеће преподобљавати за потребе новинске публике – од Марка Твена и Емброуза Бирса, Ернста Хемингвеја и Дос Пасоса, Џорџа Орвела, Иље Еренбурга, Карела Чапека, Албера Камија, Жан-Пол Сартра, Џона Штајнбека, Нормана Мајлера, Маркеса, Апдајка, Енцесбергера... Списак се никад не би могао употпунити, а морао би да се шири на филозофе, социологе, па хемичаре, генетичаре, кибернетичаре, правнике, историчаре...

Године 2001. кад је овај докторанд боравио на Дјук универзитету на специјалистичком курсу „Медији и демократија“ од Аријела Дорфмана, познатог чилеанског дисидента и чилеанског и америчког писца, чуо је костатацију: да је у Америци немогуће радити значајан интелектуалан посао уколико аутор није способан да оно на чему ради – у било којој научној области од астрономије и математике, до социологије и историје – не може да изложи тако да се прича може објавити у „Њујорк Тајмсу“. Лични утисци не морају бити права мера знања, али свакако јесу одраз

погледа на свет друштва и профила његових интелектуалних потенцијала за дошљака са Полипериферије (мада СФР Југославија се по културној и политичкој отворености образовног система мора вредновати другачије) делује – поражавајуће. За „Њујорк Тајмс“ се у другој половини XX века, вероватно може рећи нешто слично што се мислило и говорило за лондонски „Тајмс“ у XIX веку, али „Тајмс“ из тог доба није био оквир за науку и књижевност тог доба, односно прагматизам XIX века се свакако не може мерити са инструментализованим утилитаризмом XX века. Та последица је резултат друштвеног стања у коме сваки „пројекат“ мора бити претворив у практични инструмент који се може неком продати онако једноставно као што произвођач лопата или сијалица мора да следи зов тржишта. Шта радиш? Чему то служи? Ако финансијер не види јасан пут до брзог повратка уложеног новца са високим профитом можете добити само једно уљудно: Хвала, овај пут нисмо заинтересовани! Научном ризику трагања морају се маргине скинути на минимум, култура је пожељнија што је кичастија, новине су боље што су таблоидније.

Шта мора бити сушта карактеристика друштва које има такав тренд вредносног система?

Кратак одговор је анти-интелектуализам западног друштва, а објашњење је мало компликованије.

Пре свега, нема сумње да је у другој половини XX века водећа нација западне цивилизације постала америчка нација. Оно што је Вудро Вилсон започео уласком у Први светски рат, коначно је реализовао Делано Рузвелт, и период после Другог светског рата ће се сигурно звати *Pax Americana*. Друштво на чијој моћи је успостављен тај светски поредак има своје специфичности у односу на европске корене: у посебности хришћанских заједница, у специфичности капиталистичке продукције, у профилисању демократских институција, у успостављању најконсеквентније „индустрије културе“.

Апологети тог друштва ће истаћи као његове велике вредности индивидуализам, необуздани прагматизам, неупитни прогресивизам, наглашено истицање слободе, правде, истине и – истоветности шанси за све Американце. Деценијама подизани пропагандни механизам (у економији, политици, култури, религији) претворио је те вредности у слогане за притисак и колико год све то у реалности не би могло да издржи ни здраворазумску критку, оно иде даље, све мање се

обазујући на несагласност са гравитационим силама друштва, са основама западних и верских моралних принципа, на крају стиже до сукоба са сопственим прокламованим слоганима. Шта омогућава овакво кретање са очигледним отсуством страха од будућности која може бити голо насиље, одсуство правила – јер стара правила се и у земљи и на међународном плану демонтирају, а „нова“ обично важе само за неку конкретну акцију – сукоб, у коначном досегу на жртвенику би се могла појавити и америчка демократија, која је – колико год да је особена па и антидемократска у изворном европејском смислу – ипак, вредност и за западну цивилизацију и за модерни свет. Дакле, оно што се појављује као „тачка ослонаца“ *American Way of Life* је – анти-интелектуализам. (Појам смо дефинисали у првом делу ово поглавља.)

Кад је Ричард Хофстатер, шездесетих година, објавио студију о анти-интелектуализму, откриће је било и важно и опасно. Аутор је свестан осетљивости поруке у „уводној напомени“ написао да „упркос лепези документраности на многим странама ове књиге, овај рад нема значај формативне историје, него је лична књига, чији су фактографски детаљи организовани и степеновани према мојим погледима“ (Hofstadter, 1963:vii). Нема сумње да је Хофстатер, који је био интелектуалац *par excellence*, знао да су све важне књиге [од Аристотела и Платона до Лока, Хобса, Русоа, Канта и Хегела] плод индивидуалног талента, знања и напора у датим друштвеним околностима, али он је био директно инспирисан „анти-интелектуалном климом 1950-их“, најдиректније „макартизмом“ и знао је да у „слободној земљи“ не ваља претеривати са употребљавањем слободе. Пошто је макартизам, после лудистичког претеривања, већ био у одступању, Хофстатер је добио и значајно признање – Пулицерову награду.

Човек који је Американцима указао на њихов анти-интелектуализам био је и награђен, али то је, ипак, земља чији председник [реч је о Двајту Ајзенауеру] поводом синдикалних активности у његовој земљи „такозваним интелектуалцима који иду околу и доказују како су лоши сви који се не слажу с њима“ одговара досетком-дефиницијом коју је „чуо“ ту негде. За америчког председника 24. септембра 1954. интелектуалац је „човек који користи више речи него што је потребно, да би рекао више него што зна“.

Рекло би се да амерички председник, у ствари, представља друштво коме требају интелектуалци који „иду околу и доказују како су сви који владају“ - добри, а

да се критика исказује фразом – да ће бити и бољи, а све да би они могли да наставе да раде онако како већ раде. Хофстатер подсећа да је тако шта управо директно супротно оном како је појам *интелектуалац* промовисан у Француској, у време „Афере Драјфус“ (1894) када је велики део интелектуалне заједнице због пресуде засноване на недоказаним оптужбама Алфреда Драјфуса „ушао у идеолошки свети рат против француских реакционара“ (Hofstadter, 1963:38). Унеколико је другачија ситуација са појмом *интелигенција*, који се усталио од половине XIX века и што је изворно значило – бити слободна професија – али он је ускоро носио конотацију опоненства режиму. Објашњавајући улогу француских интелектуалаца у „Афери Драјфус“ Виљам Џејмс је у једном писму из Европе писао: „Сви ми 'интелектуалци' у Америци морамо се чувати наше неупитности над драгоценим индивидуализмом и слободом од институција [црква, војска, аристократија, краљевство]. Свака велика институција у принципу значи корупцију – ма шта добро да чини. Само се у слободном односу поједница може наћи пуни идеал“ (Hofstadter, 1963:38).

Хофстатер је тврдио да је природа америчког анти-интелектуализма циклична, а да је он као суштина америчког бића успостављан већ у сфери религијског. Пошто је Америка претежно протестанска земља, и нека врста слободног ловишта за разне мисионаре – који су стално у ситуацији или да се уздигну и постану велики и друштвено битни или да пропадну – онда је сасвим логично да ти „рибари људских душа“ желе да имају посла са „лакшим пленом“: „Много је теже радити са образованим људима, са култивисаним умовима и предиспонираним скептицима, него са необразованим“ (Hofstadter, 1963:103-104), говорио је Чарлс Фини, знани протестантски проповедник, један од главних носилаца Великог буђења у првој половини XIX века, масовног покрета „оживљавање вере“.

У бизнису су ствари биле много једноставније. Анти-интелектуализам је ту настао као природно стање околности. „У Сједињеним Државама, где је влада много мање подржавала уметност и знање него у Европи, култура је увек била зависна од приватног покровитељства... Позиција критичких интелектуалаца у таквој једносмерности је крајње непријатна“ (Hofstadter, 1963:236). С једне стране, у интересу свог рада и преживљавања уметник се мора везивати за Гугенхајме, Карнегије, Фордове, Рокфелере, а с друге стране га притишћу „високи принципи“ и изазов слободе: „Интелектуална и уметничка слобода подразумева слободу да се критикује и процењује, разара или другачије креира; али дневне потребе интелектуалца

или уметника су да буде запослен, да има протежеа, донатора – тј. човека из бизниса“ (Hofstadter, 1963:236).

Ситуација се за интелектуалца у „тржишној слободи“ додатно компликује чињеницом да бизнисмен има пред собом толико пружених руку, да би неког ко би се истицао непослушношћу свакако прескакао без много размишљања. У америчком капиталистичком систему „бизнисмен је свуда; он пуни кофере политичких партија; он је власник или контролише утицајне новине или агенције масовне културе; он седи у управним одборима универзитета и школа; он покреће и финансира културна догађања; његов глас доминира у свим собама где се доносе реалне одлуке“ (Hofstadter, 1963:235). Последица тога је да Америка више воли „експерте“ него интелектуалце европског профила. По Оксфордском речнику из 1980. *експерт* је „особа специјалистичких знања, вештина или тренинга“. Експерти се не баве целином, њих не муче моралне дилеме, они ће своја знања претварати у критички приступ само ако наручилац пројекта на коме раде то од њих тражи. Хофстатер ће као илустрацију узети опис из једног текста фебруарског броја магазина „Атлантик мантли“ (Atlantic Monthly) из 1902. године, у коме се објашњава да професор колеџа мора бити „експерт који зна све о железници, мостовима, метроу; о продаји гаса и снабдевању електричном енергијом; о валутама и банкарству, о тарифама на Филипинима, граничним линијама Венецуеле, индустрији Порторика, о класификацијама сервиса грађана, контроли трастова“ (Hofstadter, 1963:206). Осим што експертизам вуче на регистровање обиља факата и изражени позитивизам, разлика између интелектуалца и експерта носи једну врло битну *differentia specifica* која се намеће још од „Афере Драјфус“. Наиме, интелектуални напор би подразумевао латентано постојање ризика углавном неуобичајеног за свакодневна правила понашања.

Интелектуалне одлуке и поруке, у битним и преломним друштвеним ситуацијама, носе конфронтацију са основним друштвеним токовима, ризик и од правних санкција и линча гомиле. У „Афери Драјфус“ Емил Зола је то демонстрирао показно. Свој *«J'accuse»*, што ће се претворити у спомен запањачке несебичности за општу ствар, наслов је његовог чувеног чланка који је објавио дневник „Ороп“ 13. јануара 1898. који је био отворено писмо француском председнику Феликсу Фору: Зола је због сумњивог и неоснованог хапшења капетана Алфреда Драјфуса оптужио владу за антисемитизам. Месец дана касније, велики писац је због клевете осуђен на

годину дана затвора. Побеглао је из земље, а кад се вратио годину касније Драјфусова казна је поништена, две личности из афере су побегле и извршиле самоубиство.

Много је компликованије било пола века касније кад су се два велика научника нашла у прилици да буду – интелектуалци. Улог је био већи од Драјфусовог, радило се о односу према оружју које може да уништи човека. Реч је о чувеном сусрету Нилса Бора и Вернера Хајзенберга на почетку Другог светског рата. Сам Хајзенберг је говорио како ће га свет памтити због „само две ствари“: „Један је 'принцип неодређености', а други је моја мистериозна посета Нилсу Бору у Копенхагену 1941“ (Cassidy, 2000:28). Прво је његово експертско достигнуће једног од највећих физичара века, а друго – интелектуални напор. С друге стране, амерички историчар Дејвид Кесиди, разматрајући 2000. године „историјске перспективе Копенхагена“, написаће да је „тешко знати по чему свет сада памти Хајзенберга. Али ја могу да кажем да је оно што се памти његов значајан допринос креирању квантне механике... у чему је 'принцип неодређености' само један сегмент; и његова водећа улога у немачким истраживањима нуклеарне фисије за време Другог светског рата, у чему је посета Копенхагену 1941. само једна манифестација“ (Cassidy, 2000:28).

Вернер Хајзенберг је тог новембарског дана 1941. дошао у окупирану Данску као значајан научник у организацији Немачког бироа за културу и пропаганду. Годинама касније он ће говорити да су они тада „видели отворен пут испред себе који води до атомске бомбе“ (Cassidy, 2000:31). И Хајзенберг је закуцао на врата старог пријатеља с којим је претходних година већ водио етичку расправу. Две године касније, Нилс Бор је успео да изађе из Данске. Прешао је океан и у Сједињеним Државама се у Лос Аламосу, Нови Мексико, придружио Роберту Опенхајмеру који је радио на производњи атомске бомбе. Њихов рад је практично примењен у Хирошими и Нагасакију. Бор се после рата вратио у Данску и до смрти се ангажовао на пропаганди за мирнодопску употребу нуклеарне енергије.

А онда ће 1958. аустријски писац Роберт Јунгк у својој књизи *Brighter than a Thousand Suns: A Personal History of the Atomic Scientists* (Сјајније од хиљаду сунаца: Персонална историја атомски научника) једним питањем „подсетити“ да је и у оно зло ратно време 1941. Хајзенберг ишао да с Бором разговара о етичности учествовања у таквом пројекту: Да ли физичар има морално право да ради на практичној експлоатацији атомске енергије? Наравно, радило се о „експлоатацији“ у вези атомске

бомбе као могућем оружју које би било употребљено у текућем рату, а које носи ризик уништења света. Разик каквог никад пре није било.

Велом магличасте недоречености обавијен је тај сусрет. У интервјуу магазину „Шпигл“, 1967. Године, Хјазенберг је одговарао и на питања да ли је после рата разговарао с Нилсом Бором о оном сусрету 1941. Цитат: “Године 1947. британски официр који је бринуо о нама у Гетингену, одвео ме је у Копенхаген, и провели смо цело вече у сеоској кући Нилса Бора у Тисвилду, разговарајући о том догађају. Обојица смо имали утисак да је тај разговор 1941. отишао у лошем правцу. Бор ми је 1947. рекао да га је моја изјава да ми знамо да је могуће направити атомску бомбу потпуно шокирала. (...) То га је толико пореметило да даље није чуо шта сам му говорио. Касније 1943. у Америци Бор је њима рекао: Немаци знају да је могуће направити бомбу...”

Шпигл: ... и то је убрзало рад на бомби у САД?

Хајзенберг: Не. Одлука о томе је већ давно била донесена.

Шпигл: Ви сте већ знали консеквенце те одлуке, за њене практичне последице, јер док сте били у интернацији у Фарм Холу чули сте на радију о употреби америчке бомбе у Хирошими. Како, гледајући уназад, процењујете улогу атомских физичара у овом догађају?

Хајзенберг: Научио сам да се научна открића употребљавају не само из добрих разлога, него и за страшне ствари. И ми морамо настојати да избегавамо такве последице!

Овом делу приче претходило је питање да ли је Хајзенберг 1941. заиста хтео да Нилсу Бору сугерише „да се немачки и амерички физичари могу тајно сагласити да не производе бомбу. Да ли је то био покушај да се то изгура до одлуке моралне природе?”

Хајзенберг: Историја тога је да смо ми у Немачкој изненада видели да је пут ка атомској бомби, у принципу, технички остварив и та ситуација је за нас била страшна. Ми смо имали неограничено поверење у Нилса Бора као једног од водећих атомских физичара, а његови људски савети су били за многе од нас питање суштине ствари. На жалост, при овом сусрету ми нисмо могли да разговарамо.“

10. Одлазак џентлмена са јавне сцене

Ствари су у Центру стигле дотле да ни питања истинског ризика од самоуништења земаљске кугле и људског рода не може да изазове интелектуални одговор који би се издигао изнад партикуларних деструктивних интереса. Не само да није могућ одговор, него се такво питање не може ни покренути а да га друштво озбиљно прихвати и да оно произведе адекватан одговор на изазове. Ту од помоћи више не би био ни Емил Зола.

Кад је о политици реч, анти-интелектуализам има дугорочне последице које су, у крајњој инстанци, круна целог тренда. Хофстатер је то сликовито приказао – као одлазак џентлмена са политичке сцене. Он „осниваче Америке“ оцењује као људе од интелектуалног интегритета, научнике, веома култивисане, образоване и из класичних наука. Њихово државничко и политичко понашање било је потпуно подржавано њиховим знањима историје, политике, права. Али већ двадесетих година XIX века Америком је завладао дух тврде практичности, такав да је Џонс Квинси Адамс могао у председничкој трци да победи Ендрју Џексона, а тај догађај „симболише то шта Америка јесте и оно шта постаје“ (Hofstadter, 1963:158). Ту велику драму једног друштва које је расло као квасац, народни певач из Нове Енглеске сажео је у двостих, коме су сва додатна објашњења сувишна: */John Quincy Adams who can write,/ And Andrew Jackson who can fight./* На енглеском се ови стихови, наравно, римују. */Џон Квинси Адамс који може да пише, /и Ендрју Џексон који може да се туче./*

Годину дана пошто му је изашла књига *Anti-intellectualism in American Life*, где је теоријски и уздржано критички оцењивао „демократску политику“ Хофстатер је у „Харперс магазину“ објавио текст „Параноидни стил у америчкој политици“ који ће ту слику употпунити, оживети и учинити рељефном – и скицирати правце куда све то води.

Параноидност о којој говори Хофстатер, инсистирао је он, није клиничка дијагноза, него служи да сликовито сугерише непрестану борбу „добра“ и „зла“ у америчкој политици. То није обична историјски константна борба за власт у којој се укрштају људски интереси и уобичајени аргументи. И то није везано за одређену врсту

америчке политике – леву или десну – него је то суштина америчке политике, то је основа њене динамике. Хофстатер је подсетио на те „циклусе“. Почетком XVIII века по Америци су „егзорцисти“ хистерично тражили (Баварске) илуминате. „Ова паника је део опште реакције на Француску револуцију“ (Hofstadter, 1964). Наравно, да би у томе активно учествовао прост народ који тешко може да запамти и како се конкретни Сотона зове, онда се ту морају појавити чајеви који „ослепљују или убијају кад се пошкропи лице“ и слична опасна средства.

То са илуминатима се није честито ни стишало, кад је 1820-их и 1830-их Америком затутњао антимасонски покрет. „Слободни зидари“ су кривљени да су оданији својој организацији него својој земаљи, јер имају своје право, своје обавезе и казне - до казне смрћу. То води великом и непрестаном сукобу - демократије и тајних друштвених сила.

Обичан Американац ни овај пут није успео да предахне кад су стигли нови тајни непријатељи – језуити. С.Ф.Б. Морз, човек који је пронашао телеграф, писао је 1835. о плановима који се већ остварују јер „ми смо већ нападнути на рањивом делу где нас не могу одбранити ни наши бродови, ни наши ровови, ни наша војска“ (Hofstadter, 1964). А „нападаци“ су аустријски канцелар Метерних и језуитски мисионари, који су се спремали да Хабсбурге инсталирају као царе Сједињених Држава. Протестантизам је улазио у битку бити-или-не-бити с римокатоличанством. Тако ће се 1836. појавити књига извесне Марије Монк „Страшна објава“ [*Awful Disclosers of Maria Monk*] од које је у америчкој историји једино била читанија „Чича Томина колиба“ Харијет Бичер Стоу. Књига ове непознате Канађанке, католкиње, сведочила је о страшним злочинима католичких часних сестара у Монреалу. Марија је то, по том запису, све проживела и видела. После ће се испоставити да је страшно сведочанство било плод необуздане фанатазије особе која је имала озбиљне повреде мозга као дете. Али чињенице, наравно, неће имати никавог утицаја на суштину параноидности америчке јавности и политике.

А тек је стизао – комунизам. Тек су ту фантазмагорије могле да расту као планине. Кад је Рузвелт покренуо „Њу Дил“ – угрозивши слободни капитализам и владу поставио изнад приватне својине и недодирљивости приватних интереса – није било сумње да је дошло време убачених „совјетских агената“, што су бивали и председници и државни секретари попут Џорџа Маршала, а наравно и научници,

уметници. Експертски систем је томе дао свој немерљив допринос. То више нису биле обичне гласине и неконтролисана хистерије. Све се сада ради употребом научних техника. Макартијев памфлет из педесетих година *McCarthyism* од 96 страна има 313 фуснота. Кад је Роберт Х. Велч, који је поуздано знао да „комунистички утицаји држе под контролом нашу владу“, завршио своју студију о Ајзенауеру *The Politician*, књига је имала сто страна библиографије и белешки. Хофстатер је говорио да је параноја десничарског покрета „парада експерата, студијских група, монографија, фуснота и библиографија“ (Hofstadter, 1964). Све то онда незаустављиво иде даље, па је дело Арнолда Тојнбија, у ствари, фабијанска завера шефова енглеских лабуриста, што је, кад се добар експерт мало загледа, само сенка у којој може да дела илуминтски научни протеже – Освалд Шпенглер (Hofstadter, 1964).

Значај ових чињеница је у томе што је у XX веку Америка хегемон у западном свету, у светском Центру. У овом раду као битна чињеница за промену карактера медија узет је и процес анти-интелектуализма који је у другој половини века постао друштвена чињеница која је истиснула интелектуално и интелектуалца са јавне сцене евро-атлантских капиталистичких друштава. „Хоћу да сведочим на улици, јер сам интелектуалац и јер мислим да веза народа са интелектуалцима, која је постојала у деветнаестом веку – не увек, али онда кад је било, дала је добре резултате – треба данас поново да буде успостављена. Већ педесет година како су се народ и интелектуалци подвојили; сада треба да се сједине“, говорио је 21. октобра 1970. Жан-Пол Сартр „са једног бурета, преко гласноговорника, пред доста малобројном публиком“, а одбијајући да се појави као сведок на суђењу свом пријатељу из Пролетерске левице. „Он је радије пошао да говори радницима у Баланкуру, него да пред буржоаским судом игра додељену му конвенционалну улогу“ (Де Бовоар, 1984:18-19).

Сартр је већ тада припадао врсти „последњих мохиканаца“ у западноевропском капиталистичком свету у коме је „читава модерна европска књижевност – говорим о књижевности протеклих четристо година – изграђена на концепту *интелектуалног поштења* (прим.С.Р.) или ако вам је милије, на *Shakespeare*-овој максими: 'Према самом себи буди искрен.' Прва ствар коју тражимо од писца јест да не лаже, да каже шта заиста мисли и заиста осјећа. Најгора ствар коју можемо рећи о умјетничком дјелу јест да је неискрено“ (Orwell, 1977:137). Век иза нас је ту „најгору ствар“ кроз процес индустријализације културе и претварања уметничких дела у „масовну робу“ усвојио

као нормалност. Искреност и аутентичност су постале сувишне. Управо та чињеница је нешто што ће обележити културно стварање.

Џорџ Орвел (у серији текстова о тоталитаризму, пропаганди и књижевности на Би-Би-Сију у мају и јуну 1941) сагледао је дубину глобалне капиталистичке кризе констатујући да је „ово доба тоталитарне државе која не допушта и вјеројатно не може допустити појединцу било какву слободу“. Победнички поход САД после Другог светског рата обележен је поништавањем смисла за реално сагледавање „стања ствари“, па се на Орвелове, Фромове, Шумпетерове и сличне опомене гледало као на „интелектуалне егзибиције“. „Кад споменете тоталитаризам, одмах помислите на Њемачку, Русију, Италију, али мислим“, упозоравао је Орвел 1941, „да се морамо суочити с могућношћу да тај феномен постане опћесвјетски. Очито је да раздобљу слободног капитализма долази крај, и да једна држава за другом уводи централизовану економију коју можете звати социјализмом или државним капитализмом, како више волите. Тиме престаје економска слобода појединца, а у великој мјери и његова слобода да ради што воли, да сам изабере свој посао и да се слободно креће гдје жели. Све донедавна импликације тога нису се предвидјеле. *Никад се није у потпуности схватило да ће нестајање економске слободе имати икаквог одраза за интелектуалну слободу*“ (Orvell, 1977:138). (прим.С.Р.) Победничка пропагандна кампања која се шири као плина од 1945. којој је озбиљност давао „хладни рат“ који је започео одмах, учиниће да све ово три деценије касније Џон Кенет Галбрајт „открије“ као прикривеног Левијатна у „новој индустријској држави“ (Galbraith, 1970).

Галбрајтова генерација „недисциплинованих“ мислилаца уочиће и друге елементе друштва „корпоративног капитализма“, а о којима је говорио Орвел. „Постоји неколико битних разлика између тоталитаризма и свих ортодоксних система прошлости, било у Европи, било на Истоку. Најважније је да се ортодоксни системи прошлости нису мијењали или барем нису мијењали брзо. У средњовјековној Европи црква је диктирала што морате вјеровати, али вам је барем допуштала да задржите иста вјеровања од рођења до смрти. Није вам говорила да у једну ствар вјерујете у понедељак, а у другу у уторак... *Посебност је тоталитарне државе да контролира мисли, али да их не утврђује. Она успоставља неоспорне догме и мијења их из дана у дан* (прим.С.Р.). Њој требају догме, јер јој је потребна апсолутна послушност поданика, али не може избјећи њихове промјене које су узроковане потребама политике силе. Проглашава се непогрешивом, а истодобно напада сам концепт објективне истине“ (Orwell, 1977:139).

Жан-Пол Сартр је крајем шездесетих година прометејски покушавао да то стање својим експлозивним ангажманом учини јавним и јасним, али и да инаугурише нови, прилагођен интелектуалан приступ. Симон де Бовоар у познатом делу „Церемонија опроштаја - Разговори са Сартром“ наводи како су догађаји из '68 променили Сратров поглед: „Дотле је Сартр интелектуалца посматрао као 'техничара практичног знања' кога раздире противречност између универзалног знања и партикуларности владајуће класе чији је он производ: тако је он оваплоћивао несрећну свест, онако како ју је дефинисао Хегел; будући свестан те своје рђаве свести, сматрао је да тиме стоји на страни пролетаријата. Сада је Сартр увидео да ваља превазићи тај ступањ: *класичном интелектуалцу* супротставио је *новог интелектуалца* који у себи пориче интелектуални моменат и настоји да нађе нови народни статус; нови интелектуалац настоји да се стопи са масом зарад победе праве универзалности“ (Де Бовоар, 1984:11).

Европа, седамдесетих и осамдесетих, подносила је интелектуалце као „оваплоћење несрећне свести“, заклањајући се иза оне Де Голове досетке да Француска не сме да хапси једног Сартра, али „нова времена“ за која се Сартр борио свим својим бићем, не само да нису донела „новог интелектуалца“ него су сасвим маргинализовала и „класичног интелектуалца“. Мање консеквентна од Америке, стара Европа није најурила своје „птице ругалице“, али је по угледу на великог „либералстичког“ победника из рата, САД - а као јачање „зида“ према комунистичком победнику са Истока - градила механизме да оне певају на што даљној периферији друштва или да се укључе у хор који се посветио „Оди радости“. Кад се у *Le Monde* 10. фебруара '77. појавио чланак са Сартровим потписом према коме је „немачка социјал-демократија, од своје обнове 1945, један од повлашћених инструмената америчког империјализма у Европи“ и да искрени социјалисти треба „да се боре против германско-америчке хегемоније“, супростављајући се извесном прекрајању Европе“, (Де Бовоар, 1984:114) и њему блиски француски социјалисти су то доживљавали као велику непријатност; стари Сартр се и даље подносио али су се ефекти ублажавали анализом како „стил [којим је написан текст] није ни у чему био Сартров“ те да га је „заправо, написао Визије након једног разговора с њиме“ а да је искориштена Сартрова „понесеност навиком да увек каже 'да'“. Интелектуална недисциплина се у хиперуређеним друштвима доживљава као локализовани бацил куге.

Жан-Пол Сартр умро у априлској ноћи 1980. у париској болници „Брусе“. „Жискар д' Естен [председник Француске 1974-81] је изјавио да зна да Сартр не би желео националну сахрану, али да он нуди да плати трошкове погребња“ (Де Бовоар,

1984:140). Сартрови пријатељи су, разумљиво, одбили ту великодушност. Филозоф на одру је читав свој живот испунио доследном борбом против модерне инкарнације те институције. Д' Естен, као прави модерни политичар који „зна“ да треба учествовати у сваком великом спектаклу, ипак, није одустајао да на себе не пренесе нешто од те „субверзивне магије“: „Отишао је да се поклони сенима покојника“ (Де Бовоар, 1984:140). Било би нетачно рећи да је тог априла 1980. умро последњи интелектуалац, али није претерано устврдити да је у историју отпловио интелектуализам, који се родио у Европи и на кога је она била поносна. Овај рад доказује да је то било од јаког утицаја на карактер медија. Медији су сада могли да дигну и последње сидро које их је везивало за тло њиховог демократског слободарског настанка.

Да би показао антиинтелектуализам у медијима, инспирисан Хофстатовим капиталним делом, Дејн Клозен (Dane S. Claussen) је у студији *Antiintellectualism in American Media* (2004) анализирао садржаје америчких магазина - који би по природи ствари требало да су попуњавани најинтелектуалнијим садржајима у целокупној медијској индустрији. Плус, поље анализа му је било високо школство, срце интелектуализма у друштву. Он је утврдио да је њихов приступ „претежно анти-интелектуалан“. Медији уопште нису заинтересовани за суштинске елементе високог образовања: учења, знања, предавања, истраживања, распараве, развој мишљења, студије, писање. Колеци и универзитети су, по интерпретацији медија, места где се студенти баве спортом, забаваљају се, пију, користе дрогу, путују, упуштају се у некаве протесте, организовани су у братства и сестринства која носе некакве „закулисне радње“, перманентно производе сукобе с родитељима. Све су ово теме из области „лајања на звезде“, како је Милован Витезовић назвао самотражење младе генерације на маргинама едукативног процеса. Представа из медија је таква да Американац који није прошао високи образовни процес „тешко да може да има икакву идеју како то стварно изгледа“ (Claussen, 2011), а Американац са високошколском дипломом који би му о томе причао стално би морао да се извињава док га подсећа да је најважније на универзитетима, ипак, учење. Осим, ако и онај ко је студирао није толико подлегао медијској слици – да и он тешко да може да поверује да се уопште учило за време студирања. Нема потребе посебно подсећати да медији на сличан начин прате и остале важне области друштвеног живота – политику, економику, позоришта, литературу, астрономију... „Друштво спектакла“ комуницира на основу кодова који су и последица друштвеног стања, као и „машина“ за утицање на стварању таквог стања.

Кад је Дејн Клозен 2011. за магазин Асоцијације америчких универзитетских професора *Academa* писао *Кратку историју анти-интелектуализма у америчким медијима* он је поново истраживао садржаје већине магазина од 2005. усмеравајући посебну пажњу на „Тајм магазин“. Главни акценти у том периоду у текстовима и прилозима су били на пословној сарадњи америчких универзитета са страним универзитетима (из Уједињених арапских емирата, Катара, Кине, Индије), раст цена школарине, промене у државним програмима подршке, недовољна заступљеност мањина и сиромашних, повећање броја уписаних и – у десничарским публикацијама приговори необузданим либералностима у кампусима и неупотребљивост диплома.

Анти-интелектуализам у медијима одавно није проблем који би био последица формалне необразованости новинара, дакле, оних који производе неинтелектуалан садржај. Формално одговарајуће образовање данас има „готово 100 одсто новинара, а преко 50 одсто њих има журналистичко образовање“.

11. Параноидност политике и „жуто новинарство“

Анти-интелектуализма и параноидна политика су и нови елемент у новој незаустављивој продукцији такве параноидности – у масовним медијима. Сво то подгрејавано и неспутавано мишљење, везано (или невезано) за конкретне интересе моћних група или корпоративних организација постаје – вест. Новинари то претварају у „факта“ као висину температуре и брзину ветра у временској прогнози или број куршума који су нађени у изрешетаном телу Ал Капонеовог конкурента. Хофстатер наглашава да се „значајне промене могу трасирати такође ефектима масовних медија. Савремени ниткови су много животнији него њихови параноидни претходници, много су познатији у јавности; литература о параноидном стилу је богатија знамењем и много непосреднија у персоналном описивању и персоналним вређањима“ (Hofstadter, 1964).

Четири деценије касније позивајући се на Хофстатеров есеј из „Харперса“ професор журнализма на Колумбија универзитету Николас Леман (Nicholas Lemann) ће у свом тексту у „Њујоркеру“ (16. октобар, 2006) дати наслов „Параноидни стил – како теорије завере постају вести“. Савремене теме су ту разматране: пре свега 11. септембар 2001, па котроверзе око разарања трговачког центра у Њујорку, сумњиви

избор Буша млађег за председника САД, велика тема СИДА – како је настала болест и да ли постоји лек којим манипулише фармацевтска индустрија... Америчка јавност је параноиднија него икад. Причама о садашњим „скривеним силама које играју у светским релацијама“ не види се крај: све је више бескрајних заплета, неселективних чињеница, (зло)употреба „светог“ правила да се чује и друга страна. Све те веома разуђене и олако склепане теорије се мешају са озбиљним размишљањима и новинарство је ушло у стање које га удаљава од почетне улоге. „Теорије су постале вест и онда се о њима пишу вести“ (Lemann, 2006:98). То има несагледиве последице за новинарство које је стигло до те фазе. Наравно, последице су још убитачније по друштво које је у том стању.

Пошто теорија завере, у ствари и није никаква теорија, него у крајњој линији често пропагандна конструкција којом моћнији део друштва ућуткује оне који покушавају да слободније мисле о намноженим друштвеним недоумицама, које се деценијама не разрешавају те се тако претварају у живо блата неолибералног друштва. Мислиоци који покушавају да мисле изван система годинама се трпају у исти кош са „параноидним“ маргиналицима и ућуткују етикетама да је то „теорија завере“. Пошто се моћ углавном преселила у “бекстејџ” јавности а структуре изван система постају све утицајније на функционисање самог система онда легализовање „теорија завере“ у медијима добија свој смисао (Lemann, 2006). После пређене „линије раздвајања“ те „теорије завере“ почињу да генеришу саме себе. Да би та каша била што зачињенија људи као Хенри Кисинџер, најчешћи протагонист многих прича у сфери „теорија завере“, знају је духовито досољавати како „није ствар у томе да ли сам параноичан, него да ли сам довољно“ и више нико не може да успостави границу између реалних чињеница и систематски продукованих гласина, између реалног живота и пројектованог лајф-стајл бизниса; џет-сет одређује правила живота која немају никакве везе са стварношћу што само води перманентној друштвеној шизофренији; на крају финансијска спекулација се као небеска порука наметне као замена за стварно капиталистичко привређивање и свет се нађе на ивици амбиса.

Али, кад се новинари и сусретну са релевантним теоријама и озбиљнијим промишљањима друштвених релација онда медији показују размере сопственог анти-интелектуализма и утопљености у свеопшти хаос и дезорјентисаност. Дејн Клозен се ту позвао на Едварда Кодила и његово дело *Darwinism in the Press: The Evolution of an*

Idea (1989) који убедљиво доказује да „идеје и теорије нису лака тема за новине“. Кодил сматра да идеје „могу имати мало суштинских елемената вредних за вест... [Теорији] недостаје временска одређеност а и тренутни значај за публику... Иако теорији могу приличити све чињенице за свако време, она у себи не носи хитност, ауру догађаја-за-овај-тренутак, што вест посебно истиче. Непосредност је други уобичајени стандард за вест а што за идеју није важно“ (Claussen, 2011). Зато врло често вест истиче да је нешто „непоновљиво“, да „никад ситуација није била оваква“, да је све или „најбоље“ или „најгоре“, да се сваки статистички податак који се новинару учини важним и употребљивим претвара у „први пут“, „први на листи“, „последњи на листи“, „најгори резултат“, „најстарији народ“, „најмлађа популација“. У медијским каналима пренатрпаним информацијама на нешто се може покушати скренути пажњу само истицањима у суперлативима, што онај некад зацртани циљ „истину“ чини све даљим. Природа медија је „вештачка природа“ која се толико удаљује од реалности да у многим токовима престаје да се уочава шта је баш важно и друштвено релевантно.

„Чак и ако нека теорија уђе у процес претварања у вест“, закључује Кодил, „новинар још увек има проблем претварања те информације у 'вест'... [односно] претварања информације у тачно одређену вест. Прича о идејама и теоријама у старту губи могућност да не буде категоризована као 'меки' чланак или вест, односно да буде јака вест... То што је нека идеја важна не значи да је привлачна или интересантна по стандарду вести“ (Claussen, 2011). А вест је основна продукција, атом у новинарству. У њој су као у микрокосмосу садржана сва правила и законитости новинарства.

Кад се 1920-их година појавио радио – технолошко чудо преношења вести кроз етар – наставаљен је тренд успона анти-интелектуализма у демократским друштвима. У то време се одомаћује и појам – медиј. У развоју штампе већ је достигнута масовност утицаја. Већ је било јасно да је такав прогрес неодвојив од технолошких иновација, јасно усмерених на то да омогуће да *одређене вести* треба, због *одређених циљева* допремити до што већег броја људи. Технолошке иновације које су дотад биле у употреби – унапређење машина за штампање, прилагођавање папирног материјала за нове услове, хемијски проналасци који су већ омогућавали штампање у боји; телеграф који је још 1840-их био у комерцијалној употреби и омогућавао преношење вести без физичког транспорта хартије; а појавиће се и „покретне слике“ 1894. године – стварале

су основу за даљи развој медијске индустрије, али и одумирање (у почетку сегментарно) новинарства као делатности за производњу за демократију релевантних вести.

„Средства масовног комуникарања“ како се то тада већ зове удомиће се у атмосфери интензивне пропаганде која постаје стање ствари у западњачким друштвима. Већ је постало сасвим уобичајено говорити о обликовању јавног мњења. На дојучерашњу јерес је као смоквин лист стављена испражњена мешина „слободних медија“, смишљено је неколико еуфемизама и стигло се до утешног појма „креативне индустрије“. (Тако гласи наслов једне хрестоматије Џона Хартлија.)

”Златно доба новинарства“ је крајње релативан појам. По прогресивистичкој логици, која све што је било узима само за основу на којој се подиже ново, боље, савршеније – најбоље тек стиже, сутра, прекосутра, у будућности. Ако пратимо логику саме друштвене појаве „златно доба новинарства“ је доба највећег достигнућа либертеријанског концепта. Либерализам је суштина капитализма и његово врх је, вероватно крај XIX, време доминатног става капитализам и време демократије која још увек носи наду. Кризе капитализма још увек нису представљале светску катаклизму. После депресије из 1893. године постала је јасна потреба да се у новинарству повећају приходи, да се гомилају профити да би се опстајало на све непредвиљивијем тржишту. Пут је био јасан: повећати број читалаца и повећати приходе од огласа. Остало је само да се нађу начини. Промена која ће да настане везиваће се за два имена - Џозеф или Јозеф Пулицер (Joseph Pulitzer) и Виљем Рандолф Херст (William Randolph Hearst), а „проналазак“ ће бити означен незаборавним именом - „жута штампа“, тј. „жуто новинарство“. Новинарство је престало бити носилац друштвених идеја, остаје без истинске мисионарске улоге у којој мисионар верује у мисију и узвишен резултата и постаје – професија. Новине су постале индустријски погони, а производња новина индустрија. Али, прво да видимо како се то одиграло, па ћемо онда довести закључке и теоретизирати о последицама.

Јозеф Пулицер (1847-1911) родио се у Мађарској од оца Јеврејина и мајке католикиње. Мало је учио школу у Будимпешти, одбила га је аустријска војска због слабог вида, није га прихватила ни француска Легија странаца, те је седамнаестогодишњи Јозеф кога није држало место стигао у Америку. Свашта је радио. Утоварао бродове у Сент Луису, конобарисао, сахрањивао умрле од колере, а

онда једнога дана налетео на редакцију градских немачких новина *Westliche Post*. И он и његов послодавац одмах су открили да је млади Мађар „рођени репортер“. Џозеф Пулицер је, истовремено, мало студирао право, а и почео да учествује у политичком животу, па је 1869. као кандидат Републиканаца ушао у скупштину државе Мисури. Кад је „рођени репортер“ зарадио нешто новца 1872. је за 3.000 долара купио *Westliche Post*. Развијао је лист, а од 1877. писао и из Вашингтона кад се оженио нећаком Џеферсона Дејвиса, човека познатог као једини председник Конфедерације за време грађанског рата. Годину дана касније одвојио је 27.000 долара и купио друге локалне новине *St. Luis Dispatch* и од своје две новине направио *St. Luis Post – Dispatch*. За човека који је течно говорио немачки, француски и мађарски, а мучио се с енглеским, а да није био гоњен амбицијама Јозефа Пулицера, све би то били леви животни успеси. Међутим, 1833. Џозеф Пулицер купује *New York World*. Новине су губиле 40.000 долара годишње, а Пулицер у то време расипа енергију као члан Доњег дома америчког Конгреса. Легенда каже да је „рођени репортер“ рекао да „политика није за њега“ и бацио се на новинарство. „Ворлд“ је са 15 хиљада тиража отишао на 600.000 и постао највеће новине у Америци. Пулицер је налазио најбоље новинаре, доводио и стварао уреднике, смишљао дотад невиђене иновације... Могло је у историји бити и креативнијих издавача и уредника, али никад нико неће достићи славу и симболичку улогу Џозефа Пулицера. Пулицер је у новине увео боју – цртач Ричард Ф. Аутколт је за ту прилику измаштао *Yellow Kid-a*. По том стрипу ће се новине које су доносиле велике профите, чије су теме скандали, људске приче, сензације свих врста - назвати „жуте новине“.

Ипак, да Пулицеров живот не тече као бајка са неумитним хепи-ендом побринуо се Виљем Рандолф Херст (1863-1951). Херст је рођен у породици која му је дала све за шта је Пулицер морао да троши највећи део својих животних снага. Студирао је на Харварду, а отац му је 1887. оставио у наслеђе *The San Francisco Examiner*. И он је ушао у политику, али као човек Демократске странке. Кад је 1895. уз финансијску помоћ мајке купио *New York Morning Journal* имао је јасан циљ: престићи великог Џозефа Пулицера. Без обзира на количине новца то, свакако, не би ишло без личног вансеријског талената „пулицеровског типа“, што значи да је као што је дисао могао да налази сензационалистичке приче, да се не либи да лажира интервјуе или учествује у подстицању и најбруталнијих догађања. Јер против Џозефа Пулицера је требало много више од гомиле пара. Али паре су, ипак, биле одлучно оружје у том

рату. Херст је куповао Пулицерове најбоље људе, а као врхунац је било преузимање читаве „Ворлдове“ недељне редакције и плус – цртача који је створио стрип *Yellow Kid*. Кад се Џозеф Пулицер, као старији, упокојио Херст је несмањеном упорношћу и снагом наставио свој поход па је средином 1920-их био власник 28 дневних новина.

„Жуто новинарство“ је донело *индустрију вести*. То је прелазак од „мануфактуре“ на масовну, организовану, технологизирани, индустријску продукцију. Конфигуришу се сензационалистички наслови, репортери копају по најдубљим ранама и мрачним странама људског бића, фотографије заузимају све више простора на новинским странама, цртачи могу да дају машти на вољу, читаоци постају маса која се све мање информише а све више претвара у конзументе који „вашарима сензација“ (Егон Ервин Киш) желе да буду интригирани, плашени, па спашавани, завођени па остављани, да улазе на „забрањена места“, да обилазе светове које не познају, али који су тако поједностављено представљани да он и све разуме и налази своје место у томе. У књизи „Операција Билд“ чувеног немачког репортера истраживача Гинтера Валрафа цитирају се изводи из анализе Шпригеровог концерана о њиховом таблоиду, једном од најбољих производа те врсте: „Многи читаоци *Билда* теже свијету који је срећен, прегледан и схватљив... свијету какав се у *Билду* тражи и налази. (...) *Билд* испоручује читаоцу срећену и коментирани збирку онога што се у свијету дешава – и то у кратку, изразиту и одређену – и тиме га смирује спознајом да се човјек с овим свијетом ипак може суочити и схватити га.' И не само што се кроз новине схвата свет, него те оне воде кроз свет ка циљу који власник одреди. 'Утјецај и моћ ових новина, њихова храброст и одлучност, дјеломице безобзирно и брутално доживљена строгост и продорна снага омогућује читаоцу да се идентифицира с овим надмоћним нападачем и да у *Билду* доживи остварење онога што он сам никад неће моћи остварити“ (Рељић, 2011:110-111). Елемената који буде емоција има све више, а информације за рационално сагледавање времена у коме се живи, интерпретирају се као досадна места и представљају као безлични „обавезни састави“, они делови новина за које је Карел Чапек говорио да их нико не чита, али ипак морају да се штампају.

Наравно, пошто је политика концентрисана друштвена моћ она остаје највећи мамац, али се мора претворити у урнебесне теме, мора да се префарба „жутим“. Тако ће и врхунац сукоба Пулицера и Херста постати писање о шпанско-америчком рату који је у историјском контексту био очигледан знак опадања шпанске моћи и показни

пример успона Америке: у пролеће 1898. је на дневном реду било преотимање Кубе. Шпанци су већ изгубили једну поморску битку, њихови гарнизони на Куби су водили исцрпљујући рат „ниског интензитета“ са локалним побуњеницима. Америчка држава и штампа су неприкривено стајали против Шпанаца. А у оквиру америчког фронта водио се бескомпромисни „рат штампе“ за превласт на америчком тржишту, „крсташки рат“ Пулицерових и Херстових репортера. До у детаље су описивана убиства, словања, покољи, људске трагедије, „логори смрти“, „шпански канибали“. Опет, без обзира на тржишно надметање „на живот и смрт“, све је то на јавно мњење утицало на један једини истоветан начин: стварала се клима да Америка треба да се умеша и оконча сукоб на своју корист. Двесто репортера се јављало с Кубе. „Агенција Асошијетед прес закупила је цијелу флоту бродова које су у току борби на мору слободно крстариле по борбеној зони, игнорирајући ватру једне и друге стране, да би након сукоба заплвила пуном паром према најближој телеграфској постаји“ (Knightly, 1977:69). Тиражи новина су вртоглаво расли, баш и као бес Американаца према Шпанцима. Новинама се баш посрећило: радиле су за своју државу баш како је њој требало – стварали су се услови за њено директно уплитање у рат који није могла да изгуби, а и зарађивало се на тржишту као никад. Филип Најтли, један од најпоузданијих истраживача улоге штампе у ратним временима, утврдио је да су „наслови штампани све већим словима док слова висине десет центиметара, често црвене боје, нису заузимала готово цијелу насловну страну листа. Оно што су дописници јављали требало је да одговара насловима, па су неки од њих почели тако претјеривати да је један од уредника *New York Herald* изјавио како 'ондје преко постоји творница за производњу лажних вијести'“ (Knightly, 1977:69).

У то се најбоље, и на лицу места, уверио сликар Фредерик Ремингтон кога је управо Херст послао да цртежима прикаже крај једне супертиражне љубавне приче која је завршила смрћу младог Кубанца чији је „ланчић с крижем пао му укусо преко лица а крв из његових груди упијала је земља коју је хтио ослободити“. Редови које ћемо цитирати су незаобилазна епизода из историје „жуте штампе“: „Ремингтон није био нарочито одушевљен тим задатком, али кад је дошао на Кубу установио је да *свуда влада мир*“ (Knightly, 1977:68). (курзив С.Р.)

Али мир се више није могао толерисати. И онда је 15. фебруара 1898. амерички војни брод „Мејн“ који је био укотвљен у хаванској луци – експлодирао! То ће се после

испоставити као „амерички специјалитет“ - од „Мејна“ до Рачка, лажне приче о Садамовом оружју и каквих не сличних догађаја. То није могло без описа „ноћи без месечине“ у којој одјекне страшна експлозија на „Мејну“. До јутра је брод потонуо... Из воде је вирио само део олупине.

Шпанци су одмах саопштили да они с тим немају никакве везе и понудили – независну судску истрагу.

И ко не зна „случај Мејн“, данас зна америчку формулу понашања у датој ситуацији. Америчке власти су одмах одбиле независну истрагу и било какво тражење узрока, а америчке новине су истог трена без икакве задршке започеле кампању о „деловању тајних непријатељски паклених машина“. Њима је све толико очигледно и неупитно да се сви докази, питања, чињенице одбацују као смрдљив сир. Једино је важно бити досетљив професионалац и за наслове на првим странама правити приче које би могле да носе те „узлете на небо“. Ускоро ће се над читавом Америком – у новинама, на улицама, у холовима Конгреса све претворити у ратни поклич: „Не заборавите Мејн!“ И само решење је могло да се сублимира и ништа дужи слоган од описа узрока: „Шпанце у пакао!“

И ко не зна чињенице о догађају зна да је - тако и било.

Џозеф Пулицер и Рандолф Херст су за своје „услуге“ богато награђени. Било је периода кад су тиражи њихових новина досезали милион. Закључак узимамо од Филипа Најтлија: „Херстово одушевљење америчким побједама дошло је још више до изражаја у вријеме кампање за гушење устанка на Филипинима, која је вођена од 1899. до 1902. године. Масовним и беспошtedним убијањем америчка је војска десетковала становништво у многим пространим областима те земље. Било је оптужби како су трупе једном приликом добиле наређење 'да побију све људе старије од десет година' и како је Двдесети канзашки пук упао у град од 17.000 становника и побио све домороце, до последњег. Бранећи поступке који су најавили оно што ће, више од шездесет година касније, многи Американци чинити у Вијетнаму (Најтлијева књига „Прва жртва“ објављена је 1975. прим.С.Р.), Херстов је *New York Journal* написао: 'Слаби треба да се склоне у кут и ондје остану... Ми ћемо господарити Азијом као што смо господари у властитој кући. Успоставит ћемо у Азији агентуру истински америчког покрета за слободу“ (Knightly, 1977:72).

12. Шта новинар треба да (не)зна

„Златно доба новинарства“ ће из своје сирове снаге и наддруштвене моћи породити потребу за утемељењем новинарства у сферу друштвеног естаблишмента: ту су већ биле велике паре, ту се концентрисала све већа друштвена моћ, ту су већ успостављене везе с најмоћнијим политичким и бизнис структурама, сад су већ с тим на располагању они из нижег друштвеног статуса, а у новинарству, могли да – брже него остали слојеви – крену у силовит вертикални успон на друштвеној лествици...

Било је време да се друштвено утемеље новинарство и професија новинар. Тај друштвени статус се осваја „легалним, законодавним и моралним аргументима“. Јер, да би се професија признала „она мора да обезбеди контролу над *когнитивном базом професије*. То значи да (1) велики део езотеричног и релативно устаљеног знања савладају сви који ће се њоме бавити и (2) да јавност прихвата професионалце као једине способне за пружање професионалних услуга. Обезбеђујући контролу над својом когнитивном базом, професија успоставља монопол на професионалном тржишту“ (Солоски, 1993:77).

Професија има статус групе којој је прва дужност *алтруистички сервис*, „служење народу“, јер су традиционално услуге многих професија прихваћене као „универзална добра, доступна свима који за њима имају потребу“. Успостављена професија „обезбеђује контролу над когнитивном базом и стандардизацију професионалне обуке, оснивањем професионалних школа у оквиру колеџа и универзитета“ (Солоски, 1993:77). Пред почетак XX века новинарство је испуњавало све услове да постане професија.

Али, шта је ту недостајело да све моћнија групација која је производила и продавала вести не буде хорда богатих неотесанаца? Школа! Професионална школа је била логичан и једино могућ пут у естаблишмент. Стандардизација знања и понашања која ће да „уведе ред“, што је увек циљ сваког поретка. Интерес је увек обостран. Моћна група жели да се етаблира, друштвена структура настоји да подведе под контролу новонасталу моћ и сузбије њене субверзивне потенцијале. „Индустрија вести“ била је спремна да се споразуми са универзитетима за учење будућих професионалаца. На коме је било да повуче потез? На истом оном генију који је кренуо

са друштвеног дна и до савршенства довео механизам и технологију нове штампе – моћне али у естаблишменту презрене „жуте штампе“.

Џозеф Пулицер је 1892. ректору Универзитета Колумбија у Њујорку Сету Лову понудио новац да отвори – прву школу новинарства у свету. Шта је тих година могао да учини несретни ректор пред понудом човека чије су бескрупулозности, неспутаност, подилажење најнижим страстима у људском бићу згражавали „фини свет“ у Сједињеним Државама? Морао је да одбије ту понуду. Тек је нови ректор Николас Мари Батлер могао да прими тај велики новац (2 милиона долара) за школу новинарства, а и да утемељи изузетно престижну награду која се додељује у 21 категорији. Остварено је то 1912. године, али тад то више није било „за Гиниса“: прва школа новинарства већ је отворена у Мисурију 1908. године. Школа на Колумбија универзитету, без обзира на закашњење, постаће једна од најугледнијих на свету. Џозеф Пулицер је у часу остварења те своје велике намера већ почивао на Вудловн гробљу у Бронксу. Био се повукао из јавног живота, ослепио, кад га је задесила смрт на његовој јаhti у луци Чарлстон крајем октобра 1911. године.

„Пулицерово чедо“ постаће омиљени избор будућих генерација. Кит Виндшатл (Keith Windshuttle), уредник часописа *Quadrant*, моћи ће 1995. написати да се на више од 20 аустралијских универзитета студије комуникације и медијске студије најпопуларније међу хуманистичким и друштвеним наукама. „На неким универзитетима уписати се на медијске студије тешко је као добити место на праву или медицини“ (Windshuttle, 2000).

Учење новинарства се, иначе, показало као доста неподесна област за академска истраживања и теоријска проучавања (Итјул, Андерсон, 2001). Због своје директне везаности за „политичке послове“ и грубе зависности од адвертајзинга што лимитира слободу погледа на економска кретања и бизнис, због бруталног притиска фаланги које се подводе под мутни појам „ПР“ – због лобистичких наговарања и уцењивања, новинарство не може да се издвоји као „теорија књижевности“ или „социологија култура“, на пример, и да се јасно утврђеним методолошким радњама о њему сазнају суштинске ствари. Изучавање новинарство је на границама многих предмета истраживања, а само по себи је скуп вештина и техника које се не да лако смислено и функционално уопштавати. Тако рецимо, за оног ко се стварно разуме у то делање, најбоља дефиниција *вести* јесте она која објашњава да је то оно до чега се не

долази јасно одређеним и прецизним путем, већ да добра вест углавном зависи од талента оног ко је уочава и пише и његовог професионалног инстинкта и искуства (Итјул, Андерсон, 2001).

У сваком добром уџбенику о „писању вести“ постоји и сегмент који носи наслов „уреднички и новинарски инстинкт“ или колоквијално, новинарски: „Нањушити причу.“ То је сублимат најважнијег елемента, јер искусни новинари истраживачи, како каже познати амерички новинар из Сијетла Даф Вилсон „трагају за обрасцима и догађајима који другима можда не би пали на памет. Настојимо да идемо уз ветар и следимо своју интуицију“ (Итјул, Андерсон, 2001:331). „'Сви ми верујемо предосећању', каже Џек Андерсон, један од врхунских новинара-истраживача у земљи (САД, прим. С.Р.), аутор колумне 'Вашингтонски рингишпил' коју објављују многе новине. 'Исукуством развијате осећање за ствари. Након извесног времена, схватите како функционишу по кварењаци. Реагујете на начин на који неки сенатор устаје или проповеда. Много пута сам рекао својим новинарима: Ово треба пратити, оно треба проверити“ (Итјул, Андерсон, 2001:334). Професионалац Андерсоновог ранга „упозорава да се на основу неког интуитивног осећаја не сме закључивати пре него што се оконча истраживање“. Треба бити флексибилан, живот је пун изненађења – мало око тога што се истражује, а мало и око могућих последица. Зато: „Немојте доносити одлуке пре него што пред собом будете имали све чињенице, каже он. Својим новинарима саветујем да никада не доказују причу. Дођите до чињеница, па ми онда реците шта оне доказују“ (Итјул, Андерсон, 2001:335).

Свођење вести на чувену формулу „5W“ (Ко, Кад, Где, Како и Шта - „W“ долази од првог слова ових одредница на енглеском језику) никад неће од доброг извршиоца направити право професионалца, новинара. Прво, није свака информација тако формулисана – вест. Друго, кад је нека информација заиста вест професионалац ће „осетити“ шта се и како наглашава, подвлачи, повлачи у други план, прећуткује; на крају новине су одређеног обима – не иде све што је вест у новине – а ако већ нешто иде у јавност одлучује се где ће оно бити стављено, како ће бити опремљено, од колико речи ће бити састављено, којем ће се новинару дати да то пише. А над свим тим вештинама индивидуа – новинара и уредника – стоји издавач, индивидуа или нека организација који живи свој живот предузетника баченог на тржиште или укотвљеног у одређене политичке и друштвене констелације, повезаног са неким уметничким

круговима. Изнад тог људског елемента су тзв. „објективне околности“, време у коме се вест прави, утицаји владајућих идеја, конституција политичких система, економски успони или падови, и наравно – технолошки прогрес, који нека технолошка помагала производи по поруци, а нека друга намеће и друштву, и људским јединкама, и новинарству.

Због свега тога изучавање медијске сфере је суочено са сталним „сиромаштвом теорије медија“ (Windshuttle, 2000). Тако се студије новинарства могу свести на три карактеристике. *Прво*, новинарство је усмерено на *извештавање о истинама* о ономе што се збива у свету. „Новинари одлазе у друштво, изврше увиде о томе шта се дешава и шта се говори, и о томе извештавају озбиљно до мере до које је то могуће“ (Windshuttle, 1995). Они све то проверавају, усклађују и, у принципу, позивају се на своје изворе. Новинарство се, дакле, ослања на реалистички поглед на свет и употребљава емпиријску методологију. *Друго*, новинари имају *моралну одговорност* према својим читаоцима, слушаоцима или гледаоцима. Сви остали нису у његовој обавези – запослени у његовој кући, оглашивачи; он неће служити држави (својој или туђој) нити неким другим моћним чиниоцима, него само обавези да информише своју публику. Према том начелу, мера успеха новинара је његов однос према својој публици, односно обрнуто. *Треће*, новинара мора да краси таленат за писање. То значи да његове поруке морају бити јасне и граматички и језички на одређеном новоу. У земљама енглеског говорног подручју носилац стандарда за добар енглески је ББЦ, на пример.

Наравно, да сва ова „знања“ примењена без неопходних прилагођавања, у судару с реалношћу, њиховог znalца претварају у несрећног Дон Кихота. Новинарство није једина област у којој теоријска знања у пракси производе груба трења. То је проблем знања које се стиче ван грубе реалности: али мало има области изучавања о којима на факултету научена знања нису ништа друго до дијалектичка супротност реалности. Или да будемо блажи: „у стварности ове *три карактеристике* се обично могу узимати тек као потпора да се ствара нека врста имплицитне позадине пре него да се тврди да су то реални принципи новинарске едукације“ (Windshuttle, 1995). Све то ствара неку врсту „интелектуалне шизофреније“ између професора и студената журналистике и теорије медија уопште.

И медијска индустрија све је мање заинтересована за решење тих контрадикција. „У ствари, амерички медији – иако су у послу са информацијама и адвертајзингом – ипак, су нека друга индустрија у којој се релативно често дешава да неко не буде запослен зато што има 'вишак квалификација', јер по мишљењу менаџера (који воде посао) има сувише високе универзитетске дипломе“ (Claussen, 2011). Са становишта њима постављених задатака и пословних циљева то је сасвим рационалан приступ, јер они имају на уму само како да масовна публика постане још масовнија и да онда задовољавају што шири и што суженији просек. Некадашња друга мерила, која јесу у неком другом времену била саставни део новинарства - а то је да се лист, уредник, новинар угледају на највиша професионална достигнућа – данашњи менаџери уопште немају на уму. Они нису ни оспособљени да тако мисле, а и ако би неко успео да достигне тај ниво био би му само сметња. Клозен констатује да је највећи број америчких медија „тако анти-интелектуалан да уопште нема, а не може ни имати свест о томе колико је анти-интелектуалан. (У ствари, нема више ни покушаја да се упоређује с другим редакцијама, као што је, на пример, британски *Гардијан* – једна од интелектуалних новина за масовну публику с ону страну Атлантика“ (Claussen, 2011).

Клозен јесте у праву кад америчким медијима нуди као пример европске медије, али амерички утицај на Европу у другој половини XX века је имао такве последице да је и европски-интелектуалних новина све мање. И поменути *Гардијан* који истрајава на свом путу, из године у годину, доживљава драматичне тржишне ударе. „У елиптичном коментару у марту 2004. године Алан Расбрицер, уредник *Гардијана* – сведок опадања тиража својих новина за тридесет до четрдесет хиљада сваке године, углавном због одлуке *Индепендента* и *Тајмса* да прихвате неке таблоидне особине и тако повећају продају – написао је да је његов 'прави радикални удар' био стварање најпопуларнијег вебсајта дневних новина, поставивши тако *Гардијан* на позицију 'стуба новинских издања на интернету'. Наставио је: 'Знате, чује се аргумент да је ова дебата о величини дневних новина једнака причама на палуби Титаника...'“ (Лојд, 2008:157).

Време ће, врло брзо, показати да су те „приче“ биле основане. Наравно, и за оне који су покушали да се табуидизују. *Тајмс* је наставио да опада, *Индепендент* је, у смртном ропцу великих дугова, постао власништво контроверзног руског олигарха. Алан Расбрицер је наставио своју борбу, добијао симпатије забринутих либерала, и то је можда успоравало пад, али га није зауставило. Овако корпоративно и друштвено

етаблирана професија а и само новинарство озбиљно губи поверење јавности. Стивен Барнет, професор комуникација на Вестминстерском универзитету износи да одговор на питање „Колико верујете следећим (професијама) када кажу да говоре истину?“ показује да је у периоду 2003-2008, у Великој Британији, највише пало поверење у новинаре. Док су лекар, учитељ, полицајац, судија, синдикални повереник или локални посланик губили од 1 до 12 одсто поверења за пет година – ТВ-новинари су падали и 31 проценат, а они из озбиљних листова за 22 одсто. Професор констатује да су се на табели поверење у друштва новинари сместили „између продаваца половних аутомобила и продаваца некретнина“ (Barnett, 2008).

13. „Корпоративни професионализам“ као судбина

У смислу друштвене функције сама професионализација у новинарству је дефинитивно укапања неких знања у капиталистичку продукцију у којој ће се, временом, као врховни принцип успоставити профит. На први поглед, изгледа да пошто професија „служи народу“, њено установљење носи „конфликт са профитном мотивацијом пословних организација“, али показаће се да у суштини да „алтруистичка и анти-профитна природа и професионализма има тенденцију да замагли близак однос између професионализма и капитализма“ (Солоски, 1993:77). Италијански социолог М. С. Ларсон (Margali Sarfatti Larson), аутор класичног дела *Professionalism: Rise and Fall*, утврдила је да се не може успоставити контрола над професионалним образовањем и монополизација професије на тржишту уколико „идеологија професионализма није тесно повезана са идеологијом капитализма“. То је посебно постало уочљиво у доба „преласка капитализма из либералног у монополски... И бирократске пословне организације и 'професионализам' припадају истој историјској матрици: консолидовани су почетком двадесетог века као различити, али ипак комплементарни модуси организације рада“ (Солоски, 1993:78). Промена природе капитализма променила је одлике професионализма. „Корпоративни професионализам“ носи принципе успостављања односа (над професионалцима) „одозго“ чешће него „са“ (професионалцима), а што за последицу има јачање контроле послодаваца. „Нови професионализам“ укида и помисао на алтруистички сервис, „комерцијализује разумевање професионализма“ и „слави могућност остваривања бизнисом орјентисани сервиса експерата који одмеравају богатство клијента“ (Muzio, 2011). „Корпоративна

професионализација“ доводи у питање „старе“ механизме функционисања, мења њихову улогу а и укида неке „старе професије“.

Новинарска професија подложна је двама врстама контроле: прво, успостављају се стандарди и норме понашања, а онда, у специфичном систему, где запосленима управља менаџмент као тело из друге професије – детерминише се професионални систем награђивања и напредовања, према коме је успостављена „професионална хијерархија... да би се наградили успешни професионалци – која обезбеђује веће плате и виши ранг, али не и проширење надлежности или менаџерска задужења“, тако се новинари награђују неком врстом статуса и илузијом „веће професионалне слободе“. „Корпоративни професионализам“ ће професију кротити и тако што ће тзв. системом звезда, где ће наградама ретким појединцима стварати привид о бољем класном статусу професије него што она стварно јесте. Извесна специфичност новинарске професије је што „до новинарске каријере води неколико образовних путања. Новинарство се стога не може ослонити на контролу професионалног образовања за постизање когнитивне стандардизације... новинари заправо (за разлику од рачуновођа или инжењера, на пример; прим.С.Р.) формирају *когнитивну базу*... или кроз формално професионално образовање, или образовање у пракси, или што је најчешћи случај, комбинацијом оба“ (Солоски, 1993:78).

Стандардизација „медијским кућама минимизира проблем одржавања контроле над новинарима“. Читава контрола се претвара у иманентан део система, што како је утврдила Геј Такман, не захтева свестан напор „да новине легитимишу и подржавају постојећи политичко-економски систем“. Најважнија професионална норма је *објективност*. Наиме, одржавање тог високо постављеног принципа подразумева да се новинару стандардизованог знања допушта да процењује вести (*news judgement*) и да он има могућност избора извора и акредитованих места за извештавање (*news beats*). Новинари су обучавани да саопштавају чињенице „избалансирано и непристрасно“ што чини, како је уочио један амерички аутор, да се „новинари претварају у фото-копир машине које једноставно снимају свет, уместо да га вреднују“. Овако стандардизована конструкција са наглашеним правилом „да се чује и друга страна“ избегава ризик од којег се нису спасле новинарске организације на европском Истоку у социјалистичко време, јер „докле год медијске организације извештавају објективно,

јавност, новинари, купци рекламног простора и власници медија не виде монополску контролу на тржишту као проблем“ (Солоски, 1993:79-80).

Геј Такман (Gaye Tuchman) је утврдила да су новинари не-идеолошки, у смислу, да се у извештавању не ослањају на неко идеолошко схватање заједничко свим члановима професије (Такман, 1993). Али „будући да је за новинаре постојећи политичко-економски систем природно стање ствари, прво место у потрази за изворима информација јесте друштвена структура моћи“ (Солоски, 1993: 80). Кад информације долазе с тих места природно је да медији „подржавају“ *status quo*.

Табела бр. 7 Основне особине „корпоративне професионализације“ упоређене са „традиционалним“ моделом

	СТАРИ „колегијална професионализација“	НОВИ „корпоративна професионализација“
БАЗА ЗНАЊА	Ослонац на апстрактна знања;	Копродукција знања са индустријом, ситуациона знања, фокус на компетитивност;
ТРЖИШТЕ	Статутарне одредбе <i>via</i> краљевских повеља;	Тржишне одреднице <i>via</i> корпоративна пракса (тендери и опуномоћни процеси);
ЛЕГИТИМИТЕТ	Легитимисан кроз јавну корисност;	Легитимисан кроз тржишне вредности;
КОМПОЗИЦИЈА АСОЦИЈАЦИЈЕ	Индивидуално чланство; Једносмерна структура;	Индивидуално и организацијско чланство; Чланство структуре на више нивоа;
ОДНОС СА ДРЖАВОМ	Лиценцно/регулисан однос од стране државе;	Без лиценци/регулације; оснивачки акти као уговори (значајних) акционара/корисника сервиса;
ОДНОС СА КЛИЈЕНТОМ И ПОСЛОДАВЦЕМ	Односи на дистанци;	Близак ангажман;
ЈУРИСДИКЦИЈА	Национална ;	Међународна;

Извор: Muzio D, Hodgson D, Faulconbridge J, Beaverstock J, Hall S (2011) Towards corporate professionalization: The case of project management, management consultancy and executive search, *Current Sociology* 59 (4) 443-456, 2011

Професија носи у себи довојство између професионалних обавеза новинара и потреба медијске организације, али „ради даљнег ограничавања дискреционог понашања новинара, медијске куће утврђују *информативну политику*“ (Солоски, 1993:81). Појам којим се код нас то означава – *уређивачка политика* – тачније дефинише реалност. Упостављена уређивачка структура функционише на полувојном хијерархијском принципу – главни уредник је главнокомандујући а уредничка екипа контролише и усмерава избор тема, истраживачки рад, завршну форму – а и сама је под перманентним и неизнијансираним притиском менаџмената. Џон Солоски тачно описује то стање: „Професионалне норме као и информативна политика прихваћени су од новинара и само у ретким случајевима су у оквиру редакције предмет неслагања“. Корпоративна организација убрзано гаси и последње романтичне визије професије и тако формативна професија новинара „има за последицу такво извештавање које не угрожава ни економску позицију појединих информативних кућа, нити целокупни политичко-економски систем у коме оне делују“ (Солоски, 1993:83).

14. Новинарство у кризном времену: дебата Липман-Дјуџи и Раселово упозорење

Кад се формализује процес професионализације онда јесте тема редефинисања места нове професије у друштву. За осветљавање тог дела процеса већина америчких аутора се, на различите начине, враћа нечему из 1920-их година што се назива *Lippmann-Dewey Debate*, а што није догађај ["it was never, in fact, debate" (Schudson, 2008:1031)], него последица деценијског настојања двојице утицајних људи да се у преломном времену укаже на изазове демократије и улоге штампе/медија и новинарства у том процесу. Свет се после Првог светског рата драматично променио, капитализам је ушао у нову фазу, демократија је постала "масовна" што ће (како смо већ приказали у Другом поглављу овог рада) поставити низ питања њеног функционисања. Мењала се и друштвена улога штампе. Ако је она дотад служила, поједностављено речено, да носи прогресивне идеје "новог друштва" и била гласноговорник буржоаских демократских револуција и подршка либералној демократизацији друштва, сада је - посебно после историјског "инцидента" са Октобарском револуцијом 1917 - долазило време одбране *status quo-a*.

Иако ће у интерпретацијама 1980-тих Волтер Липман бити оптуживан за "непријатеља демократије" ["enemy of democracy", (Schudson, 2008:1031)] тих 1920-их се, пре свега, тражио ефикасан и што сигурнији пут у тектонским променама друштва.

Два човека, чија су мишљења у интерпретацијама често драстичније суочена ["дебата је постала канонска", (Schudson, 2008:1031)] него што су они у доба кад су мислили и писали видели те разлике, представљали су два различита приступа и по својим годинама и по томе из које друштвене групе су долазили и по улогама које су имали. Тих 1920-их Волтер Липман (1889-1974) је био у тридесетим годинама свог живота, новинар, коментатор, председников саветник и писац његових говора, Џон Дјуџи (1859-1952) је у својим шездесетим, професор Колумбија универзитета. А обојица су суочена са добом "кад расте вера у фундаментално ирационалну природу човечанства и дилеме да ли демократија може постати нешто више него вођење масе и демагогија" (Bybee, 1977). „Дебата“ је започела 1922. објављивањем Липмановог класичног дела *Public Opinion* ("Јавно мњење") које ће професори новинарства и комуникација означавати као "књигу основа модерног журнализма"(Schudson, 2008:1033).

Иначе, енглески појам *public opinion* настао је у XVIII веку, а изведен је из француског *l'opinion publique* који је сковао писац незаборавних „Есеја“ Мишел де Монтењ два века раније око 1588. године. А тек ће Џереми Бентам (1748-1832), оснивач енглеског утилитаризма развити концепт *јавног мњења*: он је сматрао да јавно мњење може да утиче на владаре да управљају друштвом остварујући "*the greatest happiness for the greatest number*" („највећа срећа за највећи број људи“) (Грлић, 1983:43). На те пионирске опаске тек ће у XX веку стићи директинија разматрања. Фердинанд Тенеис (1855-1936), немачки социолог, инсистира на супротности *Gemeinschaft* (заједница) и *Gesellschaft* (друштво) . Та његова подела прати Хегелово разликовање грађанског друштва од породице: у *Gemeinschaft* спадају, по Тенеису, „породица, пријатељи и верски односи“. То су природни односи. *Gesellschaft* обухвата „пословне односе, универзитет, државу“ (Риз, 2004:844). Тенеис је закључио „да се оно мишљење за које се тврди да представља јавно мњење целокупног друштва може сматрати групном вољом. Противљење таквом мњењу тумачи се као нелојалност“ (Риз, 2004: 844) Тенеисова *Kritik der oeffentliche Meinung* објављена је 1922. године. Исте године објављена је Липманова много популарнија књига *Public Opinion...*

Волтер Липман (1889-1974) био је човек великог искуства. За време Првог светског рата, као млад и угледан новинар, постао је саветник председника Вудра Вилсона. Био је нека врста коректива председнику у односу на рад Крилове комисије

која је у току рата спровела велику пропагандну кампању која ће променити историју Америке. Наиме, председник Вилсон је тада ангажовао велике новинске потенцијале, новинаре, уреднике, пропагандисте, уметнике, научнике да „наговоре“ Американце да њихова земља упркос географској удаљености од окрвављене Европе, уђе у тај рат. Тако су Сједињене Државе од бивше провинцијалне европске колоније у успону постала светска сила, а њен председник једна од кључних личности у постратном прекрајању „лице света“. Методе, кадровске структуре, технике рада, координација пројекта Крилове комисије потанко су описани у књизи *How We Advertise America*, коју је по обављеном послу саставио Џорџ Крил. (О томе смо писали у Другом поглављу овог рада.)

Липманова улога у односу на Комитет за јавне информације (тако се званично звала Крилова комисија) била је – опонентска. Или боље рећи корективна, у неком слислу алтернативна (Ewen, 1996). Указивао је и на постојање другачијих решења. Упозоравао је председника на ограничења цензуре, на пример. Иначе, учествовао је у писању чувеног Вилсоновог говора „четрнаест тачака“ – који је председник САД одржао у Конгресу 1918, а који ће постати основна смерница за Версајске мировне преговоре 1919. Ту су дата решења за „нови свет“ – од слободне трговине, права малих народа на самоопредељење, до што је за нас занимљиво „слободног приступа мору за Србију“ (wikipwdia.org). Иначе, у Криловој комисији је био и Едвард Л. Берниз, који ће после бити проглашен за историјску улогу „оца ПР“ (Ewen, 1996). Искуство људи из Вилсоновог окружења је било да масама не само да се може манипулисати, него и да је то усмеравање „контролисање хаоса“ – које год врсте – неопходно за постојање демократског система. У тој полемици Липмана и филозофа Џона Дјуија из 1920-тих, која је у америчкој теорији медија и слободе информисања незаобилазни светионик – Липман, који је иначе био и вансеријски образован, у основи је говорио искуственим аргументима.

У теоријској разради Липман је разликовао „спољни свет“ и „слике у нашој глави“ и инсистирао на чињеници да савремени човек има великих проблема да разумева све компликованије друштво, а да би евентуално могао да доноси одговорне и компетентне одлуке. „Свет којим би ми требало да управљамо и политички га разумевамо недоступан је, не може се видети, не може се разумети. Требало би га истраживати, описивати и замишљати. Али човек нема аристотеловску моћ

промишљања на први поглед свега што постоји. Он је биће еволуције које може да обухвати тек потребан део реалности да би се изборио за свој опстанак... Сад би то исто биће морало наћи пут да види што се голим оком не може видети, да чује што уво не може чути, да одмерава надмоћне масе и сву ту бескрајност, па да сабере и одузме више него што сам може да запамти. Он се учи да својим умом сагледа бескрајне делове света које никад није видео, додирнуо, омирисао, чуо или упамтио“ (Lippman, 1922:14). Човеку остаје да онда „у својој глави“ почне да те слике света „прихвата“ као да их разумева, иако су оне реално изван његових могућности да овлада њима.

Опремљен тим стереотипима он улази у прекомпликовани свет који сада извесно чини непркатичном идеју из старих времена да просечан грађанин може бити тако добро информисан да би могао учествовати у доношењу одлуке у директној демократији. Три века раније кад су полагани основи западњачке демократије и свет је био неупоредиво једноставнији у демократским расправама још нису учествовале масе, него само елита. Липман је зато тврдио да су последице да демократија иде ка томе „да грађани не учествују активно, него пасивно – посматрају – постају посматрачи уместо да су учесници“ (Whipple, 2004).

Шта је решење за овај ћорсокак?

„Уместо да се стреми ка немогућем идеалу партиципативне демократије и сложеним друштвима, успешне демократије треба да буду упућене на обучене експерте у власти и новинарству који ће одлучивати и ширити те одлуке међу грађанство. Експерти у влади имају одговорност да доносе праве одлуке, док је улога штампе, по Липману, да пред јавност ставља различите закључке које створе експерти. Укратко, јавни интерес улоге штампе у доба сложеног масовног друштва није да ангажује грађане да учествују директно у демократији, него да процењује комплексе информација и прослеђује их јавности“ (Champlin, Knoedler, 2006). Дакле, медији ће да информишу о акцијама владе и експерата и то би била заштита друштва од корупције, отуђења, концентрације власти.

Оваква аргументација је и критика оног што Шадсон зове "директна демократија". Јер, "демократија, модел учешћа у власти успостављен у градовима старих Грка, не подразумева изборе, него пре селекцију вођа. Ни учесници Федералне конвенције (конвенција 1787. у Филадельфији кад је донесен амерички Устав, прим. С.Р.) не сугеришу избор лидера из мноштва. Оснивачи су пре имали на уму *републику*

него директну демократију, а и федерални документ експлицитно оправдава репрезентативан систем, а не 'јавност директних интеракција лицем-у-лице' ("face-to-face public of direct interaction") коју настоји да рестаурира Кери ослањајући се на Дјуија" (Schudson, 2008:1034). [Џејмс Кери (James Carey) истакнути учесник у дебати 1980-90-их о Липману и Дјуију.] Осадесетих година Липман је оцењиван као анти-демократа, али је две деценије кад се, због кризе, повела расправа о „смрти и животу америчких новина“, а ослоњена опет на „једну од најинструктивније и најврућих интелектуалних расправа у америчком XX веку“, превладао је закључак да је развој догађаја „дао за право Липмановом идеалу“ (Alterman, 2008). То је, у ствари, судбина оних који се више држе увида у стварност него теоријских конструкција, друштвених идеала и сведених канона. Потребно је време да се њихово дијагностификовање болести прихвати као добронамерна порука, а у међувремену ризикују да им се приписује као да они тиме инфицирају здраво тело и поспешују болест.

И Џон Дјуи је држао да сазнање до којег дођемо „има своју праву вриједност једино ако служи као средство, инструмент, за практична животна рјешења“ (Грлић, 1983:97). (Отуд се Дјуијев правац у оквиру прагматизма зове инструментализам.) Дјуи је сматрао да демократија има две функције у друштву: прво, да је сасвим употребљива за стварање уједињеног, стабилног политичког поретка; и друго, што Дјуији сматра и важнијим, демократија пружа могућност свим грађанима да се самоостваре и да остваре *позитивну братску заједницу*. За Дјуија је демократија „крајњи“ резултат социо-психолошког процеса који је заснован на „партиципацији“, учествовању. Он је одбијао Липманове тврдње о „пасивној, посматрачкој“ позицији, јер људско биће по својој природи тежи активној улози. Зато за Дјуија јавност није место где надмоћне елите намећу своје планове и циљеве, него јавни форум који ствара моћ тако што се одлуке доносе после дискусије и расправа, а које будући јавне и оверене на најширој основи у демократској процедури - обавезују носиоце власти. И сви учесници у том процесу „имају одговорност. Грађани да буду информисани о важним темама; учитељи морају да опремају грађане средствима да би могли да употребљавају информације које добијају; а политичари и комуникатори да ангажују јавност у ширењу кључних информација које грађани траже. Укратко, по Дјуију, јавни интерес функције штампе је да образује грађане“ (Champlin, Knoedler, 2006).

Као неко ко је бринуо за демократију Липман, елитиста по ставу, веровао је да се њене слабости могу превладати тако што би требало "моћ препустити мањем броју људи од акције, знацима јавне политике и политичким лидерима. У сваком случају, Липман је тврдио да циљ демократије нису задовољство и ангажовање (грађана) у самоуправљању, него достизање 'доброг живота, другим речима, *резултати* владе' "(Bybee, 1977). С друге стране, Дјуџи се плашио да индустријски капитализам носи супротност етици демократије. "Демократија је признање прва на људско постојање правој природи друштва и природи појединца. Суштина демократске политике је био напор да се стварају услови да појединац у друштву може да развија своје потенцијале. *То није само политичко; то је и друштвено и индустријско.* Како би се рекло, демократија је етика, не само машина, и она сеже до радног места. Дјуџи је веровао да се штампа треба реформисати и да мора да настави да служи као кључна веза између владе и народа" (Bybee, 1977).

Од "дебате Липман-Дјуџи" до данас је преостало толико да се може констатовати да је она благовремено слала јавности поруке о ризицима времена. Липман се уздао у софистициране експерте, а Дјуџи у "демократски свет из малих градова", тзв. малог човека (Schudson, 2008:1034), али су обојица игнорисали силе друштвеног процеса који је већ крајем 1920-их (слом у Вол-стриту се десио 1929) улазио у Велику депресију, гурао демократију на друштвену маргину, подрио модел либералног капитализма и најавио ступање на сцену другачијих политичких организација и другачије привређивање.

Ова расправа из 1920-их, у годинама које следе, претвориће се у симбол који ће генерације стално враћати и упућивати их да изнова тумаче стварајући илузију како се у друштву демократије мењају кулисе, али да је на сцени стално исти, добри комад. То, наравно, неће бити истина. За оног ко је умео и настојао да види, већ у време кад Дјуџи и Липман надвлаче руку над „либералним дискурсом“, дешавају се дубоке промене капиталистичког друштва и демократије. У оквиру новинарства, које је стигло у „жуту фазу“ као паразити ће се развити логика адвертајзинга, утемељиће се принципи безграничне комерцијализације, започеће ера ПР – торбарења пред којим ће поклекнути професионални принципи уређивања медијских садржаја а новинарска етика ће се толико растезати, бојадисати, багателисати да ће се о њој причати без емоција и икакве обавезности – као о светачким жртвама из далеких векова за

хришћанство; све ће се претворити у јаке фразе чија ће се светлост гасити као у звезда падалица; новинарска храброст постаће толико анахорна да ће бити заборављена у садашњости а у књигама ће изгледати као сажалавајуће донкихотовске епизоде које су увек биле забава за рационалност Санча Панси где год да су расли. Већ је у новинарству почела да расте малигна израслина од забаве и подилажења најнижим људским страстима што је у преткапиталистичкој стварности била вашарска игра а којој се светина, ипак, препуштала одређених дана у години и под јасно одређеним правилима и у оквиру – одређених простора; кад се појавио радио, такође 1920-их, политичка пропаганда ће добити небрањени простор за који је само требало савладати начине игре, усавршавати технике и методе.

Бертранд Расел (1872-1970) је већ тих година уочио и основна средства контроле појединца у модерном друштву. Прво је – *едукативни систем*, као најсистематскије обликовање и контрола мишљења већ је био општустостављен. „Наш образовни систем лиферује из школе младе људе који знају да читају, али они нису способни да процењују тежину већине чињеница, нити да формирају независно мишљење“ (Russel, 1922:31).

Такав човек постаје предмет обраде *пропагандне* машинерије која га суочава са „апсурдним понудама“ да Бланкове пилуле лече све болести или да Немци једу људска тела. „Вештину пропаганде савремени политичари и владе практикују као дериват од вештине адвертајзинага“ (економске пропаганде) (Russel, 1922:32). Тим опробаним начином – којим се људи систематски убеђују који је сапун најбољи и да се у карираним кошуљама одређене марке стиже до авантуре из старих прича – креира се демократско мишљење. Расел уопште није сумњао да у таквом начину убеђивања и производње политичког мишљења постоје два ђаволска проблема. „С једне стране оно се заснива на општим и ирационалним узроцима вере уместо на чињеницама; с друге стране, она даје не-фер предност ономе ко себи може приуштити више публицитета, уз помоћ свог богатства и уз своју моћ“ (Russel, 1922:33).

Расел је говорио о примеру две партије, које желе да шире своје идеје а једна има милион фунти за то на располагању у односу на другу која има тек 100 хиљада фунти. „Очигледно је да су шансе на страни богатије партије јер ће њени ставови постати познатији и тако ће она победити на изборима“ (Russel, 1922:34). Али и други су схватили то што је Расел уочио и имали су другачије намере с тим знањима.

„Могућност примања (порука) великих маса је веома ограничена, њена способност расуђивања је мала, али њена моћ заборавна велика“, знао је и писац *Mein Kampf* тих година (Cull, Culbert, Welch, 2003:319). И знао је како се то може употребити.

Трећи елемент за утицај на појединца у друштву, по Раселу је – *економски притисак*. И ту се ради о општој законитости, примењивој и познатој у свим друштвима. Расел подсећа на случај Совјетске Русије, где влада може да уцеђује људе “с чијем мишљењем се не слаже“. „Али Русија је у томе само мало испред осталих држава“, уочио је Расел. „У Француској, у време Афере Драјфус, сваки учитељ који би, на почетку, подржао Драјфуса могао је изгубити посао, а исто би му се десило и ако је био против – на крају афере. А сумњам да у Америци данас неки универзитетски професор, и еминентан, може добити посао ако критикује Стандард Ојл, зато што сви председници управних одбора колеџа или добијају или очекују бенефиције од мистера Рокфелера“ (Russel, 1922:36). Америка, у којој убрзано расте моћ монопола, по томе се не разликује много од „државе социјализма“ Русије. „Са тачке гледишта слободе, нема разлике за човека да ли је његов послодавац држава или труст“ (Russel, 1922:37).

15. Европска линија, америчка линија

Тих двадесетих година улога медија мењала се из темеља. Преко њих се обављало све више важних економских и политичких послова, да би они стварно могли с тим теретима бити препуштени варљивом „царству слободе“, па да тамо служе народу, који су сви мање-више гледали као масу чија моћ мора бити кроћена и усмеравана па онда употребљавна за „велике циљеве“. После те борбе препарираних дивова, двадесет година касније, на бојном пољу стајаће окрвављени победници и клечати сломљени губитници. Иако су кориштена истоврсна средства, победници неће дозволити да се она истоврсно третирају. „Наши медији“ и „наша пропаганда“ су нешто друго. И то ће бити оно што ће лаж и лицемерје деифинитивно довести на пијадестал неупитне доминације. Било је то могуће јер је победнички „нови свет“ већ био уклонио и последње препреке слободној манипулацији у свим сферама живота – од економије до приватног живота, од политике до културног стварања (Чомски, 2006:33-51). Медији ће се тек у условима верске децентрализације, анти-интелектуализма као поноса друштва, первертованог капиталистичког

хиперпредузетништва, банализоване демократске биполарности која ће све свести на дијалоге без изненађења – развити до надевропских размера. Суочена с сјајем ефикасне баналности, удивљена том неупитношћу а и притиснута војничком чизмом и премрежана војним базама, Европа ће признати да је њена нова судбина – инфериорност (Чомски, 2006:62-63). Европа је над иновацијама била замишљена и забринута, Америка је у њима видела средство за успостављање доминације, за дивљу производњу материјалног, за уређење друштва у коме су слобода, једнакост, братство (*Liberte – egalite – fraternite*) само су пропагандни детаљи за завођење и ефикасно убеђивање.

Америка је нови елемент у европској цивилизацији, али елемент који, рекло би се, прети да поништи главну моћ европејства – а то је знање високо подигнуто на рационализму, али вечно везано за хуманистичко тле непоткупљивом сумњом. *Cogito ergo sum* је Рене Декарт (1596-1650) установио као кључни принцип западног начина мишљења. Од те 1637. кад је овај постулат исписан у „Расправи о методу“, западна мисао је толико еволуирала да би савремени амерички мислилац, пијући филтер-кафу у кантини „Вол-марта“, најважнијег храма тог друштва, могао да је моделира у „Купујем, дакле, постојим“. Страх од оваквог краја у Европи има дубоке корене.

Виктор Иго ће, средином XIX века, са стрепњом, својим читаоцима предочити знања дон Клода Фролоа из Тиршапа. Овај архијакон је у једном интелектуалном разговору из 1482. схватао „да је архитектура, од петнаестог века, главна ризница човечанства; да се у овом размаку није у свету појавила ниједна мало дубља мисао која није оличена у грађевини; да су свака народна мисао и сваки верски закон имали своје споменике; напослетку, да је људски род све своје важне мисли исписао у камену. А зашто? Зато што свака мисао, била верска била филозофска, тежи да се овековечи, зато што свака мисао која је покренула неко поколење хоће да покрене и друго и да остави трага“ (Иго, 2005:173).

Иго је написао своју „Богородичну цркву у Паризу“ да би објаснио како је тада, у XV веку, велика грађевина пала пред – новим проналаском.

„У петнаестом веку се све мења.

Људска мисао пронашла је једно средство да се овековечи не само трајније и јаче од архитектуре него још и лакше и простије. Архитектура је свргнута. Орфејева камена писмена замениће Гутембергова оловна слова“ (Иго, 2005:173).

Дон Клод Фроло је то показао у незаборавној слици која ће сама демонстрирати моћ.

„- Благи боже! Какве су то ваше књиге?

- Ево једне – рече архиђакон.

И отворивши прозор на својој ћелији, он показа огромну Цркву свете Богоридице, која је према звезданом небу оцртавала црну слику својих торњева, својих камених бокова и својих дивовских леђа, и изгледала као огроман двоглави сфинкс у средини вароши.

Архиђакон је немо посматрао неко време ову – исполинску грађевину; затим, пруживши с уздахом своју десну руку на штампану књигу која је лежала на столу, отоврена, а леву ка Богородичној цркви, и гледајући тужним погледом час књигу час цркву, рече:

- Авај! ово ће убити оно.

Коатије, који се беше живо приближио књизи, не могавши се уздржати да не узвикне:

- Али, молим вас, чега има тако страшнога у овоме: *Glossa in epistolas D. Pauli, Norimbergae, Antonius Koburger, 1747*. Ово није ништа ново. То је књига Петра Ломбарда, који је био *Magister sententiarum*. Да није то што је штампана?
- Погодили сте – одговори Клод који је изгледао дубоко замишљен и стајао, наслањајући свој савијен кажипрст на ову књигу из чувене нирнбершке штампарије. Затим долазе ове тајанствене речи:
- Авај! авај! мале ствари тамане велике; један зуб односи победу над читавом масом. Нилски пацов убија крокодила, сабљарка убија кита, књига ће убити грађевину“ (Иго, 2005:165-166).

Један од највећих европских писаца XIX века је знао да „*свака цивилизација почиње теократијом а завршава демократијом*. Овај закон слободе, који долази после стега исписан је и у архитектури“ (Иго, 2005:161). (курзив С.Р.) Он је опадање моћи

архитектуре описао као њен распад: "... од овог тренутка кад архитектура није више ништа друго до уметност *као и свака друга* (курзив С.Р.) Чим је престала бити главна уметност, суверена уметност, она нема више снаге да заузда остале уметности. Оне се, дакле, ослобађају, стресају са себе јарам архитектуре и разилазе се свака на своју страну. Свака до њих добија овим разводом. Свака расте услед тога. Каменорез постаје вајарство, живопис постаје сликарство, појање постаје музика" (Иго, 2005:175).

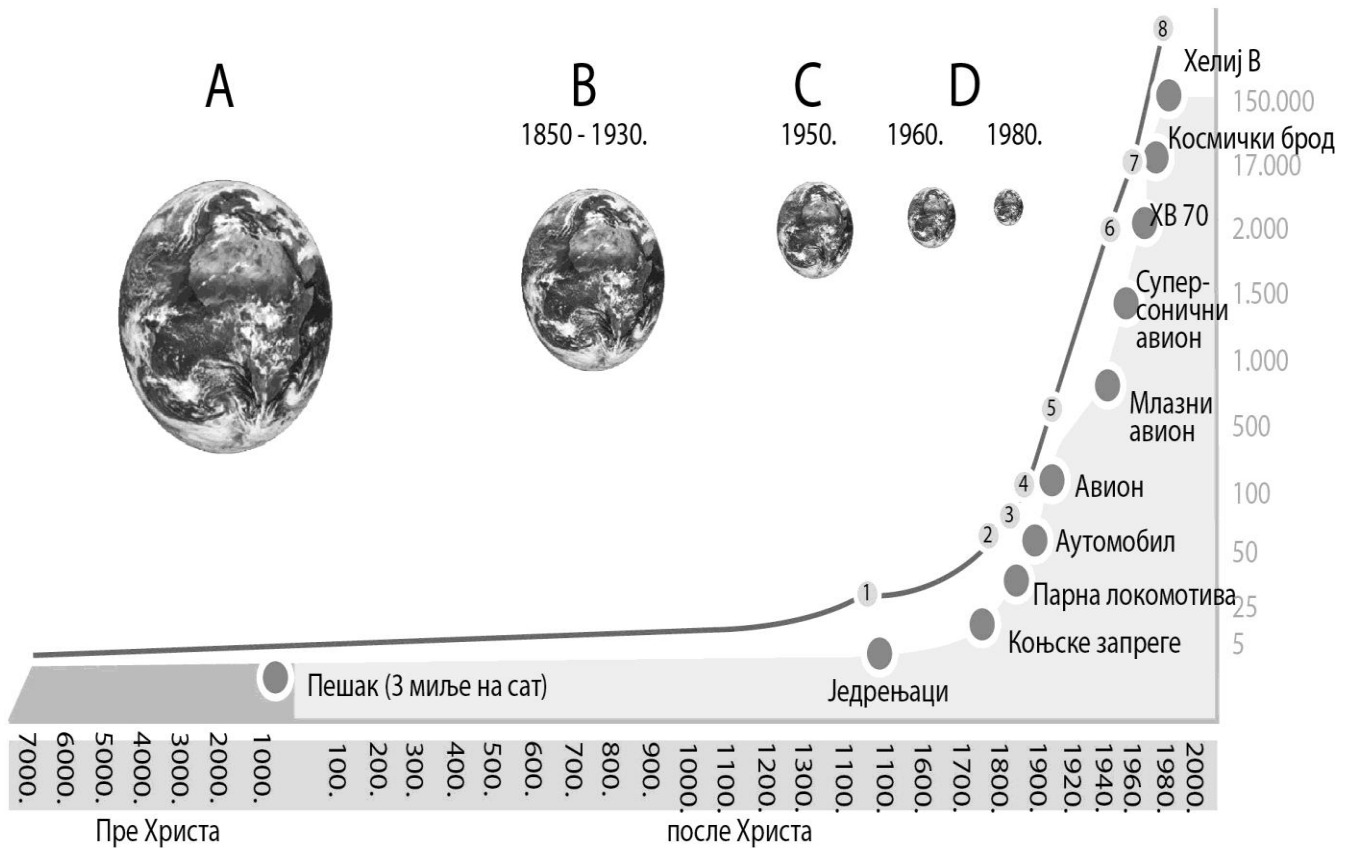
Стојећи пред питањем ко је историјски победник „Архитектура или штампа?“ Иго се није двоумио. „Штампа. Не треба се варати, архитектура је мртва, мртва за вечита времена; њу је убила штампана књига, убила зато што архитектура траје мање, убила зато што архитектура стаје скупље! Јер свака катедрала стаје милијарду. Замислите сад колико би капитала требало да се поново напише архитектура књиге; да се врати у она времена кад је било толико споменика да се, ако што каже један очевидац, 'могло рећи да је свет стресао са себе своје одело и обукао белу одећу цркве'.

Књига је тако брзо готова, стаје тако мало, а иде тако далеко! Зар ћете се чудити што цела човечанска мисао иде тим путем?“ (Иго, 2005:177)

Оно што је Виктор Иго исписао као архиђаконову стрепњу имало је свој историјски контекст. Римокатоличка црква се суочила с лакоћом проповедања тајни вере коју су нудили протестанти „инсистирањем на укључивању свих људи у верске обреде... а идеја му је свакако била да свако остварује лични контакт с Богом и да црквено посредовање није потребно“ (Бригс, Берк, 2006:109). Реформација, како се звао тај покрет, довела је до тога да су „распараве унутар елитних кругова водиле томе да они траже подршку од неке веће групе, често називане 'народ'. Елитни кругови нису могли да се ослоне на комуникацију лицем у лице, како би доспели до све веће групе, тако да су се окренули јавним дебатама и памфлетима... Проналазак штампарства подривао је монопол над информацијама које је имала Црква..“ (Бригс, Берк, 2006:110).

Протестанска „медијска офанзива“ је донела поплаву штампаног материјала. (Тираж „Дванаест тачака побуњених сељака“ већ 1525. године био је 25.000 примерака. Између 1520-29 само у Стразбуру појавило се 296 полемичких памфлета, а до 1550. у Немачкој је штампано око 10.000 памфлета.) „Ови текстови су се вероватно више читали јавно него у приватности, па је њихову поруку више људи чуло него што је прочитало“ (Бригс, Берк, 2006:113).

**КОМПРЕСИЈА ВРЕМЕНА И ПРОСТОРА:
„Смањивање планете“ – услед све веће брзине комуникација и транспорта**



A – Планета у време коњских запрега и једрењака, брзина 10 миља на сат.

B – „Величина планете“ у доба парне локомотиве и брода – брзина 35 - 65 миља на сат.

C – „Доба авиона“ брзина 300 - 400 миља на сат.

D – Величина планете у доба млазних авиона и космичких бродова

1. Гутембергова штампа (1441.)
2. Брза штампа (1863.)
3. Телефон (1876)
4. Телеграф (1895.)
5. Радио (1920.)
6. Телевизија (1950.)
7. Трансконтинентална ТВ - сателити (1965.)
8. Интерактивна ТВ - компјутери

Извор: Печујлић, 2002

Колонија Америка ће бити земља у којој ће протестнатске вредности доживети пуни успон. Европа ће својој колонији извести штампу; колонија ће њену намену прилагодити свом стању; а онда, кад то добије назив „медији“ 1920-их, Америка ће преузети примат над тим средством и од тада ће она Европи слати „нове медије“: прво радио, па телевизију, интернет и читав сплет дигитализованих варијација. Преузеће и примат над филмом који је још изумљен на Старом континенту.

„За сада“, писаће сасвим на крају XX века Режи Дебре, „можемо у грубим цртама да приметимо да постоје два начина тумачења ових појава, које се скоро подударaju са два континента, европским и америчким.“ Дебре на европској страни види „спој политичког реализма и технолошког 'ангелизма', на америчкој 'спој политичког ангелизма' и технолошког реализма“ (Дебре, 2000:159). У Европи је нагласак на аспекту *доминација/алијенација*, а у Америци на *извршавање/ефикасност*. „Америчка линија, да је тако назовемо, од Едисона до Била Гејтса, тежи да докаже врлине, храброст артефакта. Тежња оличена у Маклуану, изнад кода и окружења, истиче важност медијума“ (Дебре, 2000:159).

На другој страни „од франкфуртске до париске школе, од 'културне индустрије' до 'критичке социологије', европска линија посматра нарочито манипулације које дозвољава артефакт (превласт, отуђење и симболичко насиље), изнад објективне принуде коју намеће апарат. Ролан Барт уздиже код не обзирајући се на медијум и окружење. А и најученија семиологија никада није предалеко од морализаторског негодовања и политичког памфлета (митологије). Под *praxisom* остаје прегажена *techne*” (Дебре, 2000:160).

Оно што је донело *промену карактера медија* у наше доба углавном је стигло с ону страну Атлантика. *Актери* су тамо. *Узроци* су аутохтоно произашли из тамошњег друштвеног стања, а онда су пренети и делимично наметани Европи, али нема сумње да су овде постојали припремљени услови. *Последице* су оно о чему вреди расправљати. Јер то јесте почетни темељ за производњу вести. И сагласно уобичајеној типској слици о фазама развоја капиталистичке производње, то јесте, фаза мануфактурне производње која претходи индустрији. И тада и у добу индустрије „вест није извештај о фактичком стању; вест је пролазни потошачки продукт који се мора свеже производити свакодневно. Оне нису прикупљање факата који већ постоје; у ствари, како показује Такманова (Геј Такман, амерички социолог, прим. С.Р.), чињенице се дефинишу организационо – чињенице су 'пертинентне информације

сакупљене професионално валидним методама, које утврђују односе између оног што је познато и како је познато. Верификација факата у вестима истовремено је и политичко и професионално достигнуће“ (Шадсон, 1993:22-23). Опште је место да новинари, директни произвођачи вести, језику објективизације производње вести (да се ради о „конструкцији вести“, о „социјалној конструкцији реалности“) „нити верују нити га разумеју“ (Шадсон, 1993:15).

16. Социологија производње вести и „случај Криса Хејуса“

Мајкл Шадсон је сликовито и тачно описао реакцију новинара на „сумњу“ истраживача да вести које они праве нису истините. „Чак и новинари који су врло критични према свакодневној пракси својих колега и властитих организација сматрају овакав језик *увредљивим*. Присуствовао сам многим сусретима новинара и теоретичара на којима је овакав језик моментално изазивао новинаре да жучно бране свој рад познатом тврдњом да они само извештавају о свету каквим га виде: чињенице, чињенице и ништа осим чињеница. О, да, могуће су повремене предрасуде, повремени сензационализам, повремене нетачности, али одговоран новинар никада, никада не фалсификује вести.

То није оно о чему говоримо – одговарају *повређени теоретичари*. Ми не тврдимо да новинари измишљају вести, ми само кажемо да их новинари *праве*: 'Рећи да је новински извештај прича, ништа више али ни ништа мање, не значи потцењивати вести, нити их оптуживати да су фикција. То нас, у ствари, опомиње да су вести, као и сваки јавни документ уосталом, *конструисана реалност која поседује своју властиту унутрашњу валидност*“ (Шадсон, 1993:15). (курзиви С.Р.)

Најважнија чињеница из овог „дијалога“ – оних који пише вести и оних који их тумаче у друштвеном контексту – је што онима који пишу не би ни од какве користи било, или би било заиста од мале, да науче, рецимо, шта је теорија о „чуварима капија“ (“gatekeepers”), људима који стоје на “вратима медија“ и пуштају или не пуштају неку вест унутра. Истраживач Дејвид Менинг Вајт (David Menning Whate) је “проучавао средњовечног уредника на Средњем западу САД“ и установио да „господин Капија“ бира вести за објављивање по препознатљивом критеријуму, иако су „експлицитно политички разлози за необјављивање наведени само у 18 од 432 случаја“ (Шадсон,

1993:16). Објашњења су углавном била „досадно“, „преопширно“, „нема места“.

Али даља истраживања су показала да не треба журити с закључцима.

Разумевање да „г. Капија“ бира вести по личним преференцијама би дала диверзификацију која би омогућила да друштво из понуде различитих капија бира. Демократски принцип, *par excellence!* Међутим, у истраживању са 16 агенцијских уредника у Висконскину из 1956. Валтер Гибер (Walter Gieber) је утврдио да су „сви они вршили селекцију вести у основи на исти начин. Гибер је открио да је агенцијски уредник 'више преокупиран механичким притисцима свог посла, него друштвеним значењем и утицајима вести. Његова лична становишта ретко су утицала на процес селекције вести; истовремено *вредности његовог послодавца чиниле су прихваћени део редакцијске атмосфере*'“ (Шадсон, 1993:16). (курузив С.Р.)

Теорија „чуvara капија“ је, у основи, рудиментарна јер не обухвата важнији део – саму производњу вести. Геј Такман (Gaye Tuchman) је начин свакодневног прикупљања свежих вести („стара вест није вест“) упоредила са ловом рибарском мрежом. „Данашња новинарска мрежа је намењена за велике рибе“ (Такман, 1993:56). Кад је установљавна производња вести за прве високотиражне новине репортери су седели у полицијским станицама и судовима, а „данашњи медији постављају репортере у легитимне институције где је за очекивати да ће се наћи приче привлачне за савремене кориснике вести“ (Тукман, 1993:56). „У друштвима као што је наше, две најважније 'институције' које имају утицаја на вести су *капитал* и *држава*“, написаће Џон Хартли (John Hartley) у својој књизи „Разумевање вести“. На основу тога „идеолошка функција вести“ ће одредити да главни извори вести буду државни органи и институције од владе и владиних агенција до контролисаних статистичких истраживања, државних тајних служби и зависних центара, института, унвиерзитета удружења експерата и аналитичарских и тинк-тенк група, као и корпоративна индустрија и сва сила директно или индиректно везаних институција, стручњака, агената, лобиста. „Најзваничнији извори вести су, наравно, власти“, написаће Едвард Херман. „Често цитирани статистички податак који избоси Леон Сигал, базиран на анализи 2.850 чланака у *Њујорк Тајмсу* и *Вашигтон Посту*, показују да је 46% вести потиче од службеника или агенција америчке савезне владе, а 78% од владиних службеника уопште, било домаћих било страних. Други по величини извор вести, одмах иза власти, је свет бизниса који, исто тако, засипа медије широком лепезом извештаја за штампу – самосталних фирми, трговинских удружења и одсека за односе са јавношћу“ (Херман, 1994:118-119). Сложеним системом веза, однос произвођача

вести и њихових извора установљен је као симбиотички – што због притиска дневне продукције (како створити нову мрежу прикупљања података), што због корпоративних веза власника и менаџерских структура са укупном корпоративном структуром.

Новине, радио или ТВ-програми имају јасно успостављен ред и сваки нови дан је само пуњење већ утврђених канала комуникације. Искораци на микро плану су унапред искључени. Систем је чврст и функционалан. „Територијална распрострањеност новинара, њихове институционалне и тематске специјализације, *формализоване* су у подели новинских рубрика или информативних емисија. Прва страна новина садржи чињеничне (објективне) опште приче, потенцијално долазеће *из било којег дела мреже за вести*. Специјалне тематске области, као што су спортске, финансијске или културне вести, појављују се на јасно разграниченим странама које су постављене заједно у одређеним рубрикама. Опште приче, у којима се новинари појављују као извори чињеница, смештени су или на страни уводника или на супротној страни“ (Такман, 1993:60-61). (курзиви С.Р.) Изван већ „негде“ сређене и идеолошки правилно профилисане вести „у новинама постоје *само два изузетка*... Једно је 'feature story' (чланак), експлицитно имуна на професионалне захтеве презентације кроз ткање чињеничности. Друго је 'анализа вести' која се може штампати на општим странама, ако је прати уочљива јасна назнака 'анализа вести'. Телевизијске вести садрже сличну формулу разликовања“ (Такман, 1993:61). Али ти изузеци не носе неки велики ризик.

Све што се ради у редакцији, свака вест, мора бити договорена с „чуварима капија“ – да ли ће се вест о нечему писати или не, како, ко су извори – и што је најважније све је то у складу с „редакцијском рутином“. Све је под свакодневним притиском „дедлајна“ (deadline) – сат и минут кад се текст мора предати; нема времена за претерано продубљивање истраживање и најлакше је да се користе „проверени извори“. Њихова кредибилност је стандардна. Ретке су ситуације као она кад су Карл Бернштајн и Роберт Вудворд у Вотергејтској афери радили по „уредничком правилу да свака наводна чињеница мора бити потврђена од два независна извора“ (Такман, 1993:57). Све то, иначе, спада у сферу новинарских митологија где је стварни догађај потпуно претворен у икону на којој ће се генерације учити узвишеним циљевима новинарства и дивити храбрости и професионалности новинара. Живот је негде другде. И као што тврди Геј Такман „није изненађујуће што новинари налазе да је 'интуитивно очигледно', разликовање између чињеница и вредносне процене тешко објаснити.

Прво, суочити се с овим проблемом значи размотрити колико је идентификација чињеница укоренења у специфична разумевања свакодневног света. Као што смо видели, ова разумевања *претпостављају легитимност постојећих институција* и основа су за информативну мрежу. Испитивање разлике између чињенице и вредносног суда захтева спремност да се озбиљно истраже индексна и рефлексивна природа вести као знања. То значи признати да вести уоквирују траке свакодневних појава и *нису само огледало догађаја*. То, најзад, значи признати да су *активности америчких новинарских професионалаца усмерене очувању америчког политичког система исто толико колико је рад совјетских новинара усмерен на очување њиховог политичког система*. То исто значи и одбацити идентификацију вести као крсташког рата за истину“ (Такман, 1993:61). (курзиви С.Р.)

Како је уопште створена атмосфера у којој је ширење систематски конструисани истине, а које се одиграва свакодневно и на очиглед читавог друштва – могуће представљати као обејктивну истину. Ту, наравно, постоји отпор здравог разума садржан у оним без емоцијама бескрајно понављаним реченицама „новине увек лажу“ а које се никад и нигде не побијају. И без обзира што се такво расположење дугорочно потврђује истраживањима о поверењу у медије, то не може имати неке битне последице по медијску ситуацију у друштву. Џон Хартли је показао да то што је „једна од чињеница живота да доминантне економске снаге не 'владају' лично и не могу да владају саме“ значи да је „*моћ* преведена у *власт*, а *власт* у '*општем интересу*' остварују '*неутралне институције*' као што су држава, право, итд. Остваривање власти у интересу оних који 'владају' и који од тога профитирају не постиже се директном присилом (што је последње средство), већ рутински, настојањем да се задобије пристанак подређених и група без моћи“ (Хартли, 1993:70).

Хартли, као и Антонио Грамши, тај процес у коме се "пристанак тражи и задобија назива *хегемонија*". Хегемонија је сложен систем који има за циљ, као што је говорио Стјуарт Хол (Stuart Hall) "да би дугорочни интереси капитала могли да буду 'репрезентовани' као генерални интерес". То се не може постићи тако што ће се људи присилити да виде "да је црно у ствари бело". Пристанак се "задобија представљањем реалних услова у којима људи свакодневно живе на начине који *имају смисла*. Један од реалних услова који већина људи доживљава је *немоћ*. Посао хегемоније није да *отклони* ову *немоћ*. Напротив, она се остварује када људи своју *немоћ* припишу *не њеном извору* у економским и друштвеним односима, већ *вечним снагама природе*" (Хартли, 1993:70). Тако се основни и непремостиви расцеп у друштву "класне

поделе трансформише или премешта у културно-индивидуалне разлике. Јасно је да такво *превођење* не може остварити једна институција сама" (Хартли, 1993:71).

У друштву постоје људи који зарађују много и они који, иако учествују у друштвеној продукцији, живе на граници беде. То стање ствари се не описује чињеницама да једни поседују средства за производњу а да су ови други запослени код њих, већ "персоналним разликама између појединаца. Зараде, које се виде као оно чиме особе могу располагати на основу улагања својих личних особина вештине, марљивости, талента и слично, јесу она мера по којој се људи разликују: подела капитал - рад, замењује се разликом висока примања - ниска примања" (Хартли, 1993:71).

Кад човек-грађанин једном на ово пристане, онда се ове "разлике" систематски "продукују и репродукују у културној сфери. Оне се сада појављују као разлике у укусима, способностима, статусу и личним преференцама:

висока култура	популарна култура
озбиљна уметност	масовна уметност
креативни геније	комерцијална потрошња
висока интелигенција	ниска интелигенција
средња класа	радничка класа
итд	

Поента код ових разлика није у томе да оне не *одржавају* неке 'природне' разлике између људи, већ да се оне *производе* као наизглед природне разлике, које нису повезане са друштвеним односима као таквим"(Хартли, 1993:71).

Хартли је идентификовао три основне институције преко којих се постиже културно превођење. То су *породица, школа и медији*. Породица је почетак навикавања на све социјалне неједнакости које појединца чекају у друштву. Она му, прво, сугерише где је његово место у друштву, шта је његова судбина и "игра важну улогу у натурализовању неједнакости у погледу моћи, тако да се *услови живота* појединца преводе у *личне карактеристике*: Овај процес се преузима и проширује у школи". И "учитељ делује да би сасвим непристрасно одвојио способне од неспособних, али 'иако изгледа да су сви једнаки пре испита, у ствари, постојећа структура, у својој повезаности са доминантном културом, већ је одабрала победнике'... 'Сви су једнаки пре испита' је 'произведена' чињеница коју као чињеницу подједнако прихватају и доминатни и подређени - последица овога је да се поредак одржава у школи и на улици"(Хартли, 1993:72).

Тако се из власништва над капиталом изводи друштвена подела "културног капитала". Хартли иза тог налази утицај класних позиција на *језик* - "језик је контролисан од социјалне структуре, а социјална структура се подржава и преноси кроз језик". На крају овог низа су "непристрасне" вести у медијима. С обзиром на културни код у којем оне настају "непристрасност, објективност, неутралност и равнотежа, које чине срж уредничке идеологије, нису измишљотине. Оне су неопходне да би вести деловале заједно са другим институцијама у натурализовању доминантне идеологије и задобијању пристанка за хегемонију". Није ни неопходно да новинар који дела у "индустрији вести" свесно разумева контекст и безрезервно подржава основни ток. Јер, "вести репродукују доминанте идеолошке дискурсе у областима њихове надлежности" (Хартли, 1993:72).

И идеологија вести није "пристрасна идеологија", јер она стално настоји да преведе и уопшти. Она стално "исцртава границе контроверзи", а "прихватљиве границе су одређене не само оним што је унутра, него и оним што је искључено. Непарламентарни отпор се, на пример, карактерише као девијантност, а девијантност као ирационалност или криминал. А парламентарни облик државе је генерализован у 'универзални' статус - 'изван моћи историје и времена да га модификује или размонтира' "(Хартли, 1993:72-73).

Тешко је замислити бољу слику за потврду ових теоријских објашњења професора из Кардифа Џона Хартлија [из британског теоријског круга познатог као "културне студије"] од сусрета побуњеног Криса Хеџиса са својим читаоцима. Хеџис је, као привилеговани дописник, две деценије производио "идеолошки исправне" вести за читаоце "Њујорк тајмса" из Централне Америке, са Блиског Истока, из Африке, са Балкана. Награђен је и Пулицеровом наградом што је то обављао за пример. Имао је име и углед кад је одлучио да своје читаоце обавести да - стварност, ипак, изгледа другачије. Наравно, то није могуће чинити на првој линији фронта у "Њујорк тајмсу", па се Хеџис одлучио да искористи друге медије у које је, по основу старе славе, имао приступ. Писао је књиге и говорио на трибинама. Тако се 2003. обрео на Рокфорд колеџу у Илиноису. "Стајао сам пред око хиљаду гостију и говорио о рату..." Повод је била његова књига *War is a Force That Gives Us Meaning*, "оштра критика империје и рата... Био је ветровит дан". А Хеџис обучен у пригодну црну одежду, говорио је да је "убијање, или бар најгоре од тога, окончано у Ираку. Али, треба бити спреман на то да ће крв - и њихова и наша - наставити да се пролива... У свему овом ми смо постали парије, тирани према слабијима од нас... и постали смо веома изоловани". Говорио је о

сукобу Америке с муслиманима, коју чине петину светске популације и напомињао је да већина њих нису Арапи. "Бес, у свету у коме готово педесет одсто планете преживава са мање од два долара дневно, усмерен је на нас... Тероризам ће постати начин живота.

У том тренутку гомила, незадовољна у љута, почиње да протестује. Зачуо се повик: Не!" (Hedges, 2010:127-128).

Хедис им је онда подметнуо "архинепријатеље" Путина и Шарона, да би им објаснио да "они", Американци, не треба да буду као ова двојица.. " ' Модерна западна цивилизација може уништити себе, упозорава теолог Рајнхолд Нејбор, зато што погрешно употребљава технологију као кључно добро' ", цитирао им је мудру опомену пре него што се осврнуо на израелску окупацију територија у Палестини и бруталне и корумпиране режиме америчке савезнике на Блиском истоку...

"Сад се већ чуо хор звиждука и повика."

Он је наставио да говори о ризику кад сила изгуби везу с реалношћу...

"Где си ти био 11. септембра, викао је мушкарац из гомиле.

Страх производи окрутност, говорио сам. Окрутност је болесна и гура нас у парализу.

Бука и претња биле су све јаче.

Ко жели да слуша ово блебетало?, викао је неко.

У центру Дантеовог пакла, настављао сам..."(Hedges, 2010:129).

Говор није потрајао још дуго. Гомила је постајала све нестрпљивија. Једна жена је викала: *Good bless America!* Хедису је искључен микрофон, са бине га је одвело обезбеђење...

Локалне новине *Rockford Registar Star* су сутрадан објавиле "Говорник растурио свечаност дипломаца". У "Њујорк тајмс" су били бесни. "Позван сам у Тајмсову зграду од помоћника уредника Била Смита и дата ми је писмена опомена због јавног наступа који може подрити поверење у непристрасност новина'. Процедура по правилима Новинског удружења Њујорка подрзаумева да ако опет будем говорио о рату могу бити отпуштен" (Hedges, 2010:130). Суочен са реалношћу Крис Хедис, који себе и сличне доживљава као последње остатке некад велике либералне класе у Америци закључује да су се медији утопили у истоветно медиокритетство, корпоративизам и каријеризам као и сви остали традиционални носиоци америчке либералне идеје – универзитет, синдикати, уметност, Демократска партија и религијске институције. „Медији, као и универзитет, држе се погрешне идеје о непристрасности и

објективности којом, у ствари, маскирају своју везу с моћи. Они утврђују апсурдну идеју да су знање и разумевање ексклузивно достижни кроз визионарство и да сви треба да будемо пуки посматрачи живота“ (Hedges, 2010:131).

Јавност је окована „медиокритетством, корпоративизмом и каријеризмом“ и Хеџис, као и већина оних с којим он дели идеју о „смрти либералне класе“ нема никаву јасну идеју о могућем решењу. „Као самосвојна и морална бића, ми можемо постојати кроз мале, понекад прикривене чиновне пркоса. Пркос, наша способност да кажемо *не*, је оно што масовна култура и масовна пропаганда настоје да искорене. Онолико дуго колико желимо да се опиремо тим силама, имаћемо шансу, ако не за нас онда у најмању руку за оне који долазе посла нас. Онолико дуго колико се будемо опирали, постојаћемо. Али, сада је то једина могућа победа“ (Hedges, 2010:217). Ова „умереност“, која подсећа на дезоријентисаног Човека из подземља Достојевског, можда је довољна за „мртвог либерала“, али је мало за друштво у овако дубокој кризи.

17. „Мајка свих револуција“ на историјском раскршћу

Америка и Европа две су асиметричне полутке једне цивилизације. До јуче је Америка била неупитни лидер, а и доминирала је целим светом. Данас то више није тако извесно, а сасвим је изванредан другачији тренд. „Свако (Америка и Европа, прим. С.Р.) има своју половину програма“, рећи ће опрезни Режи Дебре. „Спојити делове значило би унети технологију у културу и културу у технологију.“ Дијагноза је: „Данашње одушевљење информатичким средствима без икакве сумње значи превласт америчке линије, у свету и у самој Европи (где медији 'улазе у игру' нарочито због свог додатка из 'нових технологија)'“ (Дебре, 2000:160). Зато с терапијом ваља бити стрпљив: „Ипак, не би било добро супроставити се томе на класичан 'европејски' начин, поистовећујући машине са махинацијама. Америку пре свега занима аутопут (као супстрат, мрежа), а Европу закон о саобраћају (и саобраћајне незгоде). Оно што је важно, јесте да се законик врати *на* пут, да се стратегија веже уз инжењерију. Мрежа путева сама по себи представља својеврстан технолошки подвиг (Web). Она тако може представљати и „стратејски прорачун“(Ал Гор)“ (Дебре, 2000:160).

Налазимо се на великом раскршћу. То што се не може утврдити шта је *добро*, могло би се у европском миљеу, затрпавати филозофско-социолошким дилемама и расправама, али то што се на да назрети *друштвено корисно* много је погибелније. „Да ли ће информатика и политика икад престати да се играју жмурке?“ То је унутрашње

друштвено питање које својом непрактичношћу не сугерише никакав одговор. Да ли је то престајање у оваквом друштву уопште могуће? Зато нам остају само историјске варљиве паралеле: „Широки путеви којима је било испресецано Римско царство сведоче не само о страсти (и спретности) грађевинара већ и о жељи за превлашћу (уз помоћ стратегија). Њима су се према границама кретале истребљивачке легије, као што су у одређеном тренутку, и у обрнутом смеру, туда прошли весници хришћанства и варварске хорде. Ништа није сасвим сигурно, нити једнозначно“ (Дебре, 2000:160).

Дебре сугерише солонско решење, да се мора „одлучно заузети евроамерички став“. И то „будно мотрећи на најрањивију тачку, оно што спаја материјално и логистичко, *hard* и *soft*. Двојакост медија одговара двојакости нација...“

У кризи су основне вредности тог друштва: капиталистички начин продукције и демократија. „Губљење оријентације представља опасност.“ Као што једемо генетски модификовану храну без знања о последицама, тако смо препуштени медијском харангирању без икаквог јасног друштвеног циља. „Ми, обични грађани, не знамо више ко каже шта је исправно и како. Ком ауторитету треба да се приклонемо. Сумњамо чак и да лекари, уместо да спасавају животе, намерно изазивају смрти. Не знамо да ли ћемо се најести или отровати од хране на нашем тањиру. Из тога проистиче криза вере у технологију, коју сад лишавамо сопственог поверења, а у коју смо донедавно полагали превише наде. Тако се нашој фрустрираности изазваној техником придружује морална изгубљеност“ (Дебре, 2000:251).

Као да се круг затвара. Друштво које је толико израубовало своје вредности мораће се суочити са крајњим дилемама система које је подигло. „'Суверена ћете наћи свуда сем на престолу', незадовољно је констатовао ројалиста и легитимиста Балзак. Чињеница да се 'сувереност може наћи свуда сем у сувереном народу' неће пријати ни једном демократи. Политика која се своди на бављење дневним оперативним захтевима коначно доводи до питања *зашто да стављам листић у гласачку кутију*. Понижавајући нихилизам дестабилизује и угрожава институције републике, па чак и осећај припадности“ (Дебре, 2000:251).

Виктор Иго, геније XIX века, није нам могао рећи кад се „завршава“ цивилизација која уђе у – демократски стадијум. Да ли је „штампа“, која била „мајка свих револуција“ (Иго), стигла до позиције на којој се нашла архитектура пре пет векова, кад је дон Клод Фроло схватио да ће „ово убити оно“. Да ли су електронске

комуникације, које су од радија стигле до интернета и дигиталних магистрала, за штампу оно што је она била за архитектуру? Јер, постоји универзални принцип. „То је начин изражавања човечанства које се из основе мења, то је људска мисао која свлачи једну одећу и облачи другу, то је потпуна и коначна промена кошуљице оне симболичне змије која још од Адама представља ум.“

Кад се данас из Иговог приповедања о штампи извади „књига ће убити грађевину“ и стави „електронски медији ће убити штампу“ многима много чега може изгледати логично. Следи минимална парафраза и на месту где је стајало „штампа“ стављамо „електронски медиј“: „У облику *електронског медија* мисао је вечнија него икад; она је крилата, не да се ухватити ни уништити. Она се меша с ваздухом... У данашње време она је постала јато птица, лети на све четири стране и заузима у један мах све тачке ваздуха и простора“ (према Иго, 2005:174).

Кад је сео да пише *Богордичну цркву у Паризу* Виктор Иго није подизао споменик штампи која је архитектуру бачила на плећа, него је с неком дубоком емоцијом страха од неизвесносне будућности прометејски обећавао да ће он, као један од највећих витезова штампане речи у њеној историји, „неуморно бранити наше историјске грађевине, колико их наши школски и академски иконокласти огорчено нападају“ (Иго, 2005:9). Историјске паралеле и асоцијације нису захвалне и не морају бити основ за поуздане закључке, али „штампана реч“ сада заиста храмље поред аут-линије и како изгледа, може сваки час бити изведена из главне игре. Она се као архитектура пре пет векова растројила, попустиле су и оне „слабе стеге“ - од сјајних имагинативних прича настале су серије на „хладном медију“ (ТВ, по Маклуану) на чије драматуршке исфорсиране и прорачунате ударе човеку неизбежно иду сузе као и кад их организатор натера глумцу гурајући му главицу црвеног лука; бајке на којима су милијарде деце развијале свој унутрашњи свет осећаја и моралних релација и пловила световима иза Алисиног огледала, претворене су у окамењена чуда сликана руком Дизнијевих ученика које се продају за непуну шаку долара као тегле за зимницу; незаборавне авантуре које су исприповедали Џек Лондон или Жил Верн претворене су у интерактивне игрице где се деца уче да у човеку или вуку има више крви него у океану воде; ратови, да л' на другом континенту или испод мог прозора, поједностављени су скечеви у којима се каубоји и Индијанци, партизани и Немци, надмећу по правилима која на те слике као лудачке кошуље навлаче „овлаштени“ репортери који се обуку као и ратници; председници и премијери зверају у камеру и

изговарају неубедљиве поруке као они мајстори скривања куглице под шибицу а који знају да жртва никад није дато да погоди „где је куглица“, а ако и погоди ту су около јаки момци који могу да јој објасне да „правилником“ није предвиђено да погађач погоди икад и у било ком случају. Једино да сам преузме шибицу. За шта би морао да садашњем мајстору сломи руку.

Закључак: Новинарство се у капиталистичкој подели рада остварило у четири концепта: ауторитарном, либертеријанском, концепту социјалне одговорности и пропагандном моделу. Ауторитрани концепт, карактеристичан за период подизања капитализма и демократије, у ствари се појављује као припрема за либертеријански концепт у коме ће се слобода говора бити и идеал и остваривани модел. Тај период се може сместити између Милтонове Ареопагитике (1644) и класичног дела Џона Стјуарта Мила О слободи (1859). До краја XIX века друштвена улога новинарства се темељила на напору да се утемеље и одрже грађанске слободе. Ако постоји „златно доба“ новинарства, онда је то тај период: тада се у највећој мери остварила његова друштвена мисија. Друштвене промене крајем XIX и почетком XX веку су новинарство професионализовале а медије претвориле у класично капиталистичко предузеће и усмериле на трку за профитом. Корпоративистички капитализам је и медијску индустрију устројио као корпоративну, власништво над медијима концентрисао, продукцију комерцијализовао и свео на тражњу потрошача. И у самој медијској индустрији новинарска професија је изгубила првобитну улогу и постала инструмент менаџмента за испуњавање планова са максимизираним профитима. Масовна демократија је, у основи, променила карактер новинарства и улогу новинара у креирању либералне демократске јавности. Велика криза капитализма (2008) директно се одразила на опадање значаја новинарства у демократском процесу и повећали његову употребу у економској и социјалној пропаганди.

Шесто поглавље

МЕДИЈИ - УДАРНА ПЕСНИЦА НОВОГ ЛЕВИЈАТАНА

После америчких председничких избора 1996. године (демократа Бил Клинтон је победио Боба Дола), Џонатан Шел, који је за „Њуздеј“ пратио читав догађај описао је „варљиви Левијатан” који се надвио над грађанима, бирачима и који чини да „истраживања и извештаји показују да је јавност разочарана у политику“ (Shell, 1996). Шел – иначе, онај новинар с којим смо се срели у и Четвртом поглављу овог рада а чији је текст из Вијетнама „Село Бен Шуц“ био повод за драму у магазину „Њујоркер“ и у америчком јавном мњењу бурних шездесетих – налази да је сада кључна подела у америчком друштву повезана с улогом медија: „На једној страни је Америка политичких професионалаца. Она обухвата политичаре, њихове саветнике и запослене, и – медије.“ Уверење јавности је да „новинари и политичари заједно чине једну класу, а коју они презиру“.

У ствари, што се Шела тиче, ово је био само други ниво његове констатације о „апсурду савремене политике“ коју је он деценију раније уочио у разматрању стања глобалног друштва у сенци „претње уништењем света“ од нуклеарног наоружања. „Још од Аристотела се тврди да су два основна циља политичког удруживања: прво, обезбедити опстанак чланова друштва (то јест, заштити живот), и друго, дати тим члановима прилику да се испоље као друштвена бића (то јест, оспособити их да воде племенит или добар живот)“ (Шел, 1987:154).

Неспособност савремених политичких елита да рационализују а камоли реше „нуклеарни проблем“, по Шелу, довео је „данашњу политику у... комичан положај да не успева чак ни да стреми основним циљевима који би, по традицији, оправдали њено постојање. Кад би наша привреда производила чудесно обиље сребрних посуда, чаша

и столњака, али не и хране, људи би се брзо побунили и захтевали неки другачији систем“, али апсурдно подносе неспособне демократске политичаре. Али, сматра Шел, „људи не могу дуго гајити поверње у установе које чак и не препознају најхитнији захтев читаве људске врсте, те стога на изненађује што на политичаре све више гледају с презиром, можда и не знајући сасвим тачно зашто“ (Шел, 1987:154).

Деценију и по касније (књига „Судбина Земље“ у којој су овако описивани политичари појавила се 1982), Шел констатује даље опадање вере у људе који се намећу као вође а не знају куда иду и све замагљују уз помоћ медија, моћних произвођача магле. Шел сада констатује да, без обзира на магле, „поверење у владу и медије опада. Све више и више овај двојац се појављује као недељив естаблишмент – Нови Левијатан – састављен од богатих, познатих, моћних људи који су одвојени од живота обичних људи и индиферентних према њиховим бригама“ (Shell, 1996).

На другој страни су „политички аматери“, како Шел назива обичне гласаче. „Они су пре свега класа посматрача, изузимајући, само дан избора“ (Shell, 1996). Међутим, Џонатан Шел уочава да „медијска неман“ ствара и наизглед парадоксалну промену друштва: иако гласачи уопште нису заинтересовани за политичке стратегије и програме које фабрикује политичка класа, напротив панично одбијају да се том посвете, „извесне речи и фразе, оног што политички консултанти зову 'теме', често су на њиховим уснама“ (Shell, 1996). А та њихова „знања“ не потичу из приватних канала информисања. Шел утврђује да је то последица чињенице да просечан Американац гледа телевизију „више од четири сата дневно“ и да тако постаје жртва Новог Левијатана, који контролу остварује кроз пропагандне технике и урођеност друштва у медијску (контрорлисану) поруку и јаку импрегнираност том виртуелном маглом која се не разилази ни за трен – а за разлику од Хобсовог Левијатана који је све контролисао присилом.

У Новом Левијатану, који је изгубио снагу и ауторитет првобитног, латентно и перманентно „испирање мозга“ постаје друштвено стање: „Понекад се говори како су 'политичари ван домашаја народа', ако то и јесте тако онда је то упркос немилосрдног, упорног и изузтно скупог државно устројеног напора да буду у контакту. У том смислу Нови Левијатан је опуштен Левијатан, постављен као наизглед понизан Левијатан и као привлачан Левијатан.“ Простор у коме модерни човек живи свакодневицу сасвим је у мрежи Новог Левијатана, што за резултат има друштво које живи са још једним „парадоксом нашег времена да повећање броја информација истовремено повећава незнање. Ми можда живимо у ери информације, али та информација се појављује и

пребива свуда само не у мислима грађана – како се компјутери пуне информацијама тако се мозгови од њих празне“ (Shell, 1996). У тој трци, где грађани беже од информација, а „професионални дистрибутери“ их засипају са свих страна и из свих средстава, у свако време и на сваком месту, „проблем више није да су политичари изгубили везу с бирачима, него да су обе групе изгубиле везу са стварношћу“ (Shell, 1996).

Левијатан, у ствари разумевање државе Томаса Хобса (1588-1679), описан је у истоименом класичном делу, управо се ужасавао таквог стања. *Велики Левијатан*, како каже Хобс, „назван ЗАЈЕДНИЦОМ или ДРЖАВОМ (на латинском CIVITAS)... није ништа друго до умјетни човјек, премда је већег стаса и јачине од оног природног, *чијој заштити и обрани је намијењена* (курзив С.Р.)“ (Hobbes, 2004:10) – а настаје као потреба да се људски род спасе од природне потребе човека „да воли себе више него ма ког другог човека“, те да репродукује стање у коме „рат сваког човека против сваког човека и лични интерес представљају универзално правило“ (Риз, 2004:316). И природни човек тражи прибежиште у друштву које се успоставља на низу уговора: „људи склапају уговоре једни с другима, и са човеком или групом људи, да буду заједно њихови владари“ (Риз, 2004:316).

Хобс је, бирајући јој опште сликовито и симболичко име Левијатан, државу видео као неман из Старог завета: */За собом оставља свијетлу стазу... /Ништа нема на земљи да би се успоредило с њим/ да би стварно било да се нечега боји./ Што је год високо презире./ цар је над свијем звијерјем“* (Књига о Јову, 41, 23-25). Та моћ вештачке душе Левијатана – [“у њему је врховна власт умјетне душе, јер даје живот и кретање читавом тијелу; суци и други службеници судбене и извршне власти су умјетни зглобови; награда и казна су живци (који везују сваки зглоб и уд за сједиште врховне власти и потичу га на вршење своје дужности), јер врше исто и у природном тијелу; имутак и богатство свих појединих дијелова су снага, њезина намјена је *salus populi* (добробит народа)“ (Hobbes, 2004: 10);] - неупитан је друштвени уговор као „подређеност индивидуалних права сувереној власти, којег год да је она облика“ (Риз, 2004:316). Хобс, иначе, највише држи до апсолутног суверена – јер је с њим уговор најједноставнији, најјаснији и најповољнији. „Таква моћ, једном додељена, враћа се човеку једино у случају када се моћ државе до те мере погоршава да доводи у питање њену даљњу егзистенцију. Тада човек има право да направи нови уговор. Ово почива на једном природном праву које човек поседује у природној држави и у грађанском друштву, а то је *право на живот* (курзив С.Р.). Нико нема права да се не покорав

законима друштва, али зато свако има право да користи силу у сузбијању силе да би одбранио свој живот“ (Риз, 2004:316).

Хобсова непрестана актуелност је у томе што није део прогресивистичке илузије како су друштвене институције „развој једног све савршенијег пројекта“, већ је истрајавао на „пројекту коегзистенције чији је циљ одржање друштвеног поретка који ће бити способан да измири вазда присутне људске сукобе“ (Розенберг, 2002:201). Позивајући се на савременог енглеског мислиоца Џона Греја који сматра да је „традиција истине“, која је онако дуго преовлађивала стигла до краја“ шведски социолог Геран Розенберг изводи закључак да су „судари (курзив С.Р.) између сукобљених појмова и правног и правде, као и између неусагласивих гледишта о томе шта чини добар живот и добро друштво, својствени људским друштвима. Такви сукоби *потичу из људске природе* (курзив С.Р.) и не могу се разградити и одстранити, ма колико се напорно здрав разум трудио да то постигне у друштвеном поретку, колико год овај био разуман“ (Розенберг, 2002:202). Геран Розенберг, у ствари, припада мислиоцима који могу уочити дубину кризе западне демократије [и поставити претећу констатацију: „Ако демократија не може да понуди рационалне одлуке, онда ће се ово постићи неким другим средствима. Ход према универзалном, рационалном друштвеном поретку наставиће се – ван демократије“ (Розенберг, 2002:205).], али ови људи, ипак, не могу ни да помисле (као што је то могао Шумпетер, на пример) да би се *то* могло и десити. Тако се држи да је Хобс добро дијагностиковао људско у друштву, „али да је предложио решење које је од његовог времена *давно изгубило сваки значај* (курзив С.Р.)“ (Розенберг, 2002:211).

Али, да ли је? Да ли промена метода контроле – од физичког ка манипулативном – мења суштину Левијатана? Да ли човек и човечанство то подносе са мање последица? Да ли другачији методи остављају довољно простора људској јединки да остварује своје потребе за слободом и своју жеђ за правдом, у мери – која јесте нематеријална и ненумеричка – али у којој се људско биће осећа оствареним? Или су нови методи још неподношљивији окови, које савремени човек подноси увучен у конформизам и уроњен у стално пропагандно живо блато у коме му је постало немогуће реално сагледати сопствени положај и размере отуђења?

Шта би Хобс данас рекао?

То питање колико изгледа као реторички спектакл, толико носи и црту универзалности и покушаја надвременског разумевања стварности.

Као песимиста који није уображавао да су друштвене промене несумњив

напредак – који је првих 16 поглавља свог *Левијатана* посветио Природи и Човеку, „а преостале свемоћној Држави која мора проистећи из његових налаза“ – Хобс не би имао разлога да одустане од своје рационалне скепсе. Шта би, рецимо, могао да дода овој тврдњи: „Не сумњам да би учење да три кута неког трокута требају бити једнака двама кутовима квадрата, било или оспорено или забрањено спаљивањем свих књига из геометрије, само кад би то било противно нечијем праву на власт или пак у интересу оних који имају власт и кад онај кога се тиче то може провести.“ И Хобс би само приметио, да у *друштву спектакла* којим влада Нови Левијатан, није потребно да се истине спаљују, довољно је да се утопе у океан лажи, полуистине и лицемерја и да се мозгови поданика свакодневно испирају – чешће него што су се у Хобсово време прале чарапе и кошуље. Хобсови људи (*homo homini lupus*) су данас извучени из јазбина, постављени на јавну сцену да оданде неприкривено показују своја умећа која су сасвим оперисана од морала. У Хобсово време су „сила и превара“ добијале свој крајњи смисао – у рату, а данас, „друштво спектакла“ их је поставило на централно место – у време важења уговора, у миру, кад би вучја правила требало да су суспендована, и чак их претворило у врлину „врлог новог света“, јер људи, уговорна страна, обавезни да знају да ако суверен обавезе потписника друштвеног уговора „да мислим другачије него што ме увјерава разум“ онда, по уговору, „ништа не може изнудити моје вјеровање или послушност“ (Hobbes, 2004: 248).

Не може по уговору у Левијатану, али у Новом Левијатану, који можемо окарактерисати као „друштво спектакла“, то постаје правило, стање ствари. А као што је то Џонатан Шел правилно разумевао политика у „комичном положају“ и „грађани посматрачи“, преливали су се из локалних светова у „светски политички систем“ а „који данас има за циљ да животу пружи сваковрсна материјална добра, а ни мали прст не би дигао да спасе сам живот“ (Шел, 1987:154). Нуклеарна претња убрзо се ту претворила у чињеницу без правог значења, јер у таквом друштву ништа нема право значење и не заслужује да буде озбиљно третирано.

„Друштво спектакла“ је добило свог најверљивијег тумача у француском мислиоцу Ги Дебору. Дебор се бавио преломима из шездесетих година прошлог века и најављивао размере њихових последица. Његова истоимена књига (из 1967) најављује изузетно важну и далекосежну промену у светском контексту да је у то доба „буржоазија на добром путу да изгуби противника који ју је објективно подржавао, јер је стварао *илузију* о јединственом карактеру целе опозиције *постојећем поретку*“ (Дебор, 2000:31). Радило се о првим проблемима Совјетског Савеза, стуба тог поретка

ствари [„Свака влада и сваки грађанин света – али посебно владе и грађани Сједињених Америчких Држава и Совјетског Савеза – налазе се пред одлуком коју тежину дати опстанку света у поређењу са захтевима светског бизниса“ (Шел, 1987:120).]. А онда 1989. кад „руска бирократија изненада, као по команди, пређе на идеологију демократије – другим речима, диктатуру 'слободног тржишта' – и тако призна сва права *homo spectadora* (човека посматрача)... нико се на Западу није дуже од једног дана бавио значењем и могућим последицама тог изузетног *медијског догађаја* (курзив С.Р.)“, уочио је Дебор у предговору француском трећем издању, 1992. године. Изузетно развијене *технике спектакла* разрушиле су, после тога, до темеља свет европског Истока, који ће бити претворен у гомилу за коју је „само један прост знак – 'пад Берлинског зида', бесомучно понављан – одмах прихваћен као замена за све друге несумњиве знаке демократије“ (Дебор, 2000:4).

Већ 1991. „последнице те спектакуларне модернизације довеле су до потпуног распада Русије“. Запад у свом трулом тријумфализму и избегавању да се суочи са реалним (не)моћима *друштва спектакла* уопште није разумео да ће то имати – универзалну последицу. Тако су на Истоку „много очигледније него на Западу, погубне последице општег економског развоја постале видљиве“. Тек се слегала прашина после спектакуларног пада зида у Берлину, а Дебору је било јасно да је „пометња која данас влада на целом Истоку ипак само последица тог *општег развоја*“. Још деценију ће западно друштво спектакла успевати да прикрива субверзивну чињеницу да је „цар го“ иако би то у свету старих бајки констатовало свако дете. Али Ги Дебор се није дао заварати. Он је још 1992. чуо како се „свуда поставља исто страшно питање, које већ два века прогања свет: Како натерати сиромашне да раде, кад их једном поразите, а све њихове илузије нестану?“ (Дебор, 2000:4)

Проблем са „друштвом спектакла“ је што је оно само имитација некадашњих вредности – истине, правде, морала, религије. Једном у просветитељству покренут процес ослобођења од доминације цркве над друштвом – чиме се Хобс најистрајније бавио – у ствари, никада није довршен. Јер “филозофија, моћ *одвојене мисли* и мисао *одвојене моћи*, никад није била у стању да превазиђе теологију“ (Дебор, 2000:10). Спектакл ће настати на том антитеолошком напору, али ће бити „материјална реконструкција религиозне илузије. Спектакуларна технологија није развејала религиозне митове у које су људи пројектовали своје отуђене моћи; она их је само спустила на земљу, тако да су чак и најсветовнији аспекти живота постали непрозирни и неподношљиви. Лажни рај, који је некада био потпуна негација земаљског живота,

више се не пројектује у небеса; он је уграђен у сам тај живот. Спектакл је технолошка верзија прогона људских моћи у онострано; то је врхунац човековог унутрашњег одвајања од самог себе“ (Дебор, 2000:8).

Ги Дебор је у другој половини XX века гледао спектакл као Левијатан који је прекрио читаво друштво касног капитализма у коме се људско биће “више не изједначава с оним што неко јесте, већ с оним што поседује“. Спектакл, као „супротност дијалогу“, је „капитал акумулиран до степена у којем постаје слика“ (Дебор, 2000:10) што настаје као економска производња у којој „долази до општег помака од *имати ка изгледати*“ (Дебор, 2000:7). Једна порука спектакла претвара се у таутологију, која се схвата као законитост: *Оно што се види је добро, оно што је добро види се.*

Дебор не верује, као Жак Елил на пример, да се технолошки прогрес сам од себе претвара у Левијатан у чије мреже се упада као што мала река утиче у велику, а велика у море. „Напротив, друштво спектакла је облик“, каже он, „који сам бира свој технолошки садржај.“ Посредовањем масовних медија, „који су његова најповршнија манифестација“, спектакл се шири друштвом као тешка магла или улази у њега као „техничка апаратура“ и која копа по њему и „никако *није неутрална*“. И „ако се друштвене потребе епохе, у којој су те технологије развијене, могу задовољавати само уз њихово посредовање, ако се управљање друштвом и сви контакти међу људима постали потпуно зависни од тих средстава за тренутну комуникацију, онда је то зато што је та 'комуникација' *суштински једностранна*.“ Јер, јасно је да „сви медији препоручују се владарима постојећег поретка као средство за спровођење посебних облика управљања. Друштвена подела изражена кроз спектакл нераскидиво је везана за модерну државу – тај производ друштвене поделе рада, који је у исто време главни инструмент класне владавине и концентрисани израз свих друштвених подела“ (Дебор, 2000:9). Вероватно је најнеподношљивија последица коју носи савремени спектакл што плута на медијској технолошкој структури – свеприсутност неприродног, вештачког, извештачености, нехуманог. „Посматрач се нигде не осећа код куће, јер је спектакл свуда“ (Дебор, 2000:10).

Све се то стапа са капиталистичким императивом да је роба основно друштвено стање а компетитивност тржишта, стварна или лажирана свеједно, основна друштвена атмосфера која је изнад свих процеса. И управо је „спектакл фаза у којој роба успева да колонизује цео друштвени живот. Кодификација није само очигледна: *ми више не видимо ништа друго.* Свет који видимо је свет роба“ (Дебор, 2000:12).

„Свет роба“ у „економији обиља“ носи нова правила живљења. Изнад људске потребе за неким производом подиже се потреба да се потрошња не може ограничити и да потрошач не сме доћи у позицију да каже: доста! Не желим више! Као што је кока-кола пиће које нити гасе жеђ, нити садржи неке „корисне састојке“ за организам, нити опија па да се човек „опусти“ пред мучном свакодневицом, него само пролази кроз организам да би „направила места“ за нову дозу исте кока-коле, тако и производи продукције у „друштву спектакла“ имају за циљ само да праве простор за нове робе, које ће исто тако бити из вилајета „измишљених потреба“, али и које ће привући нове хорде купаца. У спектаклу се не продаје производ него „бренд“, кроз рекламу уграђена жеља, сан о бољем животу, младост које никад и нигде није било, сигурност коју немају живи људи, поглед који матира живог човека као што мраз спаљује пролећни цвет, ципела од седам миља, камата која отвара пут у бестежинско стање. Људски производ одвојен од људске потребе не може а да „иза светлוצаве спољашњости спектакла“ не донесе реалитет да „модерним друштвом доминира тежња ка општој банализацији чак и тамо где су развијени облици потрошње наизглед умножили могућност избора између различитих улога и предмета“ (Дебор, 2000:16).

То не би могло без медија – посебне друштвене структуре чији се карактер од средства демократског друштва [да обавештава грађане да би могли да доносе релевантне одлуке] померио ка кључном инструменту потрошачког друштва. Баналност коју доноси „друштво спектакла“ најсажетије ће представити Енди Ворхол који је 1968. у једној реченици објаснио да ће „у будућности свако бити светски познат 15 минута“. Ворхол је већ могао да прати моћ и немоћ телевизије која је тих година постајала – централни медиј који ће повратно утицати на карактер и профиле свих претходних медија као што ће, кад учини те промене, кроз тај зачарани круг утицати и на промену саме себе. Тако ће се број медијских канала преко којих се човек може лансирати у „свет познатих“ толико умножити да ће „Ворхолова пророчанства“ постати нека врста первертоване стварности – где ће кроз таблоидизириње, скандализовање начина живота у наограничени ријлиати шоу, заиста, свако ко се потруди заслужити „15 минута славе“. А кад неко успе да потраје дуже од кардиналих „15 минута“ он ће у том друштву постати медијска звезда – „спектакуларна представа живих људских бића, пројекција опште баналности“ (Дебор, 2000:16). Читав јавни живот се тако претвара у океан стереотипа где „као специјалисти за *привидни живот*, звезде служе као објекти поистовећивања, који људима пружају надокнаду за стварност фрагментарне продуктивне специјализације у којој заправо живе“ (Дебор,

2000:16).

Оваква улога медија је, наравно, много више од простог информисања, али с друге стране, ту медиј више није средство које служи човеку већ постаје ограничење његових моћи. „Агент спектакла који ступа на позорницу у улози звезде је сушта супротност индивидуи; он је исто толико непријатељ сопствене индивидуалности колико и индивидуалности других. Тиме што ступа у спектакл, као модел с којим се треба поистоветити, он се одриче свих аутономних одлика, у тежњи да се поистовети са општим законом послушности према постојећем поретку ствари“ (Дебор, 2000:16).

Како су се медији од „средстава за информисање грађана“ – које се могло контролисати кроз цензурисање било које врсте – претворили у тоталну манипулацију читавог друштва? Некад је то било питање, пре свега, забрана да се „опасне вести“ не дотуре до накомтрешеног грађанина, који је онда у редовној процедури – која је била подигнута на моћима здравог разума – могао казнити „лажова или преваранта“ који је покушао да изведе подвалу. У развијеној медијској индустрији та врста брига је ефемерна, јер *демос* је потопљен у катран, густу масу која успорава покрете удова, затвара очне капке, пуни уши, продире у уста и ту се више ништа не може учинити неким десантом, упадом у систем. Више је немогуће одвојити лаж од истине, добро од зла, корисно од штетног, наше од њиховог, лепо од ружног. Све друштвене хијерахије су толико пута и на тако драстичне начине кидане и преправљане да успостављати ред постаје велики напор. У друштву, али и у глави човека.

На промени карактера медија у савременом, позном капитализму (што је тема овог рада) директно и пресудно су утицали:

1. Успостављање доминације „културе слике“ над културом речи – доба телевизије у новинарству које се трансформише у „индустрију забаве“;
2. Успон *адвертајзинга* – излагање друштва отвореном пропагандном утицају, а што је у „индустрији медија“ имало за последицу да приход од непосредних корисника као грађана, престаје бити основни приход, па се власници морају окренути потрошачима и њиховим посредницима;
3. Промена *врсте и карактера власништва* над медијима - што доводи до везивања медија за нетранспарентни корпоративни капитал и гура их у неограничену комерцијализацију;

4. Увођење у медије тзв. *научног менаџмента* што новинаре који су у послу обавезни да раде у складу с кодексом доводи у ситуацију или да престану да се баве тим послом или да раде у складу с захтевима који немају други циљ осим сталног увећања профита;
5. Успон *ПП*, што ће новом менаџменту проширити тачку ослоња и успоставити атмосферу потпуног презира према истинитим а „некорисним“ вестима, а онда и дефинитивно избрисати мање-више дефинисане линије раздавајања између истине и лажи и оборити и последњу брану у примисли да медијска индустрија може имати и један други циљ до увећање профита; *Спин* – као најсофистициранији метод који подразумева прикривену деконструкцију садржаја, хируршке интервенције на његовом новом лепљењу, а затим успешну контролу токова тако скројених информација;
6. *Технолошки успон* и прогрес у начелу најављују достизање невиђених могућности комуникације, али носе и ограничења која не само да поништавају те шансе него их је извесно претварају и у парцијални регрес и неконтролисане ризике;

1. "Култура слике" и хегемонија телевизија

И кад поставимо ограде које је Пјер Бурдије формулисао као ризике да се појава пренагласи као „никад виђено“ или обесмисли тврдњом да је све то „увек исто“, ми имамо основа да утврдимо да је *карактер медија* у модерном друштву увелико промењен – у складу с менама у друштву и у складу с променама које су сами медији покретали, убрзавали, прекраћивали. У ствари, овде ваља констатовати да се та промена технички установљује с комерцијализацијом телевизије која се десила педесетих година прошлог века.

Проналазак телевизије је, иначе, нешто старијег датума. Амерички историчар медија Мичел Стефанс констатује да је „електронска телевизија први пут демонстрирана 7. септембра 1927. године у Сан Франциску. Систем је осмислио Фило Тејлор Фарнсворт, двадесетједногодишњак, који је у кући без струје живео до своје четрнаесте године“ (Stephans, 1997). Али као историчар који држи до свих чињеница, Стефанс ће додати и да је 16 година раније у Русији Борис Росиг изводио врло сличне

експерименте. Прва слика коју је Фарнсворт „приказао“ била је – проста линија. „Ускоро је он своју примитивну камеру усмерио на знак долара, кад га је један инвеститор питао: А како ћемо ми да у тој ствари видимо неки долар, Форнсворте?“ (Stephans, 1997)

То у почетку и није ишло тако једноставно. Тек ће крајем тридесетих *RCA*, која је била најјача у радио-бизнису у Сједињеним Америчким Државама, инвестирати 50 милиона долара у развој електронске телевизије. Дејвид Сарнов, председник компаније, нашао је и ангажовао Владимира Козму Зворикина, рођеног у Русији а који је учествовао у оним Росинговим експериментима 1911. године. И - *RCA* је 1939. снимила и приказала отварање Њујоршког сајма на коме је говорио Френклин Делано Рузвелт, који је тако постао први амерички председник који се појавио на ТВ. *RCA* је после откупила Форнсвортов патент. Почела је продаја телевизора чији је екран био 12,7x25,4 cm. Креће и редовна производња програма, па је 17. маја 1939. снимљена бејзбол утакмица универзитета Принстон и Колумбија. Две године касније, 1941, *CBS* (*Columbia Broadcasting System*), главни *RCA* конкурент у радијским пословима, емитовао је дневно два 15-минутна прегледа вести за невелику публику у Њујорку.

Телевизија је таворила још неко време. Године 1946. само 6.000 Американаца је имало телевизор, али већ 1951. ТВ-слика је треперила на 12.000.000 екрана. У ствари, прави бум је почео 1974. године. Ојачаће и положај *ABC* (*American Broadcasting Company*). Шест експерименталних телевизија ће изнићи у великим америчким градовима. Ради се и на забавним шоу програмима који постижу изузетну популарност коју су дотад досезали само неки радио-програми, а љубитељи вести 1948. могу да бирају између 15-минутних дневника *CBS TV News* који је водио Даглас Едвардс и изума *NBC* телевизије који се звао *Camel News Caravan* који је водио Џон Камерон Свејзи и који се обавезао према спонзору да има запаљену цигарету кад год би га „хватала“ камера (Stephans, 1997). Тако је радијска-индустрија уложила паре у нови медиј и – створила дотад невиђену „златну коку“. Медиј који је преко „покретне слике“ – а није био филм због кога се требало одлазити у биоскоп већ је ушао у собу гледаоцу – обезбеђивао дотад неслућене могућности комерцијализације, с једне стране, као и савршен простор за супер ефикасну и потпуно контролисану пропаганду – јер концентрисано власништво је омогућавало надгледање садржаја и брзо ширење порука до гледаоца у интими приватног простора у коме је он био потпуно опуштен. Ускоро ће неки производи, забавни или информативни, имати на десетине милиона гледалаца.

Већ 1960. године телевизија ће одиграти кључну улогу и у политичком послу од највишег националног значаја – у избору младог и лепог председника Џона Ф. Кенедија, иначе првог католика на том месту. Истраживачи су после тврдили да би Ричард Никсон свакако добио те изборе да су се кандидати представљали на радију, али кад су се поруке претвориле из звукова и гласова у слику његов наступ је носио кључни мањак у „бирању“ у односу на конкуренцију с којом је био суочен. Џон Фиццералд Кенеди је још једном имао кључну улогу у даљем утемељивању моћи медија „покретних слика“, 22. новембра 1963. кад је телевизија забележила атентат на њега у Даласу. Догађај су видели, боље од очевидаца, милиони људи широм Америке и широм света, и то „из својих дневних соба“. Тај догађај је утврдио чињенице о „медијској моћи“ као спектаклу, али је истовремено показао убедљивије него икад да то, само по себи, не само да не доприноси утврђивању истине, о томе шта се стварно десило, него – напротив, ти милиони виђења догађаја - пут ка „оном шта се стварно десило“, у крајњој линији, учине све неизвеснијим па се лутања и нагађања умножавају до поништавања могућности да се уопште изађе из спектакла и да се суочи с реалношћу.

Ово неће утицати на преиспитивање значаја оваквог презентирања догађања јавности, него ће управо тај контролисани хаос постати велики мотив да се све више догађаја посматра на тај начин. Сложени, у различитим областима комерцијализовани и корпоративно координирани интереси ће потаћи технолошки прогрес до могућности да се читави ратови преносе као спортске утакмице: тако ће се гледати Заливски рат 1991, па инвазије Авганистана, Ирака, бомбардовање Југославије. *CNN* ће крајем прошлог века постати готово једини, у сваком случају убедљиво лидерски, „прозор у свет“ гледалаца расутих по свим континентима. Тај монопол ће *истину* толико интересно оголити да ће она изгубити сваки значај - а *CNN*-интерпретације ће постати све! У до краја поједностављеном механизму усмеравања и хармонизовања интереса великих бизниса Империје, политичких интереса Империје и финансијског механизма којим ће корпоративна медијска индустрија бити богато награђивана за обављени посао – доносећи велике профите – сва планетрана друштвена кретања, системске дисфункције, међудржавни сукоби, прошлост и будућност, важно и неважно, архетипови и митови, свет технологије и религијска учења, субјект-објекат, живот и смрт, мисли великих мислилаца - Платон, Аристотел, Декарт, Лок, Хегел, Маркс, Сартр – све те компликоване и практично нерешиве дилеме и несазнатљиви процеси приказиваће се вештим монтажама, кратким резovima и баналним речима као

параноидни сукоб добра и зла, као бајке за децу предшколског узраста, као сукоби рационалних насељеника с каубојским шеширом и неразумљиви крикови дивљака који на глави носе пера из великих крила птица грабљивица, или као напор правдољубивог брижника за национални интерес Елиота Неса и варљивих појава италијанских или ирских досељеника који су у Нови свет донели своје корупционашко-криминално-уцењивачке организације које се испрече на путу величанственог предузетништва. Телевизија ће од свега тога направити стереотипе за чију брзину систематског ширења у историји нема поређења. Једино није извесно колика је њихова трајност и ком правцу ће се кретати модификације када моћ њихових произвођача ослаби.

Телевизија је средство и катализатор – и она ће дефинитивно довести до краја неке процесе започете у окриљу штампе (сензационализам, површност, банализацију) и тако оваплотити комерцијализацију културе што је, иначе, убрзао радио и претвориће манипулацију – тоталном пропагандом (од економске, политичке, начина живота, обликовањем мисли и прањем мозга) – у стање медија, што ће се показивати као преовлађујуће стање друштвених стандарда. „Почев од друштвеног миљеа 19. века, од Бодлера, Флобера, итд. , па све до пре тридесетак година... *брз комерцијални успех сматран је сумњивим* (курзив С.Р.)“, а како каже Бурдије „битно је подсетити на чињеницу да су у историји сви културни продукти које ја сматрам – надам се да у томе нисам усамљен – и које и изван број других сматра *највишим достигнућима човечанства* (курзив С.Р.), у областима математике, поезије, књижевности, филозофије, створени одупирући се или занемарујући *ниво гледаности* (курзив С.Р.) и комерцијалну логику“ (Бурдије, 2000:43-44). „Ниво гледаности“, што иначе означава просто утврђивање броја гледалаца програма аудиомером, по Бурдијеу, носи симболичко обележје овог времена. „И тако, мало-помало, телевизија која настоји да буде средство бележења реалности постаје *средство стварања нове реалности*“, тврди Бурдије. „Све више се крећемо ка свету у којем је друштвена стварност описана прописана путем телевизије. Телевизија постаје неограничени господар приступа у свет друштвеног и политичког постојања“ (Бурдије, 2000:37).

Телевизија одбацује промишљеност, дубину сагледавања света. Она фаворизује *fast-thinking*. „Успоставио сам везу, негативну, између хитности и мишљења“, пише Бурдије и подсећа да је још Платон утврдио разлику између концентрисаних на мисао и оних других који на агори развијају домишљатости. Тако телевизија која „увек има посла са *fast-thinkersima*, са филозофима који мисле брже од своје сенке“ доноси јавности – општа места. „'Општа места', о којима говори и Флобер, јесу оне идеје које

су сви људи већ прихватили, оне су баналне, усаглашене, заједничке, то су идеје које су и у тренутку кад их прихватате заправо већ унапред прихваћене тако да се проблем њихове рецепције уопште не поставља“ (Бурдије, 2000:46). Комуникација, каква год да је директна или медијски посредована, подразумева да субјекат коме је порука упућена поседује инструментариј за декодирање примљене поруке. Брзина, поједностављивање, јурњава за што већим бројем оних који могу декодирати сваку поруку, чини телевизију медијем преко кога се, углавном, излажу „неке већ прихваћене идеје, чини вам се да је то већ раније учињено и проблем је разрешен унапред. Комуникација је тренутна зато што у извесном смислу ње и нема. Или је само привидна. Размена општих места представља комуникацију чији је једини садржај *само* чињеница да се комуницира“ (Бурдије, 2000:46).

Пјер Бурдије подсећа да „кад Декарт говори о доказивању, он заправо говори о *дугом ланцу узрока и о самом процесу размишљања*“. За промишљање је потребно време, концентрација, усмереност на проблем, а онда објашњавање које није у пречицама и сегментима. Дрastiчно ограничење времена је ту обично обрнуто пропорционално квалитету и дубини промишљања. „То што телевизија предност даје неколицини *fast-thinkersa*, који нуде *fast-food* у култури, већ сварену културну кашу и претходно промишљену мисао, то се не дешава (иако је и то део свеопште подређености критеријумима хитности) само због тога што људи на телевизији имају један увек исти адресар (кад је тема Русија, ту је увек господин или госпођа X, кад се говори о Немачкој ту је господин Y): постоје и уредници који чак избегавају да потраже некога ко би могао да уистину каже нешто“ (Бурдије, 2000:46).

И не само то постоји и приручна „радионица експерата“, погодни говорници „за нешто“ којима се на брзину склапа легенда, некакав CV, стављају се на чело неке фантомске НВО згодног имена, подигне му се на интернету неки сајт и – ето ти „независног експерта“ који дела за корист неке мутне акције. За рат у Ираку, на пример, Пентагон је регрутовао чету „војних експерата“, дакако "независних", који су у стварности били део специјалних пропагандних јединица, а кад се после испоставило да су то биле толико очигледне лажи да се више нису ни маскирале - „образ“ важних и потребних и за убудуће „независних медија“, спашаван је тако што су проказани ти плаћеници, а CNN, ABC, Fox су све лажи и ситематске преваре јавног мњења САД и света бациле на њих. Објављено је да су ти „лоши људи“ обмањивали јавности.

“Њујорк тајмс“ (20. април 2008.) није жалио труда и простора да објави праву истину под насловом: „Машина вести – Позадина војних аналитичара: скривена рука

Пентагона“ (*Message Machine – Behind Military Analysts, the Pentagon's Hidden Hand*, by David Barstow). Одједном из „океана истине“ који је окруживао рат у Ираку на површину избијају дела која се описују као „оркестрација“, „трансформација аналитичара у тројанског коња у медијима“, а то се сазнаје кад је до праведног „Тајмса“ изненада „исцурело 8.000 страна и-мејл порука, транскрипта и записа“ (Barstow, 2008). Типично амерички. Увек „процури“ у правом тренутку, кад је посао обављен. И онда се оно што више нема употребну вредност одбацује „на демократски начин“ и тако постаје коломаст за подмазивање механизма који остаје да ради исто као што је и дотад радио. Само сад без баласта. Из оних 8.000 страна се лепо види је „рат успешно продат“ светском јавном мњењу.

„На почетку 2002, у потаји спреман детаљан план за могућу инвазију на Ирак, наилазио је на препреке. Већина Американаца, показивала су истраживања, није била за увлачење земље у рат без јасне везе са нападом 11. септембра. Пентагон и Бела кућа су веровали да би војни аналитичари могли одиграти кључну улогу у помагању да се превазиђе тај отпор“, објашњава како је *све* почело „Њујорк тајмс“. „Тим за преокрет“ је била, у плаћеничку војску, регрутована чета од „75 пензионисаних официра... Највећи контингент је повезан са *Фокс њузом*, па са *NBC* и *CNN*, а онда и са осталим мрежама које имају 24-часовни програм. Аналитичари су такође прикључени *CBC* и *ABC*... неки су гостовали у радио-програмима, али су и писали *оп-ед* коментаре (то су одлично позиционирани текстови посебних зналаца који нису запослени у медију) у новинама, давали изјаве за магзине, веб-сајтове и новине“ (Barstow, 2008). Најмање девет њих је објавило *оп-ед* коментаре и за „Њујорк тајмс“, скрушено је признао дневник који се сматра најугледнијим у данашњем свету. „Ујесен и у зиму, како се ближила инвазија, Пентагон је своје аналитичаре усмерио на наглашавање опасности која прети из Ирака. Главна чињеница биће претворена у општеприсутну мантру: Ирак поседује хемијско и биолошко оружје, развијао је нуклеарно оружје, а све то једног дана може доћи у руке Ал Каиде; инвазија би морала бити брз и јефтин 'рат за ослобођење'“ (Barstow, 2008). И у септембру, по плану, све је било спремно. Аналитичари су већ стигли на терен, имали су „поверљиве“ (како се зову *поверене*) информације из највиших структура. „Аналитичари су се са господином Рамсфелдом (државни секретар за одбрану САД, прим. С.Р.) већ срели 18 пута, али то је био тек почетак“ (Barstow, 2008).

У том мутљагу од нафтног бизниса, војно-индустријског комплекса, државних послова, војних операција, политичких интереса, ствара се паралелни систем

информисања који ће сејати пропагандне полуистине и лажи, селектоване и циљане тако што Пентагон плаћа стотине хиљада долара приватној фирми *Omnitec Solutions*, а да „храни“ аналитичаре и медије преко контролисане базе података из које се „шири истина“, од чувеног шоу „*The O’Rally Factor*“, до интервјуа за *Дејли интер лејк* у Монтани са тиражом од 20 хиљада примерака“, а онда принципом осмозе се из америчких медија шири на све четири стране света. Накнадном анализом *Omnitec Solutions* извештаја сазнаје се да аналитичари добијају јасне и недвосмислене поруке и да оне онда постају вести преко којих Америка и свет „разумевају“ догађај. Једног дана „господин Рамсфелд је написао меморандум усмеравајући групно интересовање на главне тачке. Две су биле подвучене:

'Усмерите се на глобални рат против терора – не само Ирак. Шири рат – дуги рат.'

'Повежите Ирак и Иран. Иран је преокупација. Ако паднемо у Ираку или Авганистану то може помоћи Ирану'" (Barstow, 2008).

Тако то раде „независни медији“. Тако се праве дубокоумне анализе и фер и независне процене. Промисљено, плански, патриотски. А ако се неко дрзне да то каже, пре него што је тренутак (а момци из „Њујорк тајмса“ могу бити поуздан орјентир кад је баш тренутак) онда ће бити оптужен за поборника теорије завере, његова сазнања и мишљење биће проказано, а он протеран у медијски андерграунд где се вести вуку као канализација, што је за припадника средње класе и човека који верује телевизији више него сопственим очима, вредно само потпуног презира и достојно окретања главе пре и него што се погледа о чему је реч. Никога не занима што америчка војска још од отимања Кубе од Шпанаца, крајем XIX века, до бомбардовања Србије, инвазије на Ирак, разарање Либије, користи исте пропагандне обрасце, али сваки пут ојачане новом технолошом подршком и све неумеренијим цинизмом.

„Портпарол *Фокс њуза* је (поштено, прим.С.Р.) рекао“, новинару „Њујорк тајмса“ на задатку да се раскринкају лажљиви аналитичари, да његови „шефови компаније 'одбијају да буду део' овог текста“. Али „либералнији“ *CNN* неће пропустити прилику да напомене како они „готово три године нису били свесни да је један од њихових главних аналитичара, генерал Маркс, био дубоко уплетен у послове с Владом, укључујући и послове везане за Ирак“.

Кад је *CNN* унајмио пензионисаног генерала Џејмса Маркса 2004. године он је имао руководећу улогу у *McNeil Technologies* у вођењу војних и обавештајних послова. Иако би *CNN*, без сваке сумње сазнао за овакав уговор неке руске, грчке или кинеске

телевизије и извргао га општем јавном руглу, ово му је на неки чудан начин „промакло“. Како је то могуће? „Нисмо мистер Марксу онда поставили питања која је требало да поставимо“, објаснио је *CNN* у писменом саопштењу“ (Barstow, 2008). Али генерал Џејмс Маркс се искрено изненадио да је његово пословање могло бити непознато *CNN*. Готово искључено. То није била никава тајна. Напротив. Он, генерал Џејмс Маркс је за своју фирму „интензивно радио на реализацији уговора од 4,6 милијарди долара за ангажовање на хиљаде преводилаца за Сједињене Државе у Ираку“. Али кад је дошао тренутак растанка 2007. године *CNN* је одмах увидео да овај човек и није тако „чист“ каквим су га они годинама представљали милионима људи ширим света. „Увидели смо колико су његови послови широки и одлучили од тог времена да треба да прекинемо наше односе с њим, саопштио је *CNN*“ (Barstow, 2008).

Овакви велики послови медија сваки пут изнова актуелизују и протеривање интелектуалца из западне културе и јавности. Пјер Бурдије који је спадао у последње Мохиканце тог рода у интервјуу париском „Монду“ (14. јануар 1992.) упозорио је на ризике друштва у коме су *fast-thinkersi*, експерти и аналитичари преузели интелектуалне улоге: “Нема праве демократије без праве критичке противтеже. Интелектуалац је један противтег и то од највеће важности. Зато сматрам да је рушење интелектуалца критичара, мртвог или живог – као што су Маркс, Ниче, Сартр, Фуко и још неки које на 'на гомилу' сврставају под етикетом 'шездесетосмашке мисли' – подједнако опасно као и рушење јавне ствари, и да је оно саставни део истог глобалног подухвата рестаурације“ (Бурдије, 1999:14). Бурдије је ту сасвим одређен када, цитирајући Карла Крауса, „између два зла одбија да изабере мање“, и кад то конкретизује: „Ако немам нимало разумевања за 'неодговорне' интелектуалце, још мање волим оне 'интелектуалце', полиморфне полиграфе који испоручују своју годишњу квоту у паузи између два састанка управног одбора, три коктела с новинарима и неколико појављивања на телевизији“ (Бурдије, 1999:15). У расправи о телевизији коју је насловио „Нарцисово огледало“ он ће извршити прецизан увид у ту машину упросечавања свега што се нађе у додиру с њом. „Она је савршено удешена по мери менталних структура публике“ (Бурдије, 2000:66).

Бескрајно моралисање је у основи тог јавног простора препуног наизглед неартикулисане агресије и упаковане евнушке страсти. Иза свега стоји неодољиво велика понуда да човек, и не питајући за цену, а боље и не помишљајући на њу, живи у економском обиљу и сређеној демократији. У центар тог друштва се ставља што нижи просек, па се непрестано меша с малограђанском страшћу за дометима којима су оквир

галерије гацета недефинисане корисности, модне промене које осим сталних мена немају други циљ, спортски ТВ-преноси као врхунац емотивног искаљивања, кладионице у којима се кладимо на намештене резултате. То су последње луке спаса, а телевизија је катедрала у којој почиње и завршава сваки дан и пред којом настаје и нестаје сваки живот. „Са 'добрим намерама' говорио је Жид, 'ствара се и лоша књижевност', али“, каже Бурдије, „са добрим намерама ствара се и 'висок ниво гледаности'“. Цена тога је цинчни конформизам у коме је опште стање „пуштање мозга на пашу“, а где тривијалне мисли које носе безобличне масе празних јавних делатника постају „идеје водиле“, тј. идеје дезоријентације читавих генерација. Наши телевизијски водитељи дневника и дискусија и наши спортски коментатори постали су *мали саветодавци* који се претварају у портпароле типично малограђанског морала који говоре „оно 'што треба да се мисли' о ономе што они називају 'проблемима друштва'... Иста ствар се дешава и у областима уметности и књижевности: најпознатије такозване књижевне емисије служе – и то на све понизнији начин – већ установљеним вредностима, конформизму и академизму, или пак само тржишним вредностима“ (Бурдије, 2000:66).

Преносећи слику као „један од кључних појмова наше културе“ (Пјер Гиро) телевизија је „стекла превласт над свим другим медијима: сада она одређује правила и одлучује о њиховој примени“, констатује Франсис Бал разматрајући „моћ медија“. Као у јавном животу телевизија сада постаје мера свих ствари и у свету медија и културе. „Она одлучује и о учешћу информација, забаве и културе у програму; истовремено, даје себи право да одређује и крајње циљеве самог друштва, интелектуалних и политичких збивања, не заобилазећи при том оно мало преосталог уметничког живота“ (Бал, 1997:55).

„Глумити иконокласта“ у цивилизацији која се „заветовала слици“ спада у донкихотовско расипање енергије. Јер, у поређењу са сликом, људски живот је безвредна појава. Може се то звати отуђење, алијенација, дехуманизација, али милијарде људи су били сведоци-посматрачи „потресних слика лица Омеире, латиноамеричке девојчице коју су заробили водена стихија и блато изазвани ерупцијом вулкана који је уништио њено село. Пред камерама Бета-СП које су држали наизглед неосетљиви камермани, девојчица је звала у помоћ и тражила своју маму, онако како би то урадило било које дете на свету, док се у њеним тамним очима назирао очај. Агонија у директном телевизијском преносу. Или савршен медијски злочин...“ (Бал, 1997:59)

Графика бр. 10 Колико се телевизија гледа у домаћинству, по земљама



(Извор: OECD's *Communications Outlook 2007*, *Economist*, Jul 19th, 2007. Истраживање показује и да се у 15 од 18 посматраних земаља време које породица проводи пред ТВ екраном стално повећава.)

Статистичари су израчунали да у дому просечног Американца телевизор „гори“ до 7,5 сати (Stephans, 2000:7). Такав начин трошења времена има тренд раста. А кад се томе времену дода спавање и време проведено на раду, један дан живота је једном трећином окупиран ТВ-имагинацијом која постаје замена за толико других ствари с

којим се породица сусретала или активно учествовала - у „предтелевизијском добу“. Амерички рачун показује да се појединац пред екраном дневно директно „веже“ од два и по до пет сати. Данашњи човек седам пута више гледа „покретне слике“ него што чита (Stephans, 2000:7). Људско биће је, очигледно, прикључено на телевизор као на адаптер који му транспонује стварност у кодове које он прима као концентрат од кога његов мозак, његови снови, његова расположења „живе“ до следећег пуњења.

„Веб (World Wide Web) ће постати веома важан”, говорио је 1996. године Стив Џоб, пионир и визионар компјутерске технологије, и један од оснивача *Apple Computer*. Онда је на то додао: „Али никад нећемо видети како Веб постаје оно што је на наше очи постала телевизија... Никад неће бити тако утемељен “ (Stephans, 1998:7).

Графика бр. 11 На ком медију човек слуша вести (у САД)

ГДЕ СУ ЉУДИ ЧУЛИ ЈУЧЕРАШЊЕ ВЕСТИ



(Извор: PEW RESERCH CENTER , June 8-28, 2010)

„Непрестани дуел између новинарства и слике је неравноправан“, рећи ће француски социолог Франсис Бал, „јер слика сваким даном осваја нове просторе. Обичан 'Полароид' без икаквог напора приказује оно што ни хиљаду речи не би могло

да опише. Објашњење је у том случају споредно“ (Бал, 1997:59). Слика која је опчињавајућа и вишезначна, доводи до битне промене друштвене перцепције, јер за људе у „цивилизацији слике“ тачка ослоња је померена. „Догађај који није снимљен, 'реално' се није догодио. Сукоб мањих размера, али приказан на телевизији, имаће већу тежину од катастрофе која се одиграла негде далеко од камере. Захваљујући постојњу катодне цеви, девиза Светог Томе постаје закон: верујемо само у оно што видимо... на малом екрану“ (Бал, 1997:62).

Тврдећи да „телевизија постаје неограничени господар приступа у свет друштвеног и политичког постојања“, Пјер Бурдије то илуструје предлогом за „конкретну акцију“: „Пођимо од претпоставке да ја данас желим да добијем право на одлазак у пензију у педесетој години.“ Некад би се човек спремио да јавност сазна за његову идеју тако што би марљиво и дуго скупљао истомишљенике, организовао их, припремао излазак у јавност, онда цртао плакате и писао пароле, дефиловао с својом групом улицама, кренуо на Министарство просвете... „Али данас пре свега треба узети – можда мало и претерујем – једног саветника за комуникације с медијима. С намером да привучемо медије, извели бисмо неколико трикова који ће привући пажњу: прерушили бисмо се, навукли разне маске и на телевизији бисмо створили ефекат који не би био далеко од оног изазваног уличним протестом 50.000 људи“ (Бурдије, 2000:38).

Семиолог Пјер Гиро тврди да су у „култури слике“ кључни у процесу убеђивања (политичка, културна, економска пропаганда) „знакови ствари“, као, уосталом, „што и ми себе убеђујемо да смо и 'ми сами', знакови међу знаковима, на тој позорници на којој играмо сопствене улоге“ (Гиро, 2001:126. Манипулација сликом постаје „опијум за народ“ у коме се јасне слике потапају у брзак и вирове, тону и блескају, а бившем грађанину коме су објашњавали да ће му све бити јасно као на длану стално се врти у глави: „Краљеви су некада били синови богова који су их слали на земљу са лозом и кукурузом; данас су председници створења телевизије која су сишла на митски екран између маргарина и прождрљивих ензима“ (Гиро, 2001:126).

Међутим, процес „силовања маса“ [како је то сликовито назвао Сергеј Чакотин (Sergei Stepanowitch Tschachotin) чувени Рус који је своју незаобилазну теорију манипулације развио у окриљу немачког социјалистичког покрета тридесетих година] врло је сложено кретање, вишеслојно и никад до краја објашњиво и разумљиво, ни самим манипулаторима. „*Mass-media* могу да појачају неко мишљење које већ постоји или да га мало измене, али ретко могу да га преокрену“, писао је 1970-их француски социолог Жан Казнев, на основу увида у тада позната социо-психолошка истраживања.

„Истинске промене“, тврдио је он, „пре потичу од деловања људи једних на друге, а још тачније извесних субјеката који играју улогу 'лидера мишљења'. Они су и сами, истини за вољу, подложни деловању *mass-media*, тако да се утицај радија и телевизије испољавао двосмерно, а лидери мишљења служе као посредници“ (Казнев, 1976:108).

Тих година смо, што би рекао песник, „волели много, ал' су мало волели нас“, па су се и резултати „напредовања“ телевизије заиста више тицали „социологије еволуције него социологије акције“, али се зато данас посматрач пре може слагати са „песимистичким пророцима“. Сва стара „нагађања оптимиста“ данас могу да се убришу са неколико реченица осредњег сумњивца; „Често се наводе анатеме канцелара Чикашког универзитета: 'Видим да долази време у коме, због утицаја телевизије, амерички народ неће умети ни да чита ни да пише, и водиће живот који се може упоредити са животом животиња.'“ И Казнев се суочавао с увидом да се радију и телевизији „пребацује да спуштају културни ниво на просечност и да своде укусе маса на осредњост *на коју је, на крају, навикава* (курзив С.Р.). Она [телевизија] одузима време онима који би могли да га испуне читањем и размишљањем. *Каже се и да сазнања добијена без напора и у стању опуштености које одговара доколици нису обогаћујућа* (курзив С.Р.). С друге стране, аудиовизуелни поступци, као што смо већ видели, ризикују да афективне психичке снаге *преплаве интелектуалне функције* и да тако васкрсну неку врсту препотопског менталитета. Исто тако је очигледно да се сазнајни елементи, извитоперени разним емисијама, приказују у нејединственем облику, тако да садрже оно што А. Мол назива 'мозаичком културом' сасвим друкчијом од организоване и систематизоване културе која је идеал кохерентног образовања. Али, према МекЛуану, свет средстава електронске комуникације *ослобађа мисао*, која је у фази писане културе општила са спољшним светом само посредством јединствене шифре, шифре писане речи. Радио и телевизија нам омогућавају да се служимо свим својим чулима“ (Казнев, 1976:112).

Пола века касније између „добрих“ и „лоших“ ствари из електронске понуде преовлађују оне којих се плашио онај добри човек с Чикашког универзитета. Али, вредно је да се не заборави она тврдња да електронски медији само појачавају оно што јача – јер, ово је време дубоке друштвене кризе капиталистичког друштва а која је тек последица немогућности заједнице да савлада „лоше трендове“.

Још 1971. године Пјер Гиро је писао да „ми бар почињемо да сазнајемо да живимо међу знаковима и да схватамо њихову природу и моћ. Ова семиолошка свест би, сутра, да постане главни јемац наше слободе.“ Напредовала је тахнологија, расли су

профити, сиромашили су грађани, култура је постала масовно добро, мали екран је постао огњиште безмало сваког дома на планети... И „врло је очигледно да је у многим случајевима породични скуп открио у телевизији могућност окупљања за време слободних часова, нарочито увече“. Али иза „хладне идиле“ се дизала нова стварност, јер је било „реч о чисто физичком присуству код куће“. „Окупљање родитеља и деце испред малог екрана, каже Мекоби (Massoby), има смисла само у извесној мери друштвеног смисла, ако се ограничава на поделу истог перцептивног искуства. Оно чак може, у крајњем исходу, *имати и кобне последице* (курзив С.Р.), јер, на пример, праћење програма замењује неку другу врсту разговора... породичне навике су поремећене... Интимност је замењена контактом са спољашњим светом; породица је како каже Димент преплављена јавним збивањима“ (Казнев, 1976:120-121).

2. Адвертајзинг

Реклама је у Европи и дуго после Другог светског рата „схваћана као симбол вулгарности и меркантилизма“ (Бал, 1997:103). И крајем деведесетих Франсис Бал је могао писати да је реклама која је „колико јуче представљала пијацу, била средство а не циљ; данас постала *културна дисциплина* (курзив С.Р.) која је сама себи циљ. Жак Сегал је 1984. године објавио бестселер *Син рекламе* („Fils de pub“) ... у којој је наговестио незадржив успон рекламе на хит-паради професија... Култура рекламе: тиме је све речено“ (Бал, 1997:103-104).

Американци су *то* звали – адвертајзинг. Стјуарт Ивен, аутор књиге о „адвертајзингу и друштвеним коренима потрошачке културе“ која је доживела тридесетак издања успотавио је ред ствари у настанку тог феномена: „Масовна производња тражи масовну потрошњу, а онда се, мислим, повећавао број бизнисмена који су почели да причају о начину како би људске инстинкте требало мобилисати да потрошња постане обавеза“ (Ewen, 2001:8).

Та вештина, која ће се знатно касније огртати псеудонаучним пелеринама, у елементарном облику настала је у XVIII веку. Новине би одвојиле неки део, обично на крају, да по жељи иницијативног предузетника *огласе* неки његов производ, услугу, асортиман његове радње. Ништа спектакуларно. Неколико редова, а ако се доплати и илустрација. Новинари су то доживљавали као бедастоће, али пошто газда јури сваку пару... У ствари, на то се није трошио ни презир.

После Првог светског рата, распада великих империја, и наново расподељених улога на светској шаховској табли – у Америци је средња класа заузела активније место у друштву. У прерасподели друштвених вредности они су се изборили за повећање свог дела. У освит великог успона потрошачког друштва и дефинитивног заокруживања конзумеризма као начина мишљења који одређује правила живљења, уследило је и усавршавање средстава и метода којима би се „велики задаци“ могли извршити. Било је време за „нови модел“.

Кад би дотадашњи купац дошао у бакалницу, сачекао би га верзиран продавац који је „познавао своју робу, познавао потребе купца и на основу тог знања је покушавао да ту робу прода“ (Фром, 1969: 125). Било је ту оног „сваки Цига свога коња хвали“, али „то што је [продавац] говорио морало је да буде прилично рационално и паметно“ (Фром, 1969: 125). Обојица су били на земљи. С обе ноге.

Лепо, топло људски, „нема лажи, нема преваре“, али новац се недопустиво споро селио из џепа купца. Наговарати неког рационалним разлозима, и с људским обзирима, за капитал је неподношљива „патња“. Хитне промене су биле неизбежне. Морао се *променити купац*.

Не наговарати га, таман посла цењкати се, него створити – *новог купца*. И зато се, наводи Ерих Фром, „таква реклама служи сваковрсним средствима да на купца остави утисак: честим понављањем истог обрасца; [после ће се за то „повнављање лажи сто пута“ све док она не постане потребна „истина“ оптужити Јозеф Гебелс, који је то као добар ђак научио од Кока-коле (Рељић, 2011:86-87), али се од самог поступка никад неће одустати ни у једном сегменту „продаје“ роба и идеја]. И „утицајем ауторитативне слике као што је слика госпође из високог друштва или познатог боксера који пуше извесну врсту цигарета; привлачиће купца и у исти мах слабећи његову критичку способност сексипилом какве лепе девојке;... или опет подстичући га да сањари о изненадној промени коју ће куповањем неке кошуље или сапуна изазвати у читавом току његовог живота“ (Фром, 1969: 125).

Шта је, у ствари, најбитније: „Сви ти методи у *суштини су ирационални*; они немају никакве везе с каквоћом робе, а попут каквог средства за успављивање или праве хипнозе гуше или убијају критичке способности купца.“ Пошто се ради о друштву у коме је тржиште као *spiritus movens* у неизбежној корелацији с демократијом (где такође имамо перманентну конкуренцију, идеја, људи и група)

успешни методи ће се преливати из економске сфере у друштво и креирати „дух времена“. „У ствари, ти *методи отупљивања способности за критичко мишљење* опаснији су за нашу демократију од многих отворених напада на њу и неморалнији – у погледу људског интегритета – од скаредне књижевности, чије објављивање кажњавамо“ (Фром, 1969: 125-126). (Ех, које је то време кад је скаредности било само у књижевности!)

Двадесетих година прошлог века „слободни медији“ (новине, али већ и магазини и – велики технолошки искорак – радио!) улазе у симбиотички однос с адвертајзингом. Све веће паре су у питању. Новинарска надобудност и храброст све више изгледају као симпатичне „старе добре лудости“. Не заслужују ни презир. „Лаки страјк плесни оркестар“ (*The Lucky Strike Dance Orchestre*) постаје најпопуларнији радио шоу на планети, Кока-кола, која се дотад профилисала као медицински еликсир, улази у „велико славље добрих времена“ као „храна среће“ (Hadoww, 2009). „Веселје се шири на све стране“, а медији убрзано усвајају вредности корпорација које и њима доносе неслућене профите. Ко би томе одолео? Узмимо пример који јасно показује тренд: „Године 1918. укупна сума за адвертајзинг у магазинима била је 58,5 милиона долара. Већ 1920. сума је достигла 129, 5 милиона долара, а 1929. била је 196,3 милиона“ (Ewan, 2001:32). У ово није урачунато оглашавање у новинама, нити директно плаћани адвертајзинг што је представљало много већи део суме. Али, улога адвертајзинга је била и већа од обичног привлачења зарада и профита. „Масовна производња је захтевала едукацију маса“, објашњавао је 1931. теоретичар Едвард Филен и то такву да „маса морају да се обучавају понашању као људска бића која живе у свету масовне производње“ (Ewen, 2001:54).

Цвета и пратећа псеудонаука, али се сад већ појављују и озбиљни гласови упозорења. Стјуарт Чејз и Фредерик Шлинк су 1927. објавили књигу „*Вредност вашег новца: студија о траћењу потрошачевог долара*“ (Stuart Chase, Frederick J. Schlink *Your Money's Worth: A Study in the Waste of the Consumer's Dollar*). Прегрејаној јавности аутори јављају да их „оглашивачи у суштини праве мајмунима“. Књига је била бестселер а и данас је актуелна. Била је то најважна преокрета који ће две године касније покренути „слом у Волстриту“. А, те 1929. адвертајзинг је прокажен као један од криваца. Друштво које као да се пробудило после дугих ноћних машкарада, између осталих је упрло прст и на – оглашивачко лудило. Влада и јавност су заузели одлучан став против „промовисања претеране потрошње“. Најогорченији су говорили и како су

те агенције и ти „мајстори лажи“ – на које је америчко друштво те 1929. већ давало и до 3,5 милијарди долара – прикривени „комунисти и антиамерички мрачњаци“ (Nadoww, 2009).

„Мајсторе обмане“ у живот је вратио напад Јапанаца на Перл Харбур, на крају 1941, и одлука Америке да не остане изван великог светског ратног сукоба. Истог трену огласне агенције су понудиле држави своје „добре услуге“, а у марту 1942. је основан и *Савет за ратни адвертајзинг*. Урађено је бар 100 великих кампања у које је отишло милијарду долара. Садржаји порука су „постављени на главу“. Адвертајзинг агенције су се окомиле на потрошњу као највећу пошаст. Подржава се ратно „рационисање“ потреба јер то омогућава да подела елементарних добара буде фер „и за тебе“. Или: „Облачити се екстравагантно у ратно време је непатриотски“ (Nadoww, 2009). Са истим жаром као некад, сад су „продаване“ антипотрошња и патриотизам. Амерички војник, пуши „марлборо“ и зато побеђује самог ђавола, а с гутљајем хладне кока-коле уништавање непријатеља иде лакше. Ратна Америка је чврсто пригрлила корпоративни „бренд Америка“. Најуверљивије објашњење за такву врсту дубинског разумевања дао је Френк Презбри у књизи *The History and Development of Advertising* (1929) : “Националном адвертајзингу, уочио је Презбри, може се најпре приписати највећи допринос у повећању националне хомогености, и уједначавању идеја, што је због мешавине раса, овде неупоредиво важније него у европским земљама чије је готово целокупно становништво једне расе и могуће га је лакше национализовати у сваком случају“ (Ewen, 2001:41).

Радећи све ратне године предано и крајње ефикасно за „општи интерес“, агенције су себи прокрчиле пут за наставак посла у новом миру. Остао је у земљи победници забележен и један од ретких покушаја 1945. да се „терор рекламе“ врати на преткризни ниво. Вилијам Бентон, иначе и сам из адвертајзинг бизниса, затражио је од Федералне комисије за комуникације да ограничи „слободу“ уплива „огласног бизниса“, јер он „уништава квалитет садржаја који се емитују на радију“. Такви јавни ауторитети као што су *Њујорк тајмс*, *NBC* или *CBC* су то одбили као „недемократски“ приступ (Nadoww, 2009). И – „златна ера адвертајзинага“ је могла да почне.

Уместо војника који су обавезно у рату сликани с цигаретом у руци, у америчку – па и светску – јавност је могао да ујаше Марлборо Мен. Долазећи из легенде Старог Запада, чврсто на патриотском тлу, икона каубоја је могла да позове и старо и младо –

да запали цигарету. Иза сладуњавог дима отвара се цеста којој се није видео крај (Hadoww, 2009). Тако је 1964. године (19 година после одласка Хитлера и без обзира на то што су он и нацисти претворени у звери) могао да се промовише и Хитлеров „фолксваген“ као „револуционарно возило за нове генерације купаца аутомобила“. Међутим, то никако не значи да је адвертајзинг идеолошки неутралан. Напротив. У том периоду „широке комерцијализације и урбанизације, та идеја *слободног света (Free World)* коју карактеришу *робе*, успоставила се као пацифистичка социјална етика... где је стриктна улога конформности повезана са патриотским императивима у антикомунизму, хладним ратом и макартизмом“ (Ewen, 2001:191). Френсис Келор, директорица Америчке асоцијације новина на страним језицима, видела је у утицају адвертајзинга на имигранте „одговор на бољшевизам“. „Идеја масовне потрошње, или у најмању руку масовна потрошња као комерцијално животан одговор на 'класно мишљење', такође је налазила свој удео у адвертајзингу.“ Тако повезана са „политичком идеологијом потрошње, *демократија* се појављује као природан израз америчке индустријске производње“. На крају следи да је „изједначавањем потрошње роба са политичком слободом та конфигурација постаје могућа“ (Ewen, 2001:88-89).

Као никад у историји, у вртоглавом успону технологија, употребом слободних медија, развијане су методе да купци могу „на миру“ да купују све више робе које су се све мање могле повезивати са колико толико реалним људски потребама. На том подручју нема рационалних ограничења. Јер се модерна реклама „не обраћа разуму него емоцији; као и свака друга *хипноидна сугестија* она покушава да на своје предмете утиче емоционално, а да их затим натера *да му се потчине интелектуално*“ (Фром, 1969:125).

Крајем педесетих Ванс Пакард (Vance Packard) је објавио незаобилазну књигу *Скривени убеђивачи (The Hidden Persuaders)* која на најверљивији начин објашњава Фромову тезу. Прва глава је носила наслов: „Продор у дубину психе“, а онда се ређају приче о „удицама“, о „провлачењу поруке кроз нашу свест“, о „уграђеним сексуалним нагласцима“, „продаји симбола“, „психолошком завођењу деце“, „производњи душа“, употреби психоллингвистике, увођењу психологије... (Пакард, 1994)

„Живо, атрактивно, забавно и донекле застрашујуће излагање о томе како произвођачи и политичари намеравају да претворе Американца у човека од

пластелина, који ће купити, дати или гласати на њихов захтев“, писао је тада о Пакардовој књизи, с нужним обзиром, *Њујоркер*. Кад је за једно од издања дописивао „Епилог – осврт на скривене убеђиваче у 1980.“ Пакард је подсетио да је у међувремену стигла телевизија богомдана за усавршавање већ савршених „могућности комбинацијом боја и покрета“. И „свет је претрпео дубоке промене које се огледају у стилу живота, расположењу људи, организацији породице, медија...“ Још од тих касних педесетих година потрошња је упадљиво расла, али не без парадокса. „Велике породице, као и велики аутомобили, хваљени су и, заиста, у просечној америчкој породици било је 3,7 деце. По мишљењу трговаца, више деце значило је и више будућих потрошача. Данас је просечан број деце пао на 1,9“, сводио је рачун Ванс Пакард 1980 (Пакард, 1994:286).

Али никаква рационализација и упозорења неће моћи зауставити, како је крајем деведесетих писао Џејмс Твичел „тријумф адвертајзинга у америчкој култури“. „Као тинејџер ја сам 1950-их читао Ванс Пакардове *Скривене убеђиваче*, *Човек у сивом оделу од фланела* Слона Вилсона и мало касније *Кључеве узвишеног завођења* Вилсона Брајана и *Богато друштво* Џона Кенета Галбрајта. Они су писали да је адвертајзинг прилично лоша ствар и да његови подржаваоци разарају америчку културу. Адвертајзинг нас усмерава да чинимо све те страшне ствари које ми не желимо да чинимо.“ Твичела, који представља већинску Америку, то како пише у уводу своје књиге *ADCULTusa – the Triumph of Advertising in American Culture*, мотивисало да „баци бомбу“ на тај упарађени и нашминкани свет. „Управо супротно – овај поглед на односе с јавношћу и адвертајзинг стварало је код мене још већу жељу да будем део тога. Ако Медисон Авенија заиста ради као су ови аутори тврдили, онда је то управо место за мене“ (Twitchell, 1995:xi).

Иако је, као што је уочио Пакард деце било све мање, профити „скривених убеђивача“ нису падали. Пошто су пређене моралне и друштвене границе, на ред су дошле и државне, дошло је време за „освајања света“. Говорило се о покретачкој снази глобализма, а поход је означен као глобализација. Већ 1989. иза прашине од пада Берлинског зида разазнавала се цифра од 167 милијарди долара глобално трошена на оглашавање. До 1998. издаци за адвертајзинг „порасли су на 276 милијарди долара ... од чега је највећи део потрошен у Северној Америци. Европска потрошња порасла је у истом периоду за готово 40 одсто (на 83 милијарде у 1998). Европа учествује са око 30 одсто у светском утрошку на оглашавање“ (Бригс, Кобли, 2005:64-65).

Табела бр. 8 Утрошак на оглашавање по становнику на пет највећих тржишта у 1989. и 1998. (у америчким доларима)

	Велика Британија	САД	Немачка	Француска	Јапан
1998	293,4	415,9	241,8	166,0	207,4
1989	191,1	291,6	175,4	129,7	234,9

(Извор: *World Advertising Trends*; World Advertising Centre)

„Адвертајзинг је глобална економска и културна индустрија“, моћи ће у једном „Уводу у студије медија“ (Clio, Београд, 2005) да напише Јан Мекрури, британски комуниколог. „На почетку новог миленијума годишњи светски утрошак приближио се цифри од 300 милијарди долара.“ А то адвертајзинг ставља „у средиште стварања савременог медијског поретка, који у великој мери зависи од прихода који доноси оглашавање“.

Остварује се Фромово „пророчанство“ да је овако развијано и контролисано јавно мњење, као „анонимни ауторитет“, велики ризик за демократска друштва и да се на појаву Хитлера у Немачкој и негацију демократских начела и устава не сме гледати као на изоловани случај у демократским друштвима. Велики друштвени идеал „слобода мишљења и говора“ дефинитивно је увучен у мутљаг из кога се не види излаз, јер „*право на изражавање мишљења значајно је једино ако смо у стању да имамо властито мишљење*“ (Фром, 1969:215-216).

Данас, осам деценија после, „као у одвратном римејку холивудског блокбастера, драма из 1929. је почела да се одиграва баш пред нашим очима: *Мејнстрит* (у америчкој култури симбол за свет који живи од свог рада, малог и средњег бизниса, прим. С.Р.) јесте пропао, *Волстрит* (симбол корпоративне бескрупулозности, прим. С.Р.) опљачкао нас је, *Медисон авенија* (од 1920. симбол за адвертајзинг индустрију, прим. С.Р.) јесте у кризи“, записао је Даглас Хедоу, зналац медијских тема и колумниста угледног магазина „*Adbusters*“. „Али у чему је преокрет: 1929. масовни медији и њихови изданци, масовно тржиште, управо су се успостављали. У 2009. ми гледамо прве велике сигнале њиховог колапса.“ Адвертајзинг је изузетан продукт

капитализма 20. века. И као такав директно одговоран за кризу која је – у току. Као што је био и део кризе из 1929. и свега што је она после донела – док 1945. победници нису окончали „кризу цивилизације“.

Табела бр. 9 Колико медији САД зарађују од адвертајзинга 2009 и 2010, са пројекцијама трендова до 2015. године (у милијардама долара)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ТВ	53,8	59,0	60,5	64,5	65,0	67,0	68,0
Интернет	22,7	25,8	28,5	32,6	36,0	40,5	44,5
Новине*	24,8	22,8	21,4	20,7	20,2	20,0	19,8
Радио**	14,3	15,3	15,7	16,4	16,7	17,1	17,2
Директоријуми*	10,3	9,3	8,2	7,3	6,5	5,7	5,0
Магазини*	15,5	14,7	13,9	13,2	12,6	12,1	11,6
Билборди	5,9	6,1	6,4	6,8	7,1	7,4	7,6
Тотал	147, 2	153,0	154,6	161,5	164,2	169,8	172,6

Белешка: * само штампани; ** без радио програма који се емитују преко интернета; овај извештај је објављен 6. априла 2011.

(Извор: www.eMarketer.com)

У постадвертајзинг добу, како се већ неко сетио да згодно опише дубоку кризу, у расправама које се воде у угроженој адвертајзинг-заједници, с лакоћом која је својствена кетманима, сећају се изненада Линколнове (варијације постоје широм света) досетке: „Можеш цео народ варати неко време, можеш неке људе варати читаво време, али не можеш све људе варати све време.“ Хоће се рећи, да је време да се с „лажима и преварама“ раскрсти. Окреће се лист, ако се већ мора. Али, да ли је та врста промене уопште могућа у овој делатности?

Ипак је лакши део посла сводити рачуне и рационализовати ситуацију: „У 20. веку имали смо маркетинг монолога. Ми смо чинили највише – ако не и све. Очекивали смо да потрошач слуша. Сада, у XXI веку, окрећемо се дијалогу. Потрошач жели да га се слуша“, филозофира Џон Хејс, менаџер *Американ експреса* (Creath, 2010). Што би се рекло, у будућности ће компаније које се „држе истине“ – где су прокламације о тој одлуци и речи тек мањи део – бити знатно успешније. Али чекајте, досетиће се Брајан Крит: „Проблем је управо толико мрачан и тајновит да се само неколицина усуђује да о њему говори: Маркетинг уопште није тако добар у саопштавању истине. И никад није био.“ Свом блогу објављеном у априлу 2010. године

Крит је дао наслов „Истине у маркетингу. (Да ли ће то ико купити?)“ (Creath, 2010).

Мембрана која је одвајала маркетинг од „оригиналног“ садржаја у „слободним медијима“ одавно је толико подерана да је „мешање“ озбиљно узело маха. Толико да постоје велики медији у којима се уопште не прави разлика између та два садржаја. А као што то увек бива у кризама, кад нестаје „погонског горива“ размишља се о алтернативама. Модел „слободног новинарства“ какав данас познајемо у темељу је угрожен. Такав какав је преживети неће. Јер, ко ће то да плаћа? Читалаца, слушалаца, гледалаца који имају поверења у тај модел је све мање. Они имају и све мање пара. Кад је *Лос Анђелес тајмс* банкротирао 9. априла 2010, у огласу који је дизајниран као насловна страна њиховог листа, новинари су оптужили своје послодавце за „прављење ругла од нашег интегритета и новинарских стандарда“. Све више медијских пропаста обелодањује све више, али сада и врло мало смислене – истине. Неделотворне, свакако. Јер кукњава новинара сада звучи као глас преварених проститутки.

Адвертајзинг-индустрија грозничаво пребира по „остацима остатака“. Медији који опстају, без задршке продају последње остатке зидина на којима се донедавно подизао мит о слободи медија – мит који је деценијама означаван као „четврти стуб демократије“. Кад је велика Фокс телевизија испред својих великих звезда у емисијама вести умувала шољу Мекдоналдсове ајс-кафе био је то знак да више граница нема. „Дневници“ широм света су спремни да се ките огласима као новогодишња јелка. Смртни загрљај преслободног адвертајзинга и (не)слободних медија?

Досад су натрухе забаве, лаког приповедања и олакшавања озбиљних садржаја у вестима описиване као *infotainment*. Отишли смо корак даље. Ово је *consum-o-tainment* (Hadoww, 2010). Безочна борба у качењу за „последњи воз“.

Ово су већ друштвене размере Велике кризе која је оглашена као финансијска, октобра 2008, и чији је нови велики талас ударио 2011. године. Поглед уназад показује да су се стари Латини и остали оптимисти узалуд надали да људска врста носи у себи способност да, ипак, „учи од историје“. Не само што је 1929. била очигледна и незаборавна настава куда води Велика лаж, него су о том случају написане и многе и добре и озбиљне књиге. Изгледа да претварање свих људских моћи, знања и способности у индустрију и успостављање новца као јединог мерила ствари, носи у себи клицу самоубиства тако организованог друштва. Али кад о темеље тог друштва ударе бучни таласи профита, ту поруку од еха и општег весеља нема ко да чује.

Никакав Адам Смит, Маркс, Кејнс или Франкфуртска школа нису могли да пошаљу поруку која би обуздала „зов новца“.

Не само што ту ништа не може наука, од помоћи нису ни поруке духовне, чије је утемељење изван човека, на небу. Поглед уназад ће показати да је, на пример 1997. ватикански Савет за социјалне комуникације објавио невелик приручник „Етика у адвертајзингу“. Објашњено је становиште Римокатоличке цркве да је „адвертајзинг, *употребљавајући медије као средство*, прожимајућа и моћна сила у обликовању односа и понашања у данашњем свету“, што неминовно доноси моралне проблеме, од којих је највећи – неограничено подржавање конзумеризма. Јер као што је папа Јован Павле Други објашњавао у говорима на које адвертајзинг-гуруи нису обраћали пажњу: „Није лоше желети живети боље. Оно што је погрешно је животни стил који претпоставља да је боље ако сте усмерени на 'имати' него на 'бити'.“

Све је ово чисто „филозофирање“ за једну дисциплину којој је основна активност и сва филозофија „омамљивање људи“. Иначе, адвертајзинг никад није за своју одбрану тражио мислеће људе. Чему? Ту је све једноставно: ти даш пожељну идеју, они паре. Код конзумеризма се увек ради о – рају на земљи и збирци платних картица као најупечатљивијих посланица нове библије. Ту је сва идеологија у обећању да ћете сви бити „примљени“ у средњу класу – да и не знате, нити вас интересује, ко вас води и ко одлучује – а све ће бити запаковано у сладуњаве лајф-стајл дилеме.

А кад се пробудите – на вратима звони Велика криза. Да, тако они који управљају бродом који личи на онај из Фелинијевог последњег филма називају своје проблеме. А што је најгоре, сви ми смо научени, а и физички присиљени, да све то разумемо као „нашу кризу“. Јесте, и ми смо учествовали. Слободно смо могли да бирамо између „кока-коле“ и „пепси-коле“. Што смо преферирали „кока-колу“ морамо сад сами да сносимо последице. Ко зна како би свет изгледао да су се Океанија, Евроазија и Истазија у судбоносном тренутку одлучили за „пепси“? Мада би вероватно јунак популарног америчког нискобуџетног филма могао да каже исто: „Ох, Америка, желео бих да вам кажем да је ово још увек Америка, али ја схватам да не можете имати земљу без народа, а овде народа нема. Не, драги пријатељи... ово су Сједињене Државе Зомбиленда“ (Hadoww, 2010).

2. Власништво медија

Средином шездесетих година прошлог века корпорације су, изненада, почеле да купују акције значајних новина. „Окидач је Волстритово откриће најчуваније тајне америчке штампе“ (Bagdikian, 1992:11). Деценијама су амерички издавачи новина гајили привид о својој дубокој посвећености свевременским вредностима Првог амандмана и сталном друштвеном напору у заштити демократије, па је било помало непријатно питати их за зараде. „Свети новинарски простор“ истицао је своју – друштвену улогу, заштиту грађана, храброст новинара, митска херојска дела која су обично настајала у сукобу с неким „мрачним силама“ иза који је стајао свемоћни Левијатан. А „истина је била да је већина дневних новина била високопрофитабилна“ (Bagdikian, 1992:11-12).

Већина великих америчких новина, као „Њујорк тајмс“, „Вашингтон пост“ или „Лос Анђелес тајмс“ основана је у XIX веку. Утемељитељ је обично био „моћни патријарх“ који је знао посао, изузетан предузетник, сналазио се на највећим искушењима. Иметак се увећавао. Адолф Окс, на пример, 1896. године купио је „Њујорк тајмс“ за 75.000 долара, а фирма седам деценија касније је вредела милионе. Шездесетих година на делу је већ била трећа-четврта генерација наследника који су као све већа „доколичарска класа“ живели од богатих дивиденди. „Већина тих рођака није емотивно везана за новине и тешко да су спремни да одбијају богате понуде за своје акције“ (Bagdikian, 1992:12).

Сложени породични односи са придошлим зетовима и снајкама, са потомцима који желе да изађу из сенке „оца породице“ или их једноставно интересују друге ствари, учиниће промену власништва нормалном. На пример: „У Лусвилу, у Кентакију, породица Бингам створила је један од најуспешнијих листова у земљи. Године 1986. деца су се посвађала око имовине и једна кћерка, која је годишње повлачила 300.000 долара дивиденди, продала је мањински пакет акција ланцу *Gannett* за 84 милиона долара. (*Gannett* је на крају купио читаве новине)“ (Bagdikian, 1992:12). Сви велики предузетнички успони носе у себи нечег витешког, сви распадају успешних предузећа одишу ђифтинском лакомислености. Овај пример из Лусвила микрокосмос

је читавог процеса. Породично власништво, као последња веза с „херојским временима“ постајаће анахроно. Био је то пут без повратка.

С друге стране, тих шездесетих година телевизијски бизнис у Америци већ је озбиљно концентрисано власништво. Телевизија се у Европи, иначе, развијала као државни монопол а у Америци као приватни, корпоративни бизнис. Зато су у САД процеси који су следили били бржи, а Европа се после преобразила и прихватила основни ток с ону страну Атлантика. Углавном, у Америци су шездесетих година три мреже покривале више од две трећина гледалишта. Држава ће се упустити у дерегулацију, али ће после малог замућења етра, све опет бити чврсто концентрисано и сведено на неколико власничких структура. За разлику од новина које су пре породичне распродаје имале „чисто власништво“ (паре су углавном биле од новина и остајале су у новинском бизнису јер се тако штедело од расипања на наследничке таксе) електронске комуникације су у то доба већ у себи садржавале „мешовито власништво“: на пример, приватни картел из 1919. *RCA (Radio Corporation of America)* као заједнички „кишобран“ формирали су Ценерал електрик, Вестингхаус, АТ&Т и Уједињена компанија за воће (*The United Fruit Company*) који су договорили поделу новог обећавајућег радио-тржишта.

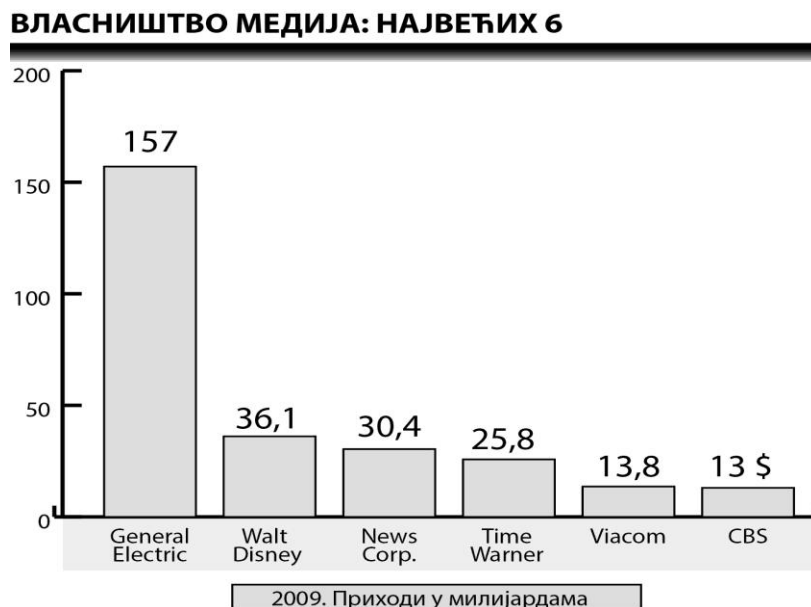
Долазило је време кад медији постају предмет интересовања крупног капитала, ма шта да су били извори њихове зараде. „Године 1986, експерт за послове на Волстриту, Кристофер Шоу навео је потенцијалним инвеститорима у медије два разлога због којих треба куповати новине, магazine, радио и ТВ станице или издавачка предузећа за књиге. Први разлог је *профитабилност*. Други – *утицај*“ (Bagdikian, 1992:11).

Шоу је, у ствари, тих година само зихерашки констатовао стање. Трендови су били више него јасни. На крају Другог светског рата 80 одсто дневних новина у Сједињеним Државама било је у независном власништву, али 1989. пропорција је била обрнута – 80 одсто власништва је било корпоративно. Или 1981. године 20 корпорација је имало у власништву 11.000 магазина, али седам година касније број власника је био једноцифрен – три.

У шестом издању своје књиге „Медијски монополи“ 2000. године (издање је важно навести као чињеницу јер су се ове бројке од издања до издања мењале, смањивале) Бен Багдикијан констатује сасвим очигледан и несумњив тренд: „Године

1983. педесет корпорација је контролисало већину масовних медија, највеће 'мерцовање' (спајање, укрупњавање компанија) у историји је коштало 340 милиона долара... У 1987. години од педесет компанија остало је *двадесет девет*... У 1990. од двадесет и девет број компанија је пао на *двадесет и три*... У 1997. години мега-фирми било је *десет*, а посао Дизни-АБЦ, највећи до тог доба, вредео је 19 милијарди долара... У 2000. години 'мерцовање' корпорације АОЛ-Тајм Ворнер достигло је цифру од 350 милијарди долара што је 1.000 пута већа сума него највећи посао из 1983...“ (Bagdikian, 2000:xx-xxi)

Графика бр. 12 Приходи највећих корпорација медијске индустрије 2009. (у милијардама долара)



(Извор: www.en.wikipedia.org, The “Big Six”)

Играча је све мање и мање. *Mather Jones* магазин објавио је крајем 2006. да *осам* великих медијских компанија снабдева претежну већину Американаца вестима и информацијама (*Disney, AOL-Time Warner, Vicom, General Electric* (власник *NBC*), *News Corporation, Yahoo*). После се говорило и о пет компанија. „Мање играча, мање слободе“, тврде маргинализовани критички интелектуалци (Shah, 2009).

Професор са Универзитета у Цириху, члан Евромедија истраживачке групе, Вернер А. Мајер утврдио је да и поред тога што „десет колосалних конгломерата доминира глобалним медијским тржиштем“ врло мало научника истражује овај проблематични феномен као целину. „Мало је и приговора због недостатка тих анализа и расправа у научној заједници.“ Он цитира америчког истраживача Кристофера Стерлинга да је „изненађујуће мало истраживања – и углавном су маргинална... Већина су претпоставке или анегдоталне опаске или пуко представљање резултата у променама у власништву“ (Meier, 2002:299). То заиста делује чудно ако извесно нема сумње „да медијска индустрија... игра значајну улогу у легитимисању неједнакости у богатству, моћи и привилегијама. Кад је контрола протока информација, знања, вредности и слика концентрисана у рукама оних који деле моћ са доминирајућом класом, онда владајућа класа може одређивати шта ће циркулисати у масовним медијима са намером да одржава структуре класне неједнакости од којих она има користи. Индустрија масовних медија је кључна за креирање битних информација, знања, идеологија и пропаганде у савременом капиталистичком друштву“ (Meier, 2002:299-300).

Свестан дубоких поремећаја које ови токови носе, Ентони Гиденс је позвао на „демократизацију демократије“. Он је у „телевизији и другим медијима“ видео снагу која је на путу да „разори простор за дијалог“ и то кроз „тривијализацију и персонализацију политичких питања“, а неконтролисани раст циновских мултинационалних медијских корпорација „значи да неизабрани тајкуни стичу огромну моћ“ (Giddens, 1999).

Деведестих година прошлог века, после промена суштине приватног власништва, либерално-демократски свет се сударио са својом дотадашњом заблудом да се како је то „Денис Меквејл приметио: ... теорија (о слободи штампе) најчешће формулише тако да се заштите власници медија и не може се у једнакој мери заговарати несумњива права уредника и новинара у штампи, читалаца и других потенцијалних корисника и жртава слободе говора“ (Чејмберс, 2007:127). И зато јесте „помало чудно заступати гледиште да приватно власништво над медијима гарантује право сваког грађанина да објављује било какав садржај. У приступу медијима који се темељи на *политичкој економији* (курзив С.Р.) истиче се да приватни пословни интереси у медијима исто толико спутавају слободу говора колико и разни облици ограничавања које намеће влада“ (Чејмберс, 2007:128).

Табела бр. 10 Тржишна вредност осам највећих медијских конгломерата 2006. године
(у милијардама америчких долара)

General Electric (власник NBC)	390,6
Microsoft	306,8
Google	154,6
AOL-Time Warner	90,7
Disney	72,8
News Corporation	56,7
Viacom	53,9
Yahoo!	40,1

(Извор: магазин *Mother Jones*, 2006.)

Теорија политичке економије (корпус мишљења и истраживања низа значајних истраживача деведесетих година прошлог века) полази од тога да џиновске корпорације „вести“ све више третирају као робу „чији је циљ да се оствари профит за своје деоничаре“. Последице су да „јефтине забавне емисије, попут квизова, у програмским шемама сада имају предност у односу на квалитетне документарце...“ па све до „новог облика истраживачког новинарства фокусираног на потрошаче. Сада се праве бројне емисије магазинског типа, у којима се нуде савети потрошачима и експозеи о разним домаћим и свакодневним темама, као што су празници, храна, хипотеке на станове и личне финансије... Данас све више новинара налази запослење у сектору забаве или пружања специјализованих информација... извештавање о

међународној и државној политици уступило је место вестима оријентисаним на потрошаче... вести локалних телевизија у САД данас се праве у складу с налазима испитивања тржишта, која показују шта публика 'жели да гледа' у вестима. Те промене значе да су демократска и професионална новинарска начела у јавним сервисима *зачењена* (курзив С.Р.) новим сетом концепата, који се врте око 'забаве'“ (Чејмберс, 2007:136-137-138).

Графика бр. 13 Концентрација власништва - тренд смањивања броја корпорација власника медија



/(Извор: Ben Bagdikian, *The Media Monopoly*, Beacon Press, 2004)

“Забава“ која преузима простор и време у медијима, почиње да незаустављиво утиче на само биће новинарства. „Од свих опасних последица картела на америчко друштво и културу, наопаснији је утицај те корозије на новинарство“ (The Nation, 2002). И „у АОЛ-Тајм Ворнер, Ценерал електрику или Вијакому *вест*, са ретким изузецима, постаје једна модификована верзија забаве коју картел продаје нон-стоп. То у ствари и није нека новост ако се сетимо филмских журнала из прошлих времена –

али гигантске размере и свеобухватност корпоративне концентрације створили су свет разлика, а и медији од овог света праве једно сасвим другачије место... програм вести медијских картела чини се ради *против* јавног интереса... а за своје сродне компаније“ (The Nation, 2002). Све је управо као што је својевремено говорио Мајкл Ајзнер, бивши генерални менаџер „Волт Дизни компаније“, на интерним састанцима: „Ми немамо обавезу према историји. Ми немамо обавезу према уметности. Ми немамо обавезу према поруци. Правити новац је једини наш циљ“ (Shah, 2009).

„Транзиција“ је обављена. Из старог модела у коме се мислило о демократији и позивало на Први амандман и конвенције, а новац се узимао тихо и испод стола, ушло се у модел картела коме су само профит и интереси повезаних лица и групација битни. Сада су медијске организације „углавном у власништву крупних транснационалних корпорација које су *повезале контролу* (курзив С.Р.) над финансијским интересима не само у телекомуникацијама, индустрији забаве и туризма него и у нафтној индустрији, производњи хартије, некретнинама и нуклеарној индустрији“ (Чејмберс, 2007:131).

Новинарство тако постаје служинче тог удруженог великог бизниса, нека врста специјалних фаланги чије се услуге могу изнајмљивати за „плаћено прећуткивање“ штетних информација или мишљења или за „плаћено атаковање“ на наше непријатеље или „непријатеље наших пријатеља“. Истраживачко новинарство које је било понос професије, њен врхунски домет, њена кључна друштвена легитимација, постаје реликт прошлости, диносаурус који се угушио у сјају „животних стилова“ и маглама потрошачких водича. Шта може бити толико вредно да угрози виталне послове картела, профите корпорације „мајке“ или, пак, широк спектар „сестринских интереса“ који настају из неограниченог и неухватљивог броја различитих веза, уговора, договора, уступака, размене услуга који не трпе принципе и слепог хватање за моралне обавезе као „пијан плота“. Јер, ваљда нема сумње „да ће се истраживачко новинарство, које се бави проблемима као што је нуклеарно загађење, наћи у процепу ако је дотични медиј по власничкој линији повезан са атомском индустријом... Такође, извештаји у којима су 1999. изнете критике на рачун генетски модификоване хране на једвите јаде су изашли у свет, а још теже допрли до Сједињених Држава, управо због притиска који су на медије вршиле моћне међународне биотехнолошке компаније“ (Чејмберс, 2007:132). Тек у време великих криза, кад сјај корпорација бледи и банкроту сломе заштитне оклопе, открива се шта се дешавало у дубинама капиталистичког бруталног надметања у високопрофитабилним сферама бизниса. За друштво је тада касно да се

делује благовремено, па му остаје само да се чуди размерама прикривања лажирања и превара, пљачки и разарања, у областима као што су финансијско-банкарски и сектор осигурања, фармакологија, медицинска истраживања и јавне набавке, неконтролисани војно-индустријски комплекс, приватизације и други уносни трансфери које моћни, осигурани од присуства јавности, могу да обављају темељно и тихо као у концентрационим логорима, неодговорно и имајући на уму само свој интерес, што обавезно наноси непроцњиве штете за јавни интерес, а у већим захватима то је и на штету климатских услова и будућности човечанства . Као што тврде Ноам Чомски и Ед Херман „медији су потчињени интересима политичке, привредне, војне и културне елите, 'државне националне безбедности', која контролише проток информација“ (Чејмберс, 2007:132).

Контрола, парадоксално, ствара „доба парадокса“. Све ово јесте дело америчког културног кода, и то као последица „раст(а) 'ограничених могућности' традиционалне средње класе и опадања статуса њеног [америчког] грађанина у друштву где су економска централизација и куповање и продаја политичког утицаја постали правило“ (Ewen, 1996:49). Односно како је то сликовитије још 1908. сажео Аптон Синклер, велико новинарско и књижевно име Америке: „Видите, ми смо баш као Рим. Наши законодавци су корумпирани; наши богаташи су незасити и бескрупулозни. Наше новине су се продале и ућуткане су; наше колеге су подмитљиве; наше цркве су застрашене. Наше масе тону у понижење и беду; наша владајућа класа постаје обесна и цинична.“ Додаћемо томе, као својвстан закључак, и Ивеново позивање на сведочанство америчког научника с почетка XX века Линколна Стефанса. „Политика је бизнис“, писао је Стефанс у својој књизи *The Shame of the Cities* 1904. године. „То је просто тако. А тако је и сасвим осталим – уметношћу, литературом, религијом, новинарством, правом, медицином – све је бизнис... Комерцијални дух је дух профита не патриотизма; трговина и цењкање а не принципи “ (Ewen, 1996:49). Али Нови Рим, показаће се у неким стварима, никад не може досећи – ни остатке остатака Рима. Јер колико год амерички прогрес у концентрацији власништва, на пример, напредовао и обарао рекорде, он ће остати у сенци достигнућа Силвија Берлусконија. „Ако искомбинujete политичку улогу републиканског првака Џорџа В. Буша и вођу већине у Сенату Трента Лота, медијску моћ Теда Гарнера и Руперта Мардока, новац Роса Пероа и Стива Форбса, некретнине и личну ароганцију Доналда Трампа, онда сте на прагу могућности да замислите сенку Силвија Берлусконија над италијанским јавним

мнењем“ (Stille, 1999), писао је крајем прошлог века Александер Стиле, амерички аутор и новинар, иначе син познатог италијанског новинара, бившег уредника миланске „Коријера дела сера“. Стиле за америчку јавност и америчко тржиште пише књиге и текстове о реалној системској моћи сицилијанске мафије. Године 2006. је објавио запажену књигу *The Sack of Rome: How a Beautiful European Country with a Fabled History and a Storied Culture Was Taken Over by a Man Named Silvio Berlusconi* (Пљчка Рима: Како је лепа европска земља са бајковитом историјом и прослављеном културом преузета од човека по имену Силвио Берлускони). И заиста, Силвио Берлускони јесте неко коме су и „новоримљани“ из Империје с ону страну Атлантика могли да завиде.

Крајем прошлог века Берлускони је био власник три ТВ-канала националне фреквенције који су „покупили“ 90 одсто адвертајзинга и 45 одсто гледалишта. А кад је ушао у политику Берлускони је неутрализовао државну мрежу РАИ. Тако препарирани РАИ и Берлусконијева приватна три канала већ су значили покривеност 90 одсто гледалишта. Последице по политичке послове биле су врло повољне за Берлусконија. „Како је државна мрежа укроћена и не може да подигне свој глас, Берлусконијевих 45 одсто у политичкој арени, значи реално више од 80 одсто“, објаснио је Ђовани Сартори, професор емеритус политичких наука на Колумбија универзитету и дугогодишњи проучавацац италијанске политичке сцене. 'То је ситуација без преседана у западном свету“ (Stille, 1999).

Али, ваља напоменути да је „цару италијанског етра“ телевизија била само део царства. Његов издавачки конгломерат „Мондадори“ је највећи у земљи – са око 30 одсто промета књига, што је бар два пута више од следећег великог националног издавача. У Берлусконијевом власништву, између осталог, налази се и највећи италијански магазин „Панорама“, низ великих женских часописа, дневне новине различитог профила, а све смештено у циновски „Медиоланум“. Силвио Берлускони је био и власник највећег италијанског фудбалског клуба „Милан“, што је изузетна погодност у земљи и на континету где је фудбал полубожанска игра која привлачи милионе гледалаца и милијарде евра.

Последица тога је да је Силвио Берлускони три пута био на челу италијанске владе: 1994, а затим од 2001-2005 што је била „најдуготрајнија влада у историји италијанске републике“. Онда се 2008. поново вратио на чело државе и трајао док

светска економска криза и бескрајан низ најневероватнијих скандала и кршења морала и закона нису довели до његовог повлачења новембра 2011. Наоружан медитеранским шармом, Берлускони је многе смртно озбиљне прекршаје закона и морала „релаксирао“ до лаког одмахивања руком. И у тако темљено укроћену јавност су се пробијале приче и тужбе за Берлусконијеве везе с мафијом у пословима којима се траг није могао пратити у регулисаним подручјима, он се сам редовно појављивао на распусним журкама на којима би му позавидели и чувени римски цареви, а на којим су биле обилне понуде савременог „белог робља“ са свих меридијана; избегавао је нормално судско утврђивање истине о оптужбама користећи прикривену моћ и јавне имунитете највишег државног званичника. Кад је деведесетих година држава кренула да ограничи „медијске монополе“ онда је скројен закон по димензијама Силвија Берлусконија – да приватник може имати три телевизије националне фреквенције. Али, речено је да није у реду да приватник уз то има и – националне дневне листове. „Суочен“ с тим условом Силвио је свој *Il Giornale* великодушно даривао свом брату Паолу. И држава „сита“ и све Берлусконијеве „овце“ остају на броју.

Али, како та „демонополизација“ изгледа у пракси? Године 1994. тужиоци су се дохватили озбиљних доказа за корупцију против Берлусконијевог „Фининвеста“. И он више није могао да рачуна на своје политичке заштитнике – морао је да ствар узме у своје руке. „Ако не уђем у политику, они ће ме раскомадати“, рекао је Силвио Индиру Монтанелију, главном и одговорном уреднику *Il Giornale*. Човек од поверења Монтанели је ту важан зато што ће постати прва жртва конфликта интереса који су настали том Берлусконијевом потребом. Њих двојица су, иначе, били блиски и имали истоветан политички конзервативни поглед, те Силвио није морао да брине како Индири води лист његовог брата. Али кад је *Il Giornale* одбио да безгранично подржава газдине политичке намене уредник се нашао под великим притиском. „Прво га је звао Берлускони, веома бесан – иако је лист званично био продат његовом брату. А онда су водитељи на Берлусконијевим телевизијама почели да јавно прозивају главног и одговорног уредника листа да поднесе оставку. На крају је Берлускони и лично дошао у студио и инсистирао да сам пошаље поруку редакцији и посаветује их да га срчано подрже. Монтанели се на крају повукао из протеста, а већина савитљивих уредника је добило посао“ (Stille, 1999). Италијанска демократска јавност је то поднела без одлучне снаге да се одупре јавно исказаном насиљу.

Како се може назвати овакво друштвено стање? Демократија, тешко.

„Телекратија. Теледиктатура. Телефашизам. Десет година након напорне 1984, враћа се баук Великог брата“, написао је италијански аутор Пјетро Пизара 1994. године. Тада се још живело у претежном уверењу да су велике кризе превазиђене и да преосетљиви заостали интелектуалци и они који имају стрпљења да их слушају праве буку без разлога. „Џењени европски дневници *Liberation*, *Guardian*, *Le Monde* и *El Pais*, расправљају о телепопулизму, о теледемагогији. Позивају, с мањим нијансама и различитим акцентима на узбуну: лажна демократија анкета, подаци о слушаности и уживању претња су за нашу слободу; политика *look-a*, слике, појаве, форме изнад садржаја ризикује да убије наше демократске институције отварајући пут једној врсти *light* фашизма, дворедним фашизмом без непријатних црнокошуљаша, али са злурадним и телехигијенским осмехом политичких чиновника, типа Ђанфранка Финија [председник десничарске Националне алијансе; у периоду 2001-2005, у влади Силвија Берлусконија био је вицепремијер и министар иностраних послова Италије, прим. С.Р.] (Пизара, 2008:10).

Кад је учествовао у изборној трци 1996. године Силвијо Берлускони је, одговарајући на овакве критике, јавно и гласно претио да ће напустити земљу ако „комунисти“ добију изборе, а онда је на тим основама одредио и пропорцију присутности учесника на изборима на његовим телевизијама. Примерице, водитељ његове “Рете 4” телевизије Емилио Феде ће „у својој емисији за изборе 1996, кад је водио вечерње вести, дати Берлусконијевој кампањи осам и по минута; то би могло бити информативно. Онда је иза тога следио прилог од један и по минут о Масиму Далема, секретару Левих демократа, који је приказан како у Барију на рибљој пијаци расправља о различитој врсти риба“ (Stille, 1999). Берлускони је изгубио те изборе, али није напустио земљу. Све то јавно насилништво демократска јавност (у земљи тзв. старе демократије) посматрала је са ишчуђавањима и малим брецањем, и све се бесповратније навикавала да је то „просто тако“. А, шта ту грађани, уопште, могу? Ко сме да дира у светост приватне својине? Кад Далема буде имао своју телевизију нека му врати мило за драго.

„Има ли право Норберто Бобио“, пита се Пјетро Пизара, „кад каже да 'друштво које ствара телевизија јесте, по природи десничарско'? Или, имају ли право они који тврде да не би требало мешати медиј и поруку, носиоца и садржај, последицу и узрок?“ Али, ма колико теоретичари различито процењивали стварност и ма колико нас убедљиво неки тумач повукао на своју „тачку гледишта“, остаје чињеница „да је

Берлусконијев модел победио друштво пре него што је победио на биралиштима. Модел просечног човека, обичног човека, који су предложили телевизије 'Фининвест'... јесте позитиван модел за идентификацију за многе Италијане. *Trash TV*, ТВ смеће, за многе и није тако одвратно. 'Није победио Берлускони као такав', тврди Бобио. 'Победило је друштво које су многи његови медији, његове рекламе створиле' “ (Пизара, 2008:11). Ствари су се развијале даље. Логично, рекло би се. Као премијер 1994. Силвио Берлускони је делао као да јавност и не постоји. Свог личног адвоката је, рецимо, поставио за министра одбране, уклонио је борд директора РАИ, државне телевизије, постављао своје људе, од којих су неки пре тога били запослени код њега. Због веза с мафијом, у Палерму је хапшен његов човек који је водио изборну кампању у региону, али је после ослобођен и добио и имунитет као посланик. Године 1999. Александер Стиле је констатовао да „за пет година откад је Берлускони ушао у политику, ни једна италијанска телевизија, приватна или јавна, није емитовала озбиљно истраживање везе Фининвест/Мафија, упркос томе што је постојало на хиљаде судских докумената и полицијских забелешки. Италијански народ много више зна о сексуалним односима америчког председника у Белој кући него о везама најмоћнијег човека Италије с мафијом“ (Stille, 1999).

Ко је тај народ? Како се успео на потрошачко-антиисторијску сцену? Може ли из овако структурираног и пропагандно непрестано бомбардованог друштва и изаћи другачије људско биће? Пјетро Пизара уме да опише тај профил: „Након хипија и јапија, после протестаната шездесетих и осамдесетих, ево је пред нама нова генерација, генерација израсла на спотовима и сапуницама, на фудбалу и на дискусијама о фудбалу које немају краја, генерације које познају само водитеље и дискотеке: генерација караока, резервоар гласача *Forza Italia*...“ (Пизара, 2008:11)

Постављени између све веће потрошачке понуде коју корпорације бацају као пахуље снега и реалног осиромашења, припадници „нове генерације“ улазе у улогу Буридановог магарца, чији мозак функционише све спорије, очи се све мање отварају, уши одбијају да чују сву ту буру звукова и крикова. Они су пред дилемом која је тако постављена да нема решење. Излаз је само идење напред, тупо и без мисли, с наркотицима или без њих. „Зависник“ од сваковрсних продуката корпоративног капитала, „*homo berlusconianus* јесте сложено створење“. Сложеност у безидејности и на еkleктичним вредностима од којих се он као мали незрели дечак крије у мраку испод стола и између ногу великих којима је јавност природна ствар. Тако он „дени

вредности каријере и успеха, чита свете списе либерала, од Адама Смита до Џона Мајнарда Кејнса, говори као професор корпоративног менаџмента, обећава свима чуда, с осмехом који не може бити шири и белји. То је тријумф политике симулације или забаве без краја, гомиле слогана и допадљивих одговора. Телевизија се користи као ковчег у којем одјекују одлуке и изјаве Шефа“ (Пизара, 2008:11).

Власништво над медијима претвара се у том друштву у власништво над умовима, жељама, потребама и циљевима унезверених потомака некадашњих грађана. У тој атмосфери и све старе добре организације губе моћ и следе зов времена. „Ефекат 'Берлускони' не би био могућ без ТВ, без преламања политике, бизниса, уредништва и реклама. И без криза или нестајања традиционалних партија. Успех *Forza Italia* поставља, на видљив начин, проблем тешкоћа и ограничења оних који би требало да пруже едукацију: породице, школе, удружења, синдиката. И ту се враћамо на питање медија“ (Пизара, 2008:11-12). И ништа битно се није мењало све до 2011. Године, кад се Силвио Берлускони, под притиском великих светских кредитора и енормних државних дугова, морао повући са власти и „добровољно“ предати премијерску улогу – Марију Монтију, човеку из Трилатералне комисије и банкар у каријери у светским финансијским круговима. У тим круговима већ више не важи телевизијска опсена. Ради се о опсенарима „иза сцене“ који се не дају збуњивати малим триковима. То су већ они у чијим латентним настојањима телевизија и све те скаламерије су само средства за обликовање маса. Они сами су или директни власници корпорација у којима су медији „шлаг на торти“ или је њихов утицај на усмерење бивао пресудан. Непосредни извршиоци, у ствари, примењују технике које воде јасно очекиваном резултату.

У анализи коју је написао седам година касније Александер Стиле је устврдио да Берлусконију контрола медија није служила само да дође на власт, него и да „угуши сваку критику власти“. У часопису *Columbia Journalism Review* Стиле је о „Силвијовој сенци“ написао: „Кад је Берлускони дошао на власт, новинари на државној телевизији били су обавезни да се стриктно придржавају формуле познате као 'сендвич', у којој је свака политичка прича почињала са ставом владе (или Берлусконија лично), онда би следило уређено оспоравање, један или два гласа опозиције и – закључак са јасним побијањем тог уметка од стране владе. Сам Берлускони окупирао је невероватних 50 одсто времена на државним каналима, док је цела опозиција могла да добаци до 20 одсто“ (Stille, 2006).

Коришћени су ту и други трикови које гледалац изврнут на троседу и пијући хладно пиво после посла „апсорбује“ без напора. „Кад је Берлускони говорио пред готово празном салом Уједињених нација, државна телевизија је у ту сцену убацувала пуну салу за време говора генералног секретара Кофија Анана“, а све, наравно, „да би се створио утисак за италијанске гледаоце како њиховом лидеру ватрено аплаудира цела сала“. Кад једна машинерија крене да креира стварност онда се од тог посла не одустаје. И: „Док се италијанска економија с напором дуге три године носила с рецесијом и нултим годишњим растом, РАИ је приказивао срећни перспективни свет“ (Stille, 2006).

И Стиле, после свега, наводи да су научни аналитичари, пратећи Берлусконијеве изборне победе, „налазили на своје изненађење да најјачи усмеривачи за оријентацију бирача нису више били класе или црквена припадност, већ телевизијске станице које су гледали. Људи који су гледали Медиасет [Берлусконијеве компаније] канале, углавном су инclinирали гласању за Берлусконија; они који су гледали РАИ... радије су гласали за неку другу партију. Што су више сати гледали телевизију, људи су више гласали за Берлусконија“ (Stille, 2006).

Берлусконијев тип власништва над медијима [Берлускони је, у ствари, само до краја изведен модел евро-америчке реалности] створио је и нови профил новинарства. „Једна од ствари које је Берлускони учинио улазећи у политку и милитаризујући своје медијску империју била је потпуна поларизација италијанског новинског тела и укидање сваке идеје да штампа [тачније речено – медији] могу служити као независни форум где би се тврдње из политичког живота могле одмеравати с елементима непристрасности“ (Stille, 2006). Последице су далекосежне, а смер процеса вероватно бесповратан. Иза таквог односа у јавном мњењу остаје пустиња и дуго лутање. „У његово време, Берлускони није само разорио представу о новинарској објективности у Италији, него и о новинарској аутономији. За Берлусконија, медијске организације постоје као пријатељи или као непријатељи. Ако објавите нешто лоше о њему – у контексту сумње или изводе из јавних судских сведочења – постајете неизбежно непријатељ. А кад сте једном постали непријатељ, све што од тог момента објављујете једноставно се одбацује као неперријатељски напад“ (Stille, 2006).

Берлусконијево медијско царство само је део „трансевропске медијске алијансе“. Велики бизнис углавном нема разлога да се осврће на државне границе и

националне оквира. То је за њега само одскачна даска, гнездо које се чува док се не нађе боље место за остваривање сопствених интереса. Кад је *Forza Italia* 1998. године постала део интернационале удружења Европских народњачких партија чији су чланови хришћански-демократи Немачке и Шпаније, британски торијевци и француски деголисти Берлускони је нашао партнере и идеолошке истомишљенике за ширење медијских послова. Пре свега ту је било послова од обостраног интереса са немачким медијском магнатом Леом Киршом, посебно при куповини дела власништва да би се избегле противмонополска законска ограничења. Тако су Кирш и Берлускони постали власници шпанске телевизије *Telecinoco*, где је на власти био њихов политички истомишљеник Хозе Марија Азнар. Државни тужилац је покретао и истрагу сумњајући да Берлускони, који се званично држао допуштених 25 одсто власништва, у ствари, компликованим инвеститорским уговорима контролише 80 одсто и тако оштећује државни буџет за 40 милиона долара због неплаћања пореза.

Роберт МекЧесни, који је у наслову једне своје књиге из 1999. успоставио „нови принцип“ и указао на незаустављив тренд: „богати медији, сиромашна демократија“, [*Rich Media Poor Democracy*, University of Illinois Press, 1999], сматра да свет покрива одређен број медијских конгломерата „првог реда“ (његов број, с обзиром на укрштање власништва, мерцовање, продају акција, стално се мења, али их је углавном бивало око 50) и „други ред“ компанија које обављају медијски бизнис под њиховим утицајем – директним или индиректним – на националним или регионалним нивоима. Углавном, основни принципи које установљује „први ред“, можда прецизније и први ред „првог реда“, важе по вертикали и производи истоветне последице (Shah, 2009).

Јавност је победила своју природу. Потпуно збуњена и анестезирана јавним чињењима онога што се некад пажљиво прикривало, макар каквим смоквиним листом, *јавност* је претворена у безубог пса чувара демократских и културних вредности, коме је и самом чудно што понекад мора да јавно понаља принципе којих нити се неко више држи, нити носе у себи тежину друштвене обавезности. Шта рећи после Берлусконијевог овладавања једном од историјски најутемељенијих демократских јавности на планети? Ако је у Риму то могуће, а где није? То је једна страна медаље. А друга се тиче природе медијских конгломерата који су бескрајно компликоване организације, подупрте оф-шор департманима, законски покривене неухватљивим уговорима, ослоњене на сирову моћ договорима света из политичких и бизнис салона, нагланцана и насјајана купљеним ћутањем културне елите или њеним латентним

страхом да може окончати на маргини као одбачени кућни љубимац; на то долазе новинарства разорена у темељима и новинари претворени у безличне ратнике великих фаланги у којима су правци кретања и „слободе мишљења“ условљавају начинима на које нема једноставних одговора и готово искључених могућности за смислену акцију у оквирима датог система.

Против гигантских безличних и безосећајних корпорација сваки отпор, који подразумева марш кроз институције, унапред се чини бесмисленим. „Године 1982, на пример, две изузетно популарне телевизијске личности, Волтер Кронкајт и Ед Езнер (из *Lou Grant Show*) отказале су своје емисије пошто су имали сувише либералне јавне наступе у којима су критиковали америчку спољну политику. Мреже су саопштиле да су емисије укинуте због ниских рејтинга гледаности. Езнер је рекао да је то било због његових личних политичких ставова. Кронкајт је говорио да разлози мреже нису били озбиљни. У оба случаја мреже су хитно отказале шоуе због ниских рејтинга, али нису отказале и друге шоуе који су такође имали ниске рејтинге“ (Bagdikian, 1992:36).

Да, то је онај исти Кронкајт који је, како је записано у „Историји телевизије“ Мичела Стефанса, 1968. године за време Тејт-офанзиве у Вијетнаму отишао на лице места и направио документарца који је емитован 28. фебруара те године. Волтер Кронкајт је, као у класичном коментару, на крају емисије изнео закључак: „Све је јасније овом репортеру да је једини рационални излаз из овог у преговорима.“ Председник Сједњених Америчких Држава, Линдон Џонсон је у Белој кући гледао Кронкајтов документарни филм. Бил Мојерс, један од председникових саветника за штампу после је описао сцену: „Председник је скочио од телевизора и рекао: Ако изгубимо Кронкајта, изгубили смо грађанску Америку“ (Stephans, 1997).

Кад то корпорација може да уради Волтеру Кронкајту чему се може надати неки млади новинар који почиње каријеру? Паметније је знати своје меру, него се заносити неким великим примерима, њиховом храброшћу и јуришати на ветрењаче. Да, у праву је колега и аутор А. Ј. Либлинг, један од најпопуларнијих циника из друге половине прошлог века кад је говорио да „функција штампе у друштву јесте да информише, али њена улога у друштву је да прави паре“. Цинизам је увек само недостатак храбрости да се ствари назову правим именом. Јер, „сваке године имамо листу погибели репортера и уредника новина и магазина који су отпуштени или деградирани зато што су се спотакли на приватну политику њихових власника; или листу телевизијских

продуцента или писца који доносе професионално компетентне одлуке противне политици корпорације“, написаће Бен Багдакијан. „Иако су таква смакнућа и деградације јасно уплитање корпоративне политике у уреднички процес лошије од самих тих појединачних инцидената јесте закључак да је професионални рад на уредничком нивоу последица притисака одзго, иако се експлицитна наређења никад не дају“ (Bagdikian, 1992:37).

Од тога одбране нема. Ни друштва. Ни демократије. А за новинаре то је све мање важно. Они просто постају шрафови у механизму перманентног лажирања стварности. Ништа у демократском друштву више није свето осим приватне својине претворене у безличну сиву масу. И није цинизам: „Слобода штампе је гарантована само власницима новина“ (А.Ј. Либлинг).

4. Менаџмент медија

У време Карела Чапека (1890-1938) у новинарском послу било је неке тајновите разлике од других послова. Новинари су људи који су сакупљали информације, обавештавали се међу различитим светом, проводили време у разговорима, тражењима, комбиновањима. Све негде на граници авантуре.

За новинаре се везивала обавеза натпросечног кретања. Не мисли се само на далека путовања – у егзотичне крајеве, на неубичајене догађаје, већ и на мала лутања у забита села, сиве квартове града. За новинара је важило да „уме да види“ оно за шта обичан пролазник нема времена или није од тог талента и заната. Довољно је било да „оштро око“ оде до општинског суда, слуша и гледа загуљене комшије које не могу да се договоре око „права“ пса да лаје у рану зору и буди баба Мару два сата пре него што она мора да води унуку у вртић, па да имате текст о „нашим наравима“ који се чита у трамвају и данима препричава у канцеларијама које су запосели Кафкини чиновници. Најбољим међу новинарском братијом сматрани су они који су умели да напишу текст тако да његово умеће буде веће од самог догађаја. То је најјезгровитије и најсвеобухватније изразио један од најславнијих репортера свих времена Егон Ервин Киш: „Ништа више не запањује него једноставне истине, ништа није егзотичније него наша околина, ништа није фантастичније од стварности и ништа нема сензационалније на свету него што је време у коме живимо“ (Бјелица, Јевтовић, 2005:140). Киш је имао

морално и професионално право да то тврди јер је видео све – и пределе, и даљине, и ратне кланице. Јер, ако сте се задесили у неком рату, нашли на изузетном догађају, набасали на велико име – тај текст се чита због теме или онога шта тај човек говори, вештина је ту секундарна, важна али не пресудна. „Сам свој менаџер“ би био слоган за те људе који су осуђени на сналажења, увек и свуда, и да се о њима прича како су као мачка, како год га бациш он се дочека на ноге.

Сваки новинарски дан се завршавао, како је то забележио Чапек, осећајем да се досегло неко достигнуће. И „кад бисте дошли у редакцију дневног листа по подне није искључено да бисте тамо затекли само неколицину усамљених људи; један нешто летаргично пише на машини, други с ногама на столу чита новине, а трећи показује да му је страшно досадно... Касније, пред вече, добија редакцијски живот на обиму и чилости... Приближава се закључење листа – и кад би нешто сада дошла и вест о пропасти света – у сутрашњи број не би ушла, бадава јој. Богами, мисли у себи ноћни редактор, баш је то био дан“ (Ђурић, 2000:5).

И средином прошлог века је ту професију и ту делатност још носила нека врста несумњиве особености. Ту негде на граници уметности, позиционирало се новинарство. Писање као таленат подразумевало се као улазница. А унутра, у редакцији гајила се прометејска атмосфера: новинари су себе, без устезања, сврставали у чуваре ватрице слободног мишљења. Било је у том и неке нејасне субверзивности и „посебног права“, нечег на шта се у другим канцеларијама, радним местима „белих крагни“, није смело ни помишљати. „Маркес се сећа педесетих година – у редакцији су се окупљали млади људи гладни сазнања, расправа, размена идеја; то слободно време понекад је више користило зрењу него пресинг – рад без размишљања, шта је иза, шта је испод“ (Ђурић, 2000:18).

Познати руски новинар Валериј Абрамович Аграновски (1929-2000), драматург и књижевни критичар, члан Удружења писаца Совјетског Савеза, оставио је запис који је за то доба могао да буде написан и у Њујорку, Хамбургу, Лондону или Београду. Дакле, *редакција* се од других канцеларија није разликовала по томе што је имала бољи намештај или много светлости, нити су у њој седели људи чији је раздељак био беспрекоран. Напротив: „То је живо место, раскрсница на којој је стално кретање мисли и ногу, где се новинари без обзира на рубрику 'набију' у једну собу да би разговарали о завршеним, али и текстовима који су тек у припреми, где се нестрпљиво

очекује повратак колега с путовања, пуних свежих утисака и новог искуства...“ (Ђурић, 2000:18)

Новинарство из пременаџерског периода било је изричито против малограђанског приступа и бринуле су га - суштинске теме. Ни новинари, ни издавачи, нису сањали конта у банкама на којима се број нула не би могао пребројати на први поглед. Постојале су важније ствари. „Новинарство је професија, једна од малобројних, у којој је најтеже човеку да опстане и остане то што рекосмо – човек“, писао је чувени репортер београдске „Политике“ Васко Ивановић, из времена кад је „најстарији лист на Балкану“ размењивао садржаје и погледе на свет с „Мондом“, „Тајмсом“, „Зиддојче цајтунгом“. Новинар је у том добу, природном сматрао бригу „да сачува своје име, да се не потписује туђим, да га други не потписују. Да очува зрно части, мрвицу поноса, препознатљив, макар мало препознатљив глас“ (Бјелица, Јевтовић, 2005:12).

Иако је између Истока и Запада у то време била „гвоздена завеса“, нормално је било да би Ивановићеве речи могао потписати и Валтер Крап, на пример, амерички новинар и писац који је изговорио оно што је и Ивановићу било на уму и у настојању: „Да би се човек добро осећао мора да има одважну штампу која иступа без страха и улагивања, која поставља смела питања о људима на власти – не ружна питања, већ једноставна... (Бјелица, Јевтовић, 2005:12) Данас, пак, новинари са свих меридијана су уједињени у општој отупљености а да нико и не размишља да је „важно бити човек“ или да су „једноставна питања важна“.

То је једна безлична војска професионалаца који сви одреда, од „Вашингтон поста“ до „Вечерњих новости“ или „Комерсанта“, гро времена проводе пред компјутерским екранима под неонским светлима, скупљају изјаве „важних“ неважних људи СМС-ом или, у бољем случају, воде „живе разговоре“ са саговорницима без лица – посредством мобилних телефона. Кад долазе на посао или крећу кући „поздрављају“ се с аутоматима који региструју улазак и излазак “у секунду“, а док зомбирани седе за белим стерилним столовима сваки њихов покрет прати камера. Све је рудиментарно и безлично. Орвел је имао право. Али, ту су и достигнућа: „рационализован“ је процес производње, потребно је мање људи, не требају неки „изузетни“ људи, укинута су дактило-биروي, а кад посао баш крене организују се „интегрисане редакције“ где се вести штанцују као цигле и онда се попуњавају рупе у различитим издањима. Нема ту више стила, језика, продоховљених порука, људских репортажа, гурања нечега што ће

се „читати изумеђу редова“, јер оглашивачи не воле да се њихове поруке смештају у „необична окружења“. Све је систем. Оптимализован систем, а новинари су поређани у собама које личе на индустријске објекте за узгој бројлера: боксови, млечно светло, коридори, неартикулисани жамор. Неко је израчунао да се у оним старим канцеларијама, где су људи седели као пред продавницом, расипала енергија.

Ово је индустрија без вертикале, новинари су у себи придавили Прометеја и постали рационални извршиоци, по мери од власника овлаштених бироа за „људске ресурсе“, задужених да „по најнижу цену“ обезбеде повећање продуктивности јасно дефинисаних послова и радних задатака. „Развој медија и целокупна информацијска револуција која се одвијала увели су у живот нов, бројан слој професионалних људи за које је новинарство професија лишена свих емоција и мистике, само један од могућих путева каријере, путева који се могу напустити прекосутра, због потпуно других, боље плаћених професија“, писао је деведесетих година Ришард Капушћински, светско новинарско име, иако је – што би рекли закашњели пропагандисти хладног рата – читаво време живео у својој Пољској, у источном лагеру. „Ти људи се добро осећају у великим фабрикама информација, слика и звукова, (курзив С.Р.) које представљају савремене редакције, радио и телевизијске станице повезане мрежом инфоаутострада које прекривају нашу планету. Тамо више нема места за индивидуалисте, усамљеника, мачка који се креће својим стазама, какав је по својој природи репортер. У крајњем исходу – репортажа је данас допунила широку гаму књижевних жанрова, тако да се на катедрама за креативно писање учи поред романа, есеја и драме, а не у новинарским школама, које се све чешће називају *школама рекламе, промоције и маркетинга* " (Капушћински, 2001:296). (курзив С.Р.)

Некад су за дирекције у новинским кућама кадрови регрутовани од оних који су после вишегодишњег статуса новинара спољног сарадника дизали руке од посла својих жеља. Добијао би „отпадник“ бољу плату, на крају крајева, али статус му је у том послу увек био – другоразредни. На „вашару таштине“ новац није оно највредније. Данас је безличност опште стање у медијима. И – процес незаустављиво иде даље и даље. Ришард Капушћински је у „Лapidаријуму“, састављаном крајем деведесетих, изнео нешто што би се у оваквим расправама могло узимати за „крунски аргумент“. „Тицијано Терцини, Италијан, Фирентинац. Већ двадесет пет година живи у Азији. Дописник је *Der Spiegel-a* из Њу Делхија. Аутор сјајних репортажних књига. Добио сам од њега писмо:

'Наша професија нестаје, пише он, 'нове колеге су променљиве врсте – сутра свако од њих може постати маклер или радити на берзи, што уосталом многи од њих и чине. Изгледа да је свет све заузетији материјалном страном живота, људе интересује да пријатно проведу време, разни хобији, а *равнодушност према свему постаје ново морално начело*“ (Капушћињски, 2001:296). (курзив С.Р.)

Згодан пример који потврђује како се у предменаџерско време држало до новина, новинара и друштвеног интереса, упркос свим трењима која је то подразумевало, и како је „равнодушност према свему постала морално начело“, прича је о београдском магазину НИН. Из богате историје издвојићемо случај довођења Франета Барбијерија за главног и одговорног уредника и његове смене, што спада у једну од оних митологија југословенског и српског новинарства из „златног периода“ седамдесетих година. У улози менаџера нашао се директор „Политике“ Милојко Друловић, човек високопозициониран у партијским структурама и са несумњивом подршком државних и културних центара моћи. Било је то време модернизацијских промена у југословенском друштву, тако да питање промена у статусном симболу партијског и друштвеног интелектуализма што је био НИН треба разумевати као политичко питање првог реда са далекосежним друштвеним последицама.

Фране Барбијери је био прави човек за велики посао. „Далматинац-Југословен“, како је сам себе називао, био је човек изузетне новинарске каријере: имао је оно што се тада узимало као озбиљна „инцијација“ – „новинарством почео да се бави као студент Загребачког свеучилишта непосредно после Другог светског рата“. После је имао брз успон до главног и одговорног уредника дневника „Вјесник“, био је оснивач и главни уредник модерног политичког магазина ВУС (Вијесник у сриједу) и магазина „Глобус“. Пропутовао је свет уздуж и попреко. Био је дописник Танјуга из Рима, „Вјесника“ из Москве, „Политике“ из Јужне Америке. „Менаџер“ Друловић је одлучио да му почетком 1970. године повери модернизацију магазина великог угледа и врхунског квалитета, али формом и технолошки насагласног са европским и светским кретањима.

Међутим, догађај је имао и свој повод. Он је, наравно, био политичке природе. НИН је двадесет пет година после успостављања Титове Југославије поставио тада кључно и субверзивно питање: *Југословен – ко је то?* Наиме, републичке и националне бирократије су већ биле поприлично одмакле у разградњи централизоване земље. И :

"НИН је доживео жестоку критику због анкете... која је у лето 1969. из броја у број привлачила пажњу широког круга читалаца. Међутим, ускоро су уследила реаговања на ставове појединих учесника... па је објављивање анкете обустављено, а у партијској организацији *Политикиних* издања покренута је расправа о одговорности комуниста НИН-а због погрешно вођене анкете... На два узастопна партијска састанка, која су трајала до у касне ноћне сате, уз присуство Градског комитета, водила се расправа о анкети, којој су додавани и други 'грехови' НИН-а" (Мишовић, 1999:69) У тим расправама, које су били смртно озбиљне, није се одлучивало само која ће партијска фракција надвладати у конкретној расправи него и о каријерама појединаца, положају група у професионалној и друштвеној хијерархији, "правцима развоја" друштва. Е, ту је Барбијери, говорећи о детаљима, које је са данашње дистанце тешко разумети без широко објашњеног контекста, оптужио редакцију НИН-а да је „свесно хтела да превари партијску организацију и да све комунисте који су дан пре тога оштро критиковали редакцију НИН-а, тако... *жедне преведе преко воде*. Пошто ја добро знам људе којима су упућене такве квалификације“, писао је уредник НИН-а Милош Мишовић „менаџеру“ Друловићу, „...сматрам да није упутно, а ни коректно према тим људима, предлагати за главног уредника човека који им је прилепио такву етикету“ (Мишовић, 1999:71).

„Друштвени уговор“ који је тада, ипак, постигнут између „менаџера“ Друловића, Барбијерија и редакције НИН-а донео је резултат који ће много година касније и човек који је писао оно писмо против доласка Барбијерија оценити као "отварање нове странице у историји НИН-а". Јер, "за непуне три године, колико је провео на функцији главног уредника, он је извршио корените измене, како у кадровском саставу, тако и у концепцији листа“ (Мишовић, 1999:71-72). Али ствари, на почетку, нису уопште ишле тако глатко. Иако су иза „менаџера“ Друловића стајали и Партија и Држава, постављени Барбијери се с редакцијом НИН-а морао упустити и у интерни и јавни дијалог о смислу трансформације и смислу појединачних потеза. Та сложена промена ће новинама после донети славу „балканског Шпигла“, али "нови НИН" је био плод сврховитог компромиса модернизацијског захтева за успешним светским моделима и модификација које ти модели морају претрпети да би се пелцер примио у локалној, јужнословенској средини.

И кад је Фране Барбијери крајем 1972. године због политичких притисака (био је жртва односа савезног партијског врха према „српским либералима“) морао да оде са

важне функције листа који је био перјаница „либерализма“, опет је редакција НИН-а дошла у легитиман сукоб са доносиоцима „извршних одлука“. Опет се заседао на састанцима који су трајали до дубоко у ноћ, опет су ту били људи из Градског комитета, а редакција је, највећим делом, била с својим уредником. Човек који је и сам био део највиших политичких кругова разумео је да ту одбране нема, али борба је имала смисла – јер су одлуке биле плод компромиса и калкулисале су цену „жртве“. Менаџмент, који се тада није тако звао, није био уређен диктаторски, иако земља није била уређена по правилима западних демократских друштава. Уважавана је реалност и односи снага. А кад су у процесу који се еуфемистично називао „транзиција“, демократске власти 2009. године продале НИН швајцарском власнику таблоида и беспризорном профит-конквистадору на европском Истоку из тог доба, „Рингијеру“, сви процеси су предати некомпетентним „правим менаџерима“ и – лист је раскупусан, свучен у каљугу и потпуно понижен. Кад су „Рингијерови“ полуписмени извршиоци (одговарају опису који је дао Капушћински) кренули да „реформишу“ европски озбиљно профилисан њузмагазин, чијем нивоу нису били дорасли ни у једном сегменту, настала је кланица. Од најугицајнијег недељника у овом делу континента направљена је купусара којом нису били задовољни ни наручиоци „реформе“ из политичке сфере, ни запрепашћени читаоци, а онда ни оглашивачи.

Без обзира на све оптужбе које се могу упутити самој идеји да се тако сложен новинарски производ прода фирми која нема никаквих способности да производи такве новинарске продукте, мора се констатовати да се ради и о различитима временима. Шездесетих година је и Рудлоф Аугштајн, оснивач и први човека „Шпигла“, знао да борећи се за „право на слободну реч“ неће бити штете, ни за њега ни за његов „Шпигл“, ако за своје ставове одлежи неко време у затвору. Било је нечег вреднијег од новца. Постојао је јавни интерес који, колико год да је тешко прецизно дефинисати, има своје место и свој значај.

Без обзира што је Европа тада била подељена као сабљом, преко тог реза су струјала знања о неким вредностима које су јаче и од хладноратовских граница. Велики новинари су били европска вредност, више него што је то данас случај. Постојала су нека знања и вештине, које су надрастала идеолошке расцепе. После удаљавања из НИН-а Фране Барбијери је пензионисан у 49. години. И – отишао је у италијанско новинарство. Његова каријера није била мање успешна него у матичној земљи. На крају, био је и добитник престижне „италијанске награде *Макс Давид* “. Кад

је умро 1987. у Торину, „познати италијански новинар и бивши директор *La Stampa*, Ариго Леви... опраштајући се од Барбијерија рекао је да је Фране 'увек знао више и видео даље од нас'“ (Мишовић, 1999:67).

Била је то професија ризика, али и јасних вредности. Новинари и власници су били људи исте „феле“, држали су до истих циљева чак и кад је то значило жестоко супростављање. Али власник који је држао до „права новинара на отпор“, „права на приговор савести“, који је ценио вредности новинарских кодекса без чега та професија никад не би имала тај положај у друштву, имао је од тога јавне користи – то је значило углед у бранши, посебно место у јавности, респект у највишим политичким круговима. И, било је то време кад су у друштвима постојали интелектуалци који су Кафку и кафкијанство разумели као *најаву ужаса* који је пројектовао инжењер Фредерик Винстон Тејлор, „отац научног менаџмента“, а што је управљање производњом претварало у тоталитаризам у односу на који је и најтоталитранија држава, дотад позната, била „земља промаје“ и несавршене контроле.

Менаџмент је, иначе, појам који пре свега обухвата америчко поимање управљања производњом. Јер, док је за Адама Смита и Џона Стујурта Мила „менаџмент“ био *процес* у који су укључени „менаџери“ као личности, у америчком погледу „менаџмент“ не значи само процес „него и менаџере као посебну класу у друштву. Та класа (1) није власник бизниса, али продаје своје вештине да ради на месту власника и (2) не производи ништа лично, али је незамењива у обезбеђивању мотивације других да производе. Чланови ове класе заузимају места високог статуса и многи амерички дечаци и девојчице желе то место. У Америци менаџер је *културни херој*“ (Hostede, 1993:83).

Менаџмент се појављује на почетку новог века, кад бивша британска колонија израста у светску империју и водећу силу Запада. Очекиван је њен допринос спасавању капитализма. „У годинама које су следиле после 1900. корпоративне и државне агенције су биле све више преокупирани стварањем *рационалног друштвеног поретка* (курзив С.Р.). Заједно с групама које су имале много утемељеније хуманистичке елементе оне су стварале широк социјални покрет у нашим историјским књигама познат као *прогресивизам*“ (Ewen, 1977:194). „Рационално друштво“ је требало своје инструменте. Тејлор, те Френк и Лилијен Гилберт, створили су „научни менаџмент“. А „наука“ је била то што је на почетку XX века била најубедљивији

гарант за све широм планете – није ли и Лењинов социјализам био „научни“?

Менџмент су, ако се ухватимо дефиниција, „активности и обавезе које предузимају једна или више особа са циљем за планирање и контролу активности других особа да би се достигло неко стање или уредиле неке активности које не би могле бити достигнуте ако би свако радио самостално“ (Wehrich, 1993). Овако састављена дефиниција у основи прикрива један нетолерантан поступак према већини оних који учествују у радном процесу што води *аутоматизацији радне снаге*. Пошто је у суштини њиховог бића поставка да циљ оправдава средства, менаџерска класа не види у чему је проблем претварања људи у продужетак машине. „Универзалност менџмента“ је идеја те класе чему власници, капиталистичка држава и прагматична наука неће стављати озбиљније приговоре догод је она у сагласности са „прогресивизмом“. Поступак подрумева планирање, организацију, одређивање оптималне величине и структуре групе извршилаца, те позивања и њих да „слободно учествују“ у давању идеја за унапређење сопственог ропства – наравно, под будним оком „контролора“ да „слобода“ шрафова не бу угрозила машински склоп. „Сви менаџери су уједињени у извођењу радова људима“ (Wehrich, 1993:4).

После Тејлора и његових следбеника олабавиће се пренапрегнуто описивање тог мапиулативног поступка као „научног“. Тако да ће се менаџмент одређивати као „у великој мери вештина, али основана на вредностима науке“ (Wehrich, 1993:7). Томе ће посебно психологија дати значајан допринос. До двадесетих година прошлог века озбиљна критика ће стићи, пре свега, од синдиката кроз став да „научни менаџмент поништава индустријску демократију; то је повратак у индустријску аутократију“. Роберт Френклин Хокси (Robert Franklin Hoxie) ће тврдити да менаџмент „насрће на основне принципе људске природе, игнорише темперемант и личне способности“ (Ewen, 1977: 196).

У друштвеном смислу менаџмент је повратак суровој котроли коју је синдикална борба била обуздала у некој мери и значи „ограничавање демократског права радника на самоодбрану“. То је посредна разградња права радника на организовање самозаштите која користи и методе гурање радника „једних на друге“. Двадесетих година прошлог века „модерна времена су већ била стигла, широко одређена буржоаским успоном масовне производње и упућивањем на 'нове слободе' успостављене на модерном тржишту“ (Ewen, 1977:197-198).

Природу „модерних времена“ најбоље ће описати Аустријанац Питер Дракер, још један припадник „аустријске школе“. Људи темељних знања у „новом свету“ су се осећали као сневачи у чијем свету нема силе гравитације. Тако су у Америци могли да раде и оно што би у свету традиционалне и утемељене науке и старих универзитета Беча, Минхена или Берлина држали само у својој подсвести. Дракер је менаџмент називао „друштвеном технологијом“ и тврдио да је „најбољи начин да би се предвиђала будућност тај да се она ствара“ (Schwartz, 1993). Иако је читава та конструкција „нове слободе“ подизана на негирању света Старе Европе из које су они дошли, у основи је велико питање да ли се њихова понуда суштински разликовала од корпоративно-фашистичких или тоталитарно-левичарских спасилачких система које су оставили на старом континету. Зар и Хитлер и Стаљин нису „знали“ Дракерово знање и проповедали да се предвидива будућност мора створити. Постојала је разлика – али тек у методу.

Као емигрант који се склонио испред Европе која је имала одређени приступ тражењу „излаза из кризе“ - превазилажења недостатака демократије и немогућности ефикасног функционисања капиталистичке привреде – Дракер је нудио свој страх од колективизма и инсистирао на моћи и значају индивидуе у хаосу. Акцент на индивиду међу већ подигнутим корпоративним циновима била је понуда за покретање посусталог замаха менаџмента. И за разлику од Јозефа Шумпетера који је веровао да је губитак предузетника ненадокнадив за очување оригиналности и моћи капитализма, Дракер је на примеру Хенри Форда, једног од последњих патријарха предузетништва, утврђивао да је „менаџмента централна функција, не само у бизнису, него и у нашем друштву, и то у пословима од којих увелико зависи постојање друштва“.

Домишљати Дракер је оптуживао Форда да своје раднике „води шпијунирајући их и тероришући их“, те да су због тога велики диктатори „тако ватрени обожаваоци Форда“ (Schwarz, 2008:82). У заносној критици тог начина управљања, Дракер се држао закључака да су нацизам и комунизам, иако конкурентске идеологије, у ствари „слични идеолошки и друштвено. Они... Совјетска Русија је слична држава као и фашистичка Немачка“ (Schwarz, 2008:81). А пошто је његов бизнис био продаја менаџментских знања, он је изводио закључак да тоталитарна друштва носе „економски тоталитаризам“, а „економски тоталитаризам не може допустити аутономни менаџмент“ (Schwarz, 2008:80).

Америчка „модерна времена“ су, на крају, поразила Хенри Форда и његов начин предузетничког вођења бизниса. Дракеров концепт „аутономног менаџмента“ је превладао. Аутономност менаџера - како се назива одвојеност управљача од сила гравитације власништва и предузетничких ограничења опреза и моралног ризика – ступила је на економску позорницу. Пола века се то славило као генијалност, цитиране су Дракерове досетке, свет великог бизниса и неконтролисаних финансијских институција је летео као на ћилиму из источњачких бајки. Без предузетничког опреза и страха од падања, висине лета су изгледале безграничне. Наравно, то су знања изнад факата која могу да се оправдају и пронађу у строгим научним оквирима. Велика менаџерија је почела да пада. Једно време се приповедало да је „и пад лет“, а онда се свет опет сетио старог произвођача митског Т-модела, јер је „Хенри Форд (који свакако није био социјалиста, а још мање егалитаристички јакобинац) схватао две ствари: 1. Плата његових запослених мора да буде довољно висока да би могли да купе аутомобиле 'форд'; 2. Цена аутомобила треба да буде довољно ниска да би Фордов, али и други, просечно плаћен радник могао себи да приушти куповину Фордовога возила.

Форд је веома добро зарађивао, али са малим маржама... И на дуги рок.

Ултралибералним кратковидим теоретичарима и практичарима недостаје здрав разум правих капиталиста“ (Радовић, 2011:32).

Кад се 2008. догодио слом у Волстриту, легенде о Форду су оживеле. Дракер је био генијалан теоретичар и убедљиво је представљао „корисне изуме“ свог ума, а Форд је генијални капиталистички предузетник. У свету теорије и не мора бити пресудно срањивање „генијалне мисли“ и неидеалне стварности. Уосталом, сматра се да је Хегел имао право да на приговор да „то нема везе са стварношћу“ одговори „утолико горе по стварност“. Генијалност теорије менаџмента је имала моћ да одбаци сваки приговор, јер је била излаз из ћорсокака у коме се капитализам нашао на почетку XX века а – плус, производила је гомиле пара. Шта да се каже? „Капитализам природно тежи профиту, ултралиберализам тежи хиперпрофиту“ (Радовић, 2011:32).

Дракерови обожаваоци су њега описивали као „пост-капиталисту“, а он је понесен узјамном „синергијом“ писао о „менаџменту у следећем друштву“. Постхумна Фордова победа није му нека препорука, и нема сумње да ће се економским организацијама морати управљати, али начин ће се морати променити и то са сазнањем да идеолошки предзнак није био никаква специјална вредност, сви западњачки

менаџменти су завршили као тоталитаристички: после фашистичког и комунистичког, привремени победник је завршио у истом кошу: “Тежња ка једноумљу је и те како присутна у либералним друштвима – само су облици принуде другачији. Тржишна цензура је заменила политичку... Тоталитарно окружење технолошке рационалности последња је инкарнација идеје тријумфа разума. Нисмо више далеко од нечега што већ поприма обресе *тоталитарног либерализма*. Идеја да је либерализам апсолутно супротан тоталитаризму значи, ипак, може бити доведена под сумњу“ (Радовић, 2011:34-35).

Још у време кад је Питер Дракер, педесетих година био у моди, то је све уочио Рајт Милс: „Некада су у Сједињеним Државама *пословни људи* (курзив С.Р.) били људи уједно интелигентни и осећајни, тако да је *владајућа елита у знатној мери била исто што и културна елита* или су се те две елите у својим знатним секторима поклапале.“ Као пример он наводи две расправе: „Изванредно је поучно“, пише Џејмс Рестон, 'читати записнике о дебати која је тридесетих година XIX века вођена у Представничком дому о борби Грка против Турака за независност, а после тога упознати се са дебатом која је у Конгресу вођена 1947. године у погледу Грчке и Турске. Док је она прва дебата вођена достојанствено и речито, а аргументи полазили од принципа, па преко навођења примера ишли до закључка, ова друга дебата представља незанимљиво ређање *чињеница сумњиве вредности* (курзив С.Р.), пуна је неважних ствари и нетачних историјских реминисценција“ (Милс, 1964:446).

А на шта би све наишао неки аналитичар Рестоновог калибра кад би ове дебате поредио са расправама пред бомбардовање Србије или инвазија на Ирак или Авганистан? Јер, у друштву које почива на *моћи и богаству, знање* постаје нешто што само омета „просперитет“. Последица тога је друштвена дегенерација богатих и моћних у „културну сиротињу“ (Милс), а што је тешко савладив процес: „С обзиром на чињеницу да се *успех заснива на одсуству морала* (курзив С.Р.), можда овако и мора да буде, али оно што донекле у вези с овим забрињава“, упозорава одмерени и промишљени Милс, „јесте то да ти људи нису у стању ни да се бар донекле осете постиђеним: због некултивисаног начина на који проводе часове одмора и због свог менталног формата. Изгледа да је то последица тога што *јавност* није у стању да својим реаговањем утиче на те појединце да они почну осећати нелагодност због свог начина коришћења доколице“ (Милс, 1964:447).

У ствари, у потрошачком друштву – у коме у односу на Џорџа Вашингтона који се одмарао читајући Волтерова писма и Локове саставе „о човековој природи“ стоје, у бољем случају Двајт Ајзенауер који је читао приповести о Дивљем западу и детективске романе, или за ово време реалније, Бил Клинтон који је поред кревета држао банални комерцијални приручник „*Bosnia: A Short history*“ писца хит-историја Ноела Малкома, а да би одлучивао о судбини низа народа у једном одвајкада компликованом и за Запад неразрешивом региону – на такве људе „васпитни утицај“ јавности је потпуно искључен. Уосталом, каква елита таква јавност! Јер ни данашњим медијима одавно не управљају људи који су са страшћу упадали у политичке расправе или се дичили тиме што су познавали писце и научнике, већ преподобљени љубитељи берзи и поштоваоци достигнућа џет-сета који би Џеку Лондону или Џону Апдајку, кад би покушали да им нешто објасне, бацили у лице ону чувену паролу формулисану у виду питања: *Ако сте тако паметни, зашто онда нисте и богати?* „Тај процес је довео до таквог погоршања“, сматрао је Милс, „да је средином XX века америчка елита постала сасвим другачијим слојем људи од оних који би, применом било ког разумног мерила, било могуће сматрати културном елитом, па чак не, што се тога тиче, ни култивисаним разумним људима“ (Милс, 1964: 447).

То је сад другачије структуриран ауторитет. Пошто је неповратно одвојен од знања и морала он је тоталитаран и анониман. Стварање профита у областима људског деловања које су биле изнад или изван материјалне свакодневице може да гарантује „индустрија културе“, која ће онда све законито гурати ка масовној култури и уму гомиле. И доминацији организације над достигнућем појединца. Упркос либералном идеолошком обрасцу, који и поред суочавања с чињеницама, лицемерно не одустаје од пропагандног митологизирања индивидуалних слобода које у стварности бивају протеране на маргину и у фантазмагоричне сфере потрошачког друштва.

Данас, и већ деценијама, „моћ тиска, радија и телевизије, једнако као моћ религије“, доказује Џон Кенет Галбрајт, „извире из организације... Некад је у томе личност играла важну улогу и имала велико значење. У Сједињеним Државама примјер за то су били велики новински магнати – *Adolph S. Ochs, Joseph Pulitzer, William Randolph Hearst* пуковник *Robert Rutherford McCormick*, а у Великој Британији лорд *Rothermere* и лорд *Beaverbrook*. Исто то се догађало са сектором радија и телевизије. У Америци су примјер за то били *David Sarnoff* и *William Paley*, а у Великој Британији лорд *Reith*. Данас су шефови великих листова и телевизијских мрежа већином

анонимни. Ако дођу на какав друштвени скуп или сијело, морају се, једнако као председник *IBM-а*, представити те рећи како се зову и што су. Кад негдје нешто желе платити чеком, морају показивати особне исправе. У тиску и на телевизији спомињу се многа имена, али су то махом *синтетичке личности* (курзив С.Р.) које ствара сама организација ради властитих циљева. Ту се не одражава стварна него традицијом усађивана улога личности“ (Galbraith, 1987:160).

Новине увек личе на оне који имају право и моћ да уређују њихов садржај и форму. Тако савремени медији личе на менаџерску класу, која заиста управља пословима у времену „менаџерске револуције“ (Пол Самјуелсон), али ако је улога класе сигурна, улога припадника те „класе“ много је подложнија губитништву него што су то власници. „Мало је људи који се тако радо, тако спремно и тако потпуно потчињавају моћи организације, с тако мало свијести о властитом потчињавању, као што то раде функционери модерних корпорација... Једнако као потчињавање Толстојевог војника кодексу понашања, то *потчињавање ослобађа од тегоба које изазива доношење особног мишљења и одлуке*“ (Galbraith, 1987:60). (курзив С.Р.) Галбрајт наводи пример из класичне студије Вилијема Вајта, „Човек организације“ (1956), „изјаву једног функционера који је рекао: 'Недавно смо објавили оглас којим смо понудили запослење 'инжењерима који су се спремни прилагодити нашем начину рада.' Неко је гадно упрскао кад је овако саставио оглас. Заправо се истрчао и излануо што ми заправо желимо имати у нашој организацији. Други функционер објаснио је то много сажетије. 'Што се више пењете у корпорацијској хијерархији то мање можете себи дозволити луксуз да трчите пред рудо“ (Galbraith, 1987:61).

У том страху да се не „излану“ шта стварно раде и желе менаџери, корпорације и друштво корпоративног капитализма упорно одржавају велику лаж о постојању конкуренције и тржишта и – обавезно се покривају Адамом Смитом. Да су људи са европског Истока знали оно што није било страном Џону Кенету Галбрајту поштедели би своје народе, друштва и државе низа непотребних искушења. Јер „данашњи корпорацијски функционер Смиту исказује оданост који им он *сигурно* не би узвратио. 'Незгодно' је било и његово супростављање монополу, како оном који би створиле неке поједине твртке тако и оном који настаје као плод завјере неколико твртки. Конкуренција је представљала нужну кочницу јачању индустријске моћи, али је Смит сматрао да та моћ није уравнотежена. Нитко је не прихваћа, ако се икако може обуздати или избјећи“ (Galbraith, 1987:106). Писац „Богатства народа“, подсећа

Галбрајт, био је све пре него идеалиста који је био заточен илузијама о капитализму, јер је прецизно писао да „још није видео да су много тога доброг чинили они који за себе тврде да раде за јавно добро“. Од Смита јесте узета метафора „невидљива рука“ која по, накнадним интерпретацијама, уноси супер-ред, међутим, кад капиталисти овладају тржиштем онда се „невидљива рука повлачи. Ова квалификација представљаће извор великих неприлика у наредне двије стотина година, нарочито у Сједињеним Државама. Велике корпорације, *заклањајући се иза 'невидљиве руке'*, морат ће тврдити, упркос све неповољнијим чињеницама, да жељна конкуренција тобоже и даље постоји“ (Galbraith, 1987:107).

Кад се лажна стварност мора представљати у „слободним медијима“ онда то мора бити управљано менаџерском руком, која 1) никад са тога не сме скинути копрене; 2) стално томе мора давати „спин“ да би све изгледало толико истинито колико је истинито и садашње постојање „невидљиве руке“ тржишта и 3) што је још и најсигурније за ту врсту људи – ваља брзо бежати од озбиљних садржаја и „хранити“ потрошачку светину „свежим месом“ што одговара логици „друштва спектакла“. Пошто је у друштву „вештачко“ дефинитивно надвладао „природно“, они који то воде углавном не могу бити расни предузетници него само имитатори предузетничких идеала – то су људи који су ту да контролишу а не да инспиришу на међусобно поверење, они питају „како“ и „кад“ да се нешто чини а не слободно и храбро „шта“ се то чини и „зашто“ се чини. Кад се медиј да на управљање таквој класи, онда ће све велике идеје и идеали о слободном новинарству с почетка овог одељка бити кремирани у часу и – у бољем случају – бити држане у златној урни иза шефовог стола, а у чешћем случају просуте низ реку без повратка или, пак, случајно сачуване за будуће генерације у старим уџбеницима и укориченим комплетима пожутелих листова новина поређаних на прашњавим полицама у подрумима великих библиотека.

„Људи организација“ су службеници организацијског ума. Они ће живот да сведу на живот организација. „На телевизији велик дио информација које се 'пуштају у јавност' долазе из организација, а не од појединца; особа која их чита није их прије тога чак ни видјела. У сваком поједином случају репортер, водитељ емисије или коментатор говоре 'из организације': подложни су пажњи организације и разним облицима спутавања“ (Galbraith, 1987:160). Галбрајт који је описивао „анатомију моћи“ корпоративног друштва (и медије ставио у поглавље „Моћ религије и штампе“), иако није долазио из „индустрије медија“, као пажљив и проницљив посматрач, увиђао је

суштинске односе које је модерно управљање довело до крајности. „У великим листовима не би се гледало благонаклно на коментатора који би се упорно залагао за особни став (позитиван или негативан) према смртној казни, који би се залагао за обуздавање моћи војног естаблишмента или за легализацију абортуса“ (Galbraith, 1987:160).

Проблеми које је Галбрајт овде поименично навео тичу се актуелности из времена кад је он писао своју студију. Наравно, кад ствари крену неки другачијим путем, и „антивредности“ на истој телевизији и у прилозима истог новинара могу постати предмет неограничене заштите и пропагирања. Што би се рекло: ништа лично. Посао је посао. Ови људи продају своје вештине и знање. А „човек од знања се појављује као 'експерт', што обично значи исто што и унајмљени техничар“, рећи ће Рајт Милс. „Као што је случај и *са највећим бројем осталих људи у нашем друштву*, човек од знања упућен је на свој рад да би живео, а тиме је могуће строго контролисати његов начин мишљења. Тамо где успех зависи од доброг мишљења оних моћних појединаца, њихов суд постаје нешто о чему првенствено треба водити рачуна. Према томе, уколико се интелектуалци налазе у непосредној служби власти – у служби хијерархије – они често губе и своју слободу“ (Милс, 1964:450).

У таквом друштвеном систему, неслободном а лицемерном, опстају медији чије је нормално стање такво да човек мора бити Албер Ками, да изабере време друштвене несрећености као што је то било 1944. у Француској, па да себи може допустити да о тој смутњи говори јасно и без задршке: „А шта смо ми желели“, објашњавао је ангажовани новинар који је тада у Паризу био авангарда победника и првоговорник једне генерације која је била изузетно критична према предратном стању и уморном јавном мњењу. „Јасну и одважну штампу, доличног језика. Људима који су пишући неки чланак годинама знали да су тај чланак могли платити затвором или смрћу, било је јасно да речи имају своју вредност и да мора бити промишљена“ (Ками, 2004:47). Кад би у неким нормалним приликама новинар чије име нема овакву интелектуалну ауру рекао да је „глад за новцем и равнодушност према племенитим стварима учинила да је Француска имала штампу којој је, уз ретке изузетке, једини циљ био да ојача моћ неколицине и једина намера да обесцени одважност осталих“ (Ками, 2004:47), намрштени менаџер би га питао да ли он зиста мисли да „нема слободе“ у новинама које га хлебом хране, а уосталом ако мисли да „нема“, широко му поље, јер ово је „слободно друштво“ у коме побуњенику неће фалити длака с главе, те може да

слободно потражи неко боље место за себе. Истини за вољу, и Камијев крик из 1944. штампан је у интелектуалистичком левичарском *Combatu*. И у једном превратничком времену кад се систем успостављао, Ками је могао да инсистира да су потребне „ако не нове речи, онда бар нови поредак речи. Тај поредак требало би да диктирају само срце и поштовање које рађа истинска љубав“ (Ками, 2004:51).

Са ове тачке гледишта јасно је да су ове речи пре „јуриш на небо“ него реални захтеви за успостављање поретка капиталистичког друштва. Камијеве речи ће остати изнад послератног згаришта као примери непоновљивих узлета. „Тегобан је и чудесан задатак овог столећа да насупрот очајничком положају изгради правду у најнеправеднијем свету и да спасе слободу тих душа препуштених робовању већ према самом свом начелу. Промашимо ли, људи ће се вратити ноћи. Али, барем ће све бити покушано“ (Ками, 2004:58). Како надреално после свега делују расположења једне генерације. Покушано је. Али резултат је такав да ни најватренијих подржаваоци Камија не би могли да противрече трезвеним речима једног од оснивача послератног *Франкфуртер Алгемајне Цајтунга* Паула Зетеа: „Слободна штампа је слобода две стотине богатих људи да шире своје мишљење. Слободан је ко је богат“ (Ђурић, 2000:20). Камијев *Combat* се после вишегодишњих мучења 1974. угушио у дубоком расцепу с друштвом које је, после сусрета с идејама превеликим да би могле постати стварност, пошло „утабаним стазама“. То што су у тај лист изливали своје блиставе идеје и Жан-Пол Сртр, Андре Малроа, Емануел Муније, Рајмон Арон и још толики други није му могло бити од помоћи. Ови момци су спадали у светску „екипу 200“, али не оних „200 најбогатијих“. Они су били људи знања и креативности ума. Али, менаџмент је ту да оним „слободним“ обезбеди да они слободно на свом богатству зараде још. Сиромашнима менаџмент не може бити од помоћи.

7. ПР- спин

Џон Д. Рокфелер и његов *Стандард Ојл* изазвали су 20. априла 1914. године "један од историјских најдраматичнијих сукоба капитала и рада". Полиција која је на Ускрс 1914. кренула да "уразуми" штрајкаче који су се у бедном шаторском насељу у Лудлову, Колорадо, од септембра 1913. борили за долар више - убила је три жене и једанаесторо рударске деце. "У рупама које су ископане да би се несрећници заштитили од пушчане ватре жене и деца су скапали као пацови у клопци преко које се распалила ватра", описао је "масакр у Лудлову" *Њујорк тајмс* 21. априла 1914.

Како то већ бива око сукоба безимене сиротиње и најмоћнијих људи - којима је капиталистичка држава Це-Ка за координирање и остваривање њихове историјске мисије - одмах је започело заседање федералне Комисије за индустријске односе. Џон Д. Рокфелер, млађи, све је "бацио у реку": "Није било масакра у Лудлову. Сукоб је започео као панична борба за живот две мале јединице милиције против целокупне шаторске колоније..." Читав век после ће свет бити суочен с таквим сценама - голорука полиција која штити светиње "право и имовину" и до зуба наоружани бедни људи који, у стварности, немају ни да се прехране: ето, шта се десило по Рокфелеру, а ту су се, по логици тих сценарија, умешали "добро плаћени агитатори које је послао синдикат".

Логика демократије богатих је: да је свака организација, сем њихове, сумњива и да је свако плаћање које не долази од њих плод завереника и непријатеља система. Да би се та анти-здраворазумска парадигма одржавала у друштву и да прича о конкретном масакру не би добила подршку народа, најбогатији човек у држави унајмио је Ајви Лија (Ivy Lee), власника агенције за "инжењеринг вести", јер тада се ти мајстори производње "другачије стварности" још нису звали ПР-саветници.

ПР је био у зачетку. Ајви Ли, делатник ПР чије је име упамћено као име симболички првог у професији, после краће новинарске каријере у *Њујорк џорналу*, *Њујорк тајмсу* и *Њујорку ворлду* отворио је агенцију која није била "тајни прес биро. Сав наш посао је јаван. Наш циљ је да допремамо вести." Ли је за мото новог посла искористио речи које "гарантују" ниво: *Озбиљност, Веродостојност, Утицај* и обећање да ће "давати само текстове од реалног интереса, направљене тако да привлаче пажњу и уредника и читалаца - никад сензационалистички, никад клеветнички, увек озбиљно, увек истинито, увек читљиво" (Ewen, 1996:76).

У случају "масакра у Лудлову", то је изгледало овако. Ли се дао на затрпавање новина серијом циркулара под насловом "Чињенице везане за штрајк у Колораду за индустријску слободу". Од јуна до септембра, свака четири до седам дана, на адресу министара, уредника, учитеља, бизнисмена ишле су "истине о случају". Један од доказа је био прес-клипинг који је недвосмислено доказивао да "уреднички сентимент" новина у Колораду углавном није на страни штрајкача. "У извештају је једино занемарена чињеница да уредници који су били предмет истраживања сви одреда раде за новине које су биле вођене од стране компанија за угаљ" (Ewen, 1996:79). Пуштена је и "чињеница", да је синдикални активиста Мајка Џонс, 82-годишњакиња, била "проститутка и да је држала бордел". („Никад сензационалистички, никад клеветнички, увек озбиљно, увек истинито, увек читљиво".)

Ајви Ли је тада "пронашао" образац који ће у том послу постати класично средство рада. Алат за сва времена. "Један билтен је нудио аутентични извештај Хелен Гренфел, која је једноставно идентификована као 'председник Лиге Колорада за право и поредак'." А њен прилог је убедљиво доказивао да су пуцњаву у Лудлову иницирали штрајкачи и да су куршуми који су засули њихове шаторе обичан инцидент. Међутим, "у извештају није споменуто да Гренфел, у ствари, није очевидац догађаја у Лудлову и да је она жена званичника са железнице чија компанија остварује профит превозећи угаљ у Колораду"(Ewen, 1996:76).

Данашњи читалац ће се свакако сетити како се у припреми за рат у Заливу 1991. појавила извесна млађана Кувајћанка Најира која је пред Конгресним кокусом за људска права, а као "волонтерка" у болници у Кувајт Ситију, сведочила како су ирачке звери ушле у породилиште и из инкубатора избациле стотине невине дечице, остављајући их тако немоћне да помру на хладним болничким подовима. Али да се доброј и храброј девојци, која је Америци и свету открила монструозни злочин, не би нешто догодило, њен идентитет је био заштићен. Тајна за јавност. Кад је посао обављен, без неког посебног снебивања или чуђења објављено је да је Најира, у ствари, кћерка амбасадора Кувајта у Вашингтону Најира ел Сабах и да је "историјски" масакр обичан фалсификат, спинована (не)истина, без које би ПР-индустрија имала мали проблем: морала би да измишља нови "страшни догађај" и да тражи неког другог, скупљег "сведока"(Ewen,1996:28; Бал, 1997). Наравно, све је замисливо сем тога да планираног рата не буде, независно од тога да ли - без разлога који се зове "амерички национални интерес" - "жртва" заиста заслужује да буде сравњена са земљом. После тога је објављено да се агенција која је одлично обавила посао звала *Astro Turf Organizing*.

Обичном свету то не значи много. "Скривени убеђивачи" - то су људи који не раде само за ратове, већ и за изборе, политике, корпорације, нове производе, што год. "Успон ове индустрије је такав да је тешко уочити разлику између произведеног јавног мишљења и оригиналне експлозије народног расположења" (*Њујорк тајмс*, 17. мај 1993).

Један истраживач је 1992. истраживао рад 417 новинара у Сиднеју, Мелбурну, Бризбејну и Канбери и „нашао 86% их је изјавило да су 'врло често' контактирани од ПР посленика. Више од 74% је рекло да има 20 или више ПР контаката (саопштења, телефонских позива, факсова, и сл.) седмично“ (Masnamara, 2006). Он је анализирао око 2500 текстова и утврдио да 768 њих (31%) комплетно или претежно базирано на

материјалима добијеним ПР каналима; само 1,2% прослеђених ПР материјала није било уопште кориштено у медијима; чак 70% садржаја локалних малих новина добијено је од ПР служби; прослеђени материјал је употребљен просечно 7 пута, а једна прича о винима објављена је у 69 новина и то углавном са фотографијом коју је проследио ПР (Маспапага, 2006).

Али то свакако не може бити случајан продукт вештих људи - кад затреба. Тако сложен процес мора бити дубоко укорењен у неку културу.

Демократску културу!

Демократску културу?

Који год знак интерпункције да се стави на крају - тачан је.

Крајем XIX и почетком XX века филозофска струјања су изродила правац који ће добити име прагматизам, а његовим оснивачем ће се сматрати Вилијем Џемс, амерички мислилац. Име правцу је, у ствари, дао Чарл Сандерс Перс, али је тек Џемсово дело *Прагматизам - ново име за старе путеве мишљења* (1907) означило утемељење школе која би могла бити и калем на енглеском утилитаризму, јер је Џемс своју књигу изричито посветио: "Успомени Џона Стјуарта Мила - од кога сам се прво научио прагматичкој отворености духа а кога моја машта воли да слика као нашег вођу да је данас у животу".

Као у крајњој инстанци продукт америчког ума, прагматизам ће бити "у свесној и присној практичној вези са самим проблемима дана" и "прагматизам се јавља пре свега као метода решавања самих дневних тешкоћа у које се заплео америчански културни и друштвени живот" (Недељковић, 1991:259).

За прагматисте је *истина* "само помоћно средство нашег мишљења" и - "истина је једна врста добра, а не, као што се обично мисли, категорија потпуно одвојена од доброг... И можемо ли онда, да стално држимо одвојено оно што је боље за нас од онога што је истинито за нас? Прагматизам вели не, и ја се потпуно слажем с њим" (Џемс, 1991: 49-50). Берtrand Расел, "који је прошли светски рат, због свог социјализма и пацифизма, преседео у британским затворима, рекао је делимице тачно о ратоборном прагматизму да је он само 'америчански комерцијализам'" (Недељковић, 1991:262). Сам Џемс је изричито тврдио да "истина живи највећим делом по кредитном систему. Наше мисли и веровања 'пролазе', све док им се нешто не успротиви, као што новчанице пролазе све док нико не одбија да их прими." Џемс је тврдио да су истине подложне "проверавању негде и на неком месту, без чега се зграда истине руши као финансиски систем који нема никакве стварне подлоге у готовом. Ви примате моје

поверење о некој ствари, ја примам ваше о другој. Ми узајамно тргујемо истинама" (Џемс, 1991:120).

Теоријско настојање прагматизма да се "јавља као велики измирител метафизичара и антиметафизичара, ирационалиста и рационалиста, богмољаца и атеиста, материјалиста и идеалиста" није донело никаву синтезу, чак ни еклектичко сабирање, "већ помицање проблематике у једну посве нову димензију, у сферу практичног, успјешног, корисног" (Грлић, 1983:195). А шта је то у реалном животу, лепо се може видети из констатације Џемсовог наследника на престижној филозофској катедри Харвардског универзитета и његовог најбољег тумача Ралф-Бартон Перија, који је после Првог светског рата, бурник двадесетих година прошлог века, констатовао да су "велики светски хоризонтални расцеп између привилегованих и непривилегованих, и растућа моћ и насртљивост радника окренули, у Америци као и другде, пажњу унутрашњим проблемима и изазвали, моћни пораст националне конзервативности. И нимало случајно овај... широко утицајни представник америчке демократије започиње свој чланак о америчанској свести истичући и величајући као пример најчистијег американизма Хансонов случај. Г. Оли Хансон, градоначелник Ситлиа (Вашингтон) постао је, пише Пери, у последње време нека врста националног хероја зато што је то учинио на енергичан и сасвим америчански начин" (Недељковић, 1991:261-262).

Први светски рат је омогућио прагматичној Америци да „сврви“ унутрашњу побуну, наметне се као светска сила кад је 1917. ушла у рат и донела „ред“ исцрпљеној и разореној Европи – и, да једном за свагда раскрсти са заблудама о демократији. Међутум, без обзира што „америчка практична филозофија“ зна да „истинитост није ништа друго до успешност тј. да је истина све оно што коме индивидуално, посебно и опште успева“ и да је мера „америчке свести“ и „американизма“ принцип да „успех једини доказује све, способност, истинитост, објективност, стварност“ (Недељковић, 1991:250) – америчка хуманистичка наука није имала инструменте за претварање истине у „списак жеља“.

А Европа која се „гушила“ у обавезама према вековима мишљења и трагања – имала је знања и о томе. Међу америчким мислећим светом веома популарни почетком XX века била су два Француза: Гистав Ле Бон и Габријел Тард. Ле Бонова студија „Психологија гомиле“ (1895) у Америци је читана као приручник за рад с масама. Амерички председник Теодор Рузвелт (1901-1909) стално је ту невелику књигу држао на дохват руке и силно желео да сретне аутора. [Жеља му се остварила јуна 1914.]

Ле Бон је пророковао да „док се љуљају и ишчезавају сва наша стара веровања, док се стари стубови друштва једни за другим руше *сила гомиле* јесте једина снага, којој ништа не прети и чији престиж само расте. Век у који улазимо, биће доиста *ера гомиле*“ (Ле Бон, 1896:9). Сила гомиле је слепа сила и њу неко мора да води и усмерава, неко ко ће спознати њено биће. А то се може, ако се зна. Гомила је интелектуално инфериорна и она тражи – појединце, вође, групе. Гомилом се управља. „Зачудимо се који пут, читајући, слабостима извесних 'говора', који су међу тим имали огроман утисак на гомиле, које су их саслушавале; али се заборавља при том, да су ти говори и удешени да повуку гомилу за собом... Беседник, који је у интимном општењу са гомилом, зна да им изазове у свест слике уображења, које ће их преластити. Успе ли, циљ је постигнут; и двадесет свезака свечаних беседа – увек справљених после свршеног чина – не вреде колико оно неколико фраза, које су допрле до мозга, које је ваљало 'убедити'“ (Ле Бон, 1896:69). Ле Бон је показао ограниченост моћи рација и неслућене моћи скривених сила, уобразиља које треба умети откривати. Он је скренуо пажњу на – слику. Слика је моћнија од речи, кад се обраћате масама. Буди јаче асоцијације. „Слика, која је у духу њиховом изазвао какав догађај, личност, случај скоро имају *живост стварности*“ (Ле Бон, 1896:69). (курзив С.Р.) За оне који ће се дати на послове ПР круцијално је: „Ко се разуме у вештини да дејствује на уобразиљу гомиле, зна у исто време и вештину да њима влада“ (Ле Бон, 1896:74).

Габријел Тард, нека врста провинцијског самоуког социолога, протоком времена је добијао на значају. За наше функционалне потребе узећемо увид Марка Марковића, докторанта француске политологије, који је сажео Тардов допринос. Одговарајући на питање о западном „медијском јуришу“ против „демократских“ народа др Марковић је упитао питача: „Шта мислите ко је од великих социолога однео победу у XX веку?... Неки ће рећи да је то Маркс. Ви можда мислите на некога од његових критичара.“ И те прве асоцијације тешко је оповрћи, али др Марковић је устврдио: „Не. Победник је француски социолог Габријел Тард (1843-1904)... Он се бавио проучавањем имитације и социјалног миметизма. У почетку, имитација је за њега била углавном позитиван појам. Дете се развија подражавањем. И што је шири круг људи око њега, што је већи број примера за подражавање, то је подражавање здравије и успешније. Наравно, имитација мора бити подвргнута контроли и руководству све до зрелих година.“ Али Тард ће увидети да се колективне имитације могу злоупотребљавати. Главни инструмент тога, по Тарду, је „улога штампе у друштвеном животу и њен утицај на масе“. Он је схватио „њену 'велику моћ која мора

стално расти' њену способност да створи 'једну огромну гомилу, апстрактну и суверену', коју ће назвати 'јавно мњење' “ (Марковић, 1994:9).

Тард је у „Мишљењу гомиле“ разликовао „публику“ од „гомиле“ и одлучно твдио: „На несрећу, сви колективи су слични у једном: то је њихова жалосна склоност да се раздраже завишћу и мржњом. За гомиле, потреба за мржњом одговара потреби за акцијом. Буђење одушевљења их не води далеко; али дати им предмет мржње, то значи отворити пут њиховој акцији која је, као што знамо, у суштини деструктивна.“ Др Марковић објашњава да је „Тард знао да моћ штампе може да запали и 'публику' једног листа, претварајући је у гомилу: 'Открити или измислити неки нов предмет мржње намењен публици, то је једно од најсигурнијих средстава да се човек уврсти у краљеве журнализма. Ни у једној земљи, ни у једном временском периоду, апологија није имала толико успеха као клеветања“ (Марковић, 1994:9).

Кад се једном практично утврдило да су Ле Бонови и Тардови „закони гомиле“, и увиди у суштину јавности, тачни и употребљиви и кад су откривена средства како се може кротити и усмеравати енергија маса, *елите* у западним друштвима се никад неће оставити тог оружја а *грађанин* је осуђен на тихо повлачење. Демократија је упорно испражњивана од свог основног смисла. Њени принципи, слободе, њене привлачности постаће такође – средства манипулације, и почиваће у тим друштвима као коже уловљених звери које свог ловца и његово друштво само подсећају каква је сила била то биће, коме је кожа била само део, незнатнији део, снаге.

Као што је цинично што су људи из АТ&Т корпорације, који су 1903. за наговарање грађана на потрошњу њихове робе и услуга а за повећање свог профита, за свој бостонски Биро за јавност (то је први установљени биро дела веће организација за оно што ће се звати ПР) наменили да „образују јавност“, тако ће Џорџ Крил дефинитивно утемељити цинизам и лицемерје као део тог посла, дрско називајући свој комитет, чији је циљ био да Американце одведе у Први светски рат, „*Кућа истине*“. А онда је све употребљено да би из „Куће истине“ [од њеног званичног оснивања 14. априла 1917. Извршном наредбом бр. 2594] излазиле непрегледне реке полуистина, свесних прећуткивања, јасних претњи, патриотским емоцијама обликованих подметања, пројектоване мржње. Ангажовани су сви распложиви капацитети „независне“ штампе, сви потенцијали адвертајзинг индустрије у успону, употребљена универзитетска знања, тајне службе, холивудска индустрија „покретних слика“, крупни бизнис, мали бизнисмени; глумачке вештине и позоришна знања искориштени су за фантастичну мрежу стотина хиљада говора *Four-Minute Men* који су били скројени

тако да обичан, у својој средини угледан, човек пред својим суграђанима постави најтежа питања и на њих да „уверљиве“, смишљене одговоре у само 4 минута, јер су позоришни људи знали да око 4 минута траје пуна концентрација слушалаца; ангажовани су цртачи, фотографи, писци, доушници, старо и младо, а да би се произвео инстант „новог начина мишљења“. „Никад пре тога у историји“, писали су истраживачи Чарлс и Мери Берд, „није организована таква кампања едукације; никад пре тога амерички грађани нису осетили како свеобухватно, како неодољиво модерна влада може наметати своје идеје читавој нацији“ (Ewen, 1996:119).

И рат је „продат“ Американцима. Џорџ Крил, који није схватио да манипулатор може да манипулише до судњег дана, али се никад тиме не треба хвалити као херој и ослободилац, после великог успеха потонуо је. Многи чланови комисије која је добила име по њему после су напредовали у америчком јавном животу, а његов значај је опао. Али његово дело је остало као „нова сила“ друштва. „Зао дух“, како би рекли верници демократије, изашао је из боце и „преокупација потребом да се јавни односи подешавају и потрага за техникама како се то подешавање може досећи пренесени су у послератни период“, закључиће Стјуарт Ивен у својој „социјалној историји спина“. „Едукација за рат“ је донела „микс сензибилитета – велику наклоност према крупном бизнису и повећану пажњу на значај обликовања јавног мњења – који је анимирао животе и класу америчких интелектуалца који су се после ратне службе враћали свакодневном цивилном животу“ (Ewen, 1996:126).

Волтер Липман, један од најуглађенијих учених људи у Америци XX века, написаће с тим искуством класично дело *Public Opinion* и биће један од најуглађенијих колумниста XX века, а што ће најочигледније показати да је у модерном друштву демократија без манипулације и „скривене руке“ контроле - немогућа, али он из тога неће извући закључак о „пропасти Запада“, нити ће ронити сузе над онемоћалом „владавином народа“. Липман ће на вечне дилеме, да ли је демократско управљање после атинских тргова уопште могуће, додати доказе да људско биће у све сложенијем свету и све разуђенијој подели рада у позном капиталистичком друштву не може да информације користи рационално и делотворно. А „пре рата прогресивни интелектуалци су пристајали уз просветитељски диктум да су људи – бар они из средње класе – у суштини рационални и способни да процењују информације и онда доносе интелигентне одлуке. После Комитета за јавно информисање 'јавно мњење' је постало нешто што се покреће и ствара; 'јавно мишљење' је сада ентитет који се фабрикује, а не тек разумева“ (Ewen, 1996:127).

Несумњиво је стигло верме „невидљивог инжењеринга“, кад је неко оно што је Липман објаснио морао операционализовати, да његову „сугестивну везу између социјалне психологије, модерног медијског система и могућности да се досегне производња пристајања“ извуче из академских умовања.

„Липман третира јавно мњење на чисто теоријској бази. Он никад није сишао доле да учини нешто на његовом мењању. Он говори као што социолог расправља о друштвеном систему касти... апстрактно. Ја сам био изненађен тим. Јер он је новинар“ (Ewen, 1996:159), причаће много година касније Едвард Л. Берниз, у време кад је већ био проглашен „оцем ПР“. Док је Липман „умирао у лепоти писања“ и испоручивао јавности бриљантне расправе, Берниз се дао у израду (полу)приручника са насловима „Кристализација јавног мњења“ или другог, просто насловљеног „Пропаганда“. Фројдов сестрић и човек кога је наводно нервирало што је Јозеф Гебелс био најпажљивији читалац и аналитичар његових знања и техника, објашњавао је каква је разлика између адвертајзинга и ПР. Узео је пример – повећање продаје сланине (Ewen, 1996:165). Рекламне агенције ће на сва звона тј. за све паре, јављати да је сланина јефтинија, да је укусна, да даје резерве енергије за тешке послове. Али, по Бернизу, учинак тога је краткорочан и слаб. Чим се повуче реклама купац то заборави и бива окупиран новим рекламама. Онај ко зна да употребљава „принципе масовне психологије“ кренуће у дубље везивање купца. Како? Он ће платити докторе којима се верује, да они објасне да је „здрово јести сланину“ и ту је квалитет сланине од малог значаја, јер „математички можете утврдити колико ће велики број људи послушати савете свог доктора“, а да би то неко радио мора да употребљава „психолошку зависност људи од свог лекара“ (Ewen, 1996:165). Дакле, не продаје се ту купцима нека роба, него кредибилитет ауторитета на којима се држи вера друштва у важне вредности. Берниз је после потврдио да је Ле Бон апсолутно био у праву кад је говорио да циљ мора бити „производња слика у мозговима милиона људи“. Свакако боље слика него речи. Неупоредиво су ефикасније.

Берниз је налазио да су најбољи опис духа ПР Наполеонове речи: “Околности? Па, ја правим околности!“ (Ewen, 1996:167) ПР саветници су правилно разумели „дух времена“ кад је постајало јасно да је замишљени идеал „информисаног грађанина“ већ био похрањен у маузолеј снова демократије и да је грађанин могао тек да конзумира сажвакане информације претворене у *вест*, зачињене, искројене, нашивене, скрпљене, упаковане. Реалност, ако се сирова информација узме као тако шта, већ је бивала субјективизирана, интерпретирана. О томе је Липман написао незаборавне странице у

класичном делу „Јавно мњење“. Било је време да се Берниз коначно сети да се *вести* искорене из стварности: оне су већ „симплификоване и драматизоване“, усмерене мишљу издавача да „утичу на инстинкте“, па вешт човек са одређеним интересима и знањима закључује да се *вест* може креирати везана само за *своје идеје*. И такве вести, без везе с реалношћу, неће бити ништа мање уверљиве. „У намери да утиче на инстинкте и базичне емоције јавности... саветник за ПР мора стварати вести око његових идеја... Он мора осамосталити идеје и развити их у догађаје који ће бити одмах разумљиви и могу привлачити пажњу као и саме вести“ (Verneys, 1923:171).

Време за тотални социјални инжењеринг је стигло. Демократско друштво се посматра као “контролисани хаос“ коме је најбољи контролор (а грађани морају бити срећни што су добили „најбољег“) „невидљива“, „мека“ рука инжењера, које ће Ђуро Шушњић описати као, „рибаре људских душа“ (Шушњић, 2011). Тих двадесетих година „свет у коме *public relations* менаџери, адвертајзинг стратеги и архитекти прорачунатих спектакла почињу да убрзано производи појмове о јавном дискурсу, био је у процесу укореења“ (Ewen, 1996:173).

Да би се изводиле тако опсежне операције, свет више није могао да се враћа на мале тираже новина, на дисперзивну слободу и људски емотивне сукобе мишљења, на ризике да „наша идеја“ не прође, на расправе у којима би ситуације да Давид победи Голијата биле више од обичне легенде и замене за праве слободе малих и нејаких. Стизали су електронски медији који ће јавност дефинитивно претворити у „крдо“ или „гомилу“. Бернизове идеје – да се производе слике у милионима глава – нису могли да опслужују мали буџети и приручни тимови, то је био посао само за велике организације – корпорације или државе. Велика депресија ће донети и „хладни рат“ титана.

Харолд Ласвел је период између Првог светског рата и Велике депресије описао као „колапс традиционалних простора демократског романтизма и јачање диктаторских начина мишљења“. Модерна средства наговарања, сликовито ће то Ласвел описати, претвориће „челичне ланце“ контроле у „ланце од сребра“ (Ewen, 1996:175). У свету атомизованих појединаца који формално јесу слободнији него икад, али и ужаснути својом самоћом, пропаганда је „надокнада за својевољу доба“, а *агент за јавност* „најзваничнији симбол друштвеног живота“. И као што је приметио Џон Дјуџи, појављују се индивидуе које се одупиру општем току, али на крају крајева, „сентименти сваког човека“ се могу обрадити применом метода за масовну контролу. Безусловна лојалност краљу и цркви се претопила у "веру у демократију" коју, уместо

недељних црквених проповеди, препоручује "највећа река масовних сугестија коју је људско биће икад доживело", констатоваће Дјуџи 1930. у књизи "Индивидуализам, стари и нови" (*Individualism Old and New*). У светским релацијама то је време успостављања америчке хегемоније - што подразумева и "продају" културних и друштвених образаца свим друштвима, без обзира колико то њима стварно било од користи.

Бивша европска, прецизније британска, колонија била је одмакла од оних Токвилових налаза о њеним демократским потенцијалима и већ у фази зрелог друштва у коме је Токвилов земљак Жорж Дијамел (*Georges Duhamel*) 1930. године, кад је стигао у Нови свет, видео "сцене из живота у будућности". Тако наиме гласи поднаслов његове књиге "Америка опасности". Дошљак из Париза, који ће после (од 1935.) постати и члан француске Академије наука, видео је једно хипериндустријализовано друштво у коме се срећу "наглашена наклоност за машине" и "пролазници унезверних погледа". Он је америчко друштво описао као "претежно визуелно", а америчку културу као културу која се "људима презентује само кроз слике које су елементарно моћне и заводљиве" (*Ewen, 1996:191*). За Жоржа Дајмела (1884-1966) америчка (по)јавност је "тријумф дисхармоније и нереда", врста недовршеног настојања да се досегне пун смисао живота, који је Дајмел описао као "једну врсту маструбације очима". Ту врсту пренапрегнуте заводљивости Дајмел је описивао са страхом и презиром: "Све је било фалш. Свет је био фалш. Ни ја сам вероватно више нисам био ништа друго него симулакрум човека, имитација Дајмела... Моје мисли нису више биле под мојом контролом... Покретне слике су узурпирале место мојих личних идеја" (*Ewen, 1996:191-192*).

Велика депресија је званично објављена 1929. Сlike, илузије, варљиве слободе, тзв. *laissez-faire* друштво распало се пред стотинама милиона "верника демократије" и убеђеника да не постоји ништа што може да замени "слободно тржиште". У великим превирањима која су уследила, решење се дефинисало у супротности од слободе која слободног човека претвара у звер преплашену и за могућност да ће имати довољно хране за опстанак. Кад се капиталистичко друштво Европе и Северне Америке нашло пред зидом, једино је имало јасан страх од социјализма и неупитну потребу да нађе неку "зелену грану" за коју ће се друштво хватити.

Председник Френклин Делано Рузвелт могао је само да призна да је Џон Мајнард Кејнс тачно описао стање: "Конфузија у мишљењу и осећањима води конфузији у говорењу." А народ је, као у библијским сценама, чекао јасну поруку. За

разлику од депресије која је оглашена сломом у Волстриту 2008, период пред Велику депресију имао је много ширу, озбиљнију и разумнију научну и јавну расправу о пропадању. Кејнсов историјски текст *The End of Laissez-Faire* објављен је још 1926. године. "Ја критикујем државу социјализма, не зато што се она позива на алтруистуичке импулсе у служењу држави, или што се она одриче *laissez-faire*, или зато што она одваја људску природу од слободе да стварају милионе, или зато што она има храбрости за смионе експерименте. За све то ја јој аплаудирам. Ја њу критикујем што она нема разумевања за оно што се сад дешава" (Keyens, 1926:13). И : "Европи недостаје средстава, а Америци воље за промене", констатовао је тада Кејнс.

Председник Рузвелт после 1929. није имао избора. Као што је Вудро Вилсон, пре деценију, употребио сва средства за стварање расположења за акцију, сада је Рузвелт покренуо већ разрађену машинерију. Ваљало је, као што је објаснио и Кејнс, извршити "психолошку и моралну обнову друштва". Иако је Рузвелт већ имао на располагању и радио, највише енергије је утрошио у освајање штампе. Председник је први пут у историји увео "ручак с новинарима". Председников проблем је био што су се власници, а и њима ближи уредници, устезали да подрже Рузвелтов лични магнетизам за обичне људе. Јер, то је претило да већ утемељену контролу над грађанима претвори у рушевине. Осећај који доноси ослобођење буди велику мотивацију, али је и опасна играчка. Да би покренуо земљу и привреду, Рузвелт је морао да покрене народ, масе. Лео Ростен (Leo C. Rosten) из Рузвелтове околине је описао ту "дијалектичку супротност" у којој се нашао председник одлучан да нешто уради: "Он је био геније за усмеравање штампе; био је велики познавалац и способан да одговара на питања штампе. Упркос томе, већина штампе... са уредничких позиција је била против Рузвелта, а исто тако жестоко новинари су били за њега" (Ewen, 1996:249).

Радио је тада у Америци био концентрисано власништво неколицине емитера, а Бела кућа је била у одличним односима са најмоћнијим међу њима, водећим људима у *NBC* и *CBS*. Сам председник, непосредан и у узајамном односу обожавања с масама, био је врхунски говорник за радио наступе. И сада се упустио у оно што је он звао "настојање за едукацију, за разумевање са својим слушаоцима; да се обраћање учини више разумљивим... Ова намера је јасна и у његовом првом обраћању које је емитована 12. априла 1933. само недељу дана после председничке инаугурације" (Ewen, 1996:255). Рузвелт је тада говорио о банкарском систему и врло вешто позвао суграђане који виде "шта се дешава у сваком делу нације. Осећајте се слободним да то

критикујете. Реците ми, на пример, где би се нешто могло учинити боље, или где непримерена чињења преовлађују." Пошто то нису биле само празне речи "америчка јавност је постала суздржанија него икад пре тога" (Ewen, 1996:259). Претећи егалитаризам се заразно ширио друштвом у коме су се разлике у богатству узимале као природан ред ствари.

Рузвелтов поход, наравно, није био *one man show*. Предсеникову инспирацију у конкретне производе - фотографије, програме, поруке за билборде, новинске текстове, радио-емисије, материјале за магazine, књиге - претварала је армија врхунских професионалаца и на хиљаде следбеника који су од свега стварали покрет који је дириговао атмосферу да је излаз из Велике депресије могућ. У центру тих порука био је обичан грађанин, просечни Американац, биће у тешком положају али охрабрено да после овог тешког "историјског времена", ипак, ништа неће бити исто. Леп пример за то је *FSE (Farm Security Administration)* - институција која је лансирала откривање и популарисање живота обичних људи фотографијом. Америка се одједном кроз серије тих фотографија упознала са самом собом. Људи су из слика, у земљи у којој простор раздваја безнадно, препознавали сличности својих проблема а даљине су почеле да их привлаче. Велика, различита земља, далеки предели, а невоље исте. То је будило моћан осећај солидарности. Све је то рађено професионално и под будним оком ПР контролора. Пројектовани утисци су постајали друштвене чињенице. "Ове фотографије су славиле Америку, али су одбацивале америчку националну културу засновану на религији 'просперитета' и комерцијалног имиџа. Укратко, оне су охрабривале људе да о бизнису мисле другачије него што је уобичајено" (Ewen, 1996:283).

Ово је било – много. Амерички бизнис држи до америчке државе, али не више него до својих интереса. Национална асоцијација индустријалаца (*NAM – National Association of Manufacturers*) још је септембра 1933. – у шестом месецу првог мандата Френклина Д. Рузвелта – донела „одлуку да покрене ПР кампању за одбрану бизниса, а против растућег бучног критицизма“ (Ewen, 1996:301). „Ми се морамо вратити фундаменталној чињеници да уколико ми не држимо те људе, други ће то учинити, а предрасуде које они стварају више се и не опајају као неправде“, рећи ће тада новоизабрани председник Асоцијације Роберт Ланд (Robert L. Lund) из фармацеутског индустријског комплекса (Ewen, 1996:301).

Асоцијација је 1936. године донела интерни меморандум којим је овлаштени „свети ратник“ Волтер Вајзенбергер (Walter Weisenburger), задужен за ПР послове, сугерисао конкретније, опсежне напоре како да се Њу дилу стане на пут, а да се

промовише *American Way*. „Добре“ компаније почињу систематски да плаше народ „злом“ државом која се издигне изнад грађана и онда их контролише и употребљава (Ewen, 1996:304). „Амерички пут“ је значио да ће корпорације учинити све за „слободно предузетништво” и право „појединца“ (*free enterprise&individualism*). Демократија је дошла дотле да ће је спасити корпорације. Али ово се и неће дешавати у свету реалности, него у ПР облацима. Асоцијација је на конференцији о ПР пројекту себи поставила као циљ да „у јавну савест увеже слободно предузетништво са слободом говора, слободом штампе и слободом религије, као интегрални део демократије“ (Ewen, 1996:306). Послодавци су на једну надреалност додавали свој реалан проблем, те су, у складу с претходним нашли „да је борба за веће порезе нешто што штети свима“, да је синдикална борба расипање националне енергије и објавили су – да почиње „борба за идеју будућности“. У овај програм су уложена огромна средства, окупљени су велики стручњаци за ПР. Едвард Л. Берниз је, наравно, био на „правој страни“. Методи рада су познати, али се и стално унапређују: рецимо, од болешљивог Рузвелта се научило да је моћ бити с људима близак и да те они доживљавају као свог. Историчар филма из тог периода Вилијам Бирд (William Bird) описао је убрзање с којим је амерички бизнис ушао у ову фронталну, дугорочну кампању као прелазак из „реторичког“ у „драматично“. Имало је тада шта да се научи и од „мрачних Совјета“, па је тако „US Steel користио фото-мурале да покаже своје раднике како се раздрагано напрежу...“ (Ewan, 1996:331)

Европска друштвена кретања и појава Хитлера биће само од користи убрзаном развоју „индустрије свести“. Пред крај рата још се говорило о „спасавању капитализма“ као општем напору у који је било важно да се укључи што већа снага и држи што шири фронт, а онда су ПР саветници проценили да је време да се поруке преформулишу. Хенри Линк (Henry C. Link) из Психолошке корпорације је објашњавао да велики бизнис мора да са кампањом иде широко, указујући на логично „промовисање принципа, идеја и слобода“, али да мора и да се „помери акценат са слободног предузетништва на слободу сваког појединца у оквиру слободног предузетништва; с капитализма на много шири концепт *американизма*“ (Ewen, 1996:360). Кошуља је ближа телу од сакоа.

Али, американизам је особен и њему су прва брига његови предузетници, па се акценат преноси са тада обећавајућег концепта *welfare state* на *welfare capitalism* (Ewen, 1996:361). А кејнсијанизам који је спасао капитализам у Великој депресији већ је међу капиталистима постао тако омрзнут да су га „критичари“ описивали као перфидни

комунизам. Све је ишло дотле да је *welfare capitalism* америчког профила могао да огласи да су радници и капиталисти нашли заједничку основу у пројекту „буржоаске потрошачке културе“ (Ewen, 1996:371), која је свечано сахранила класни конфликт у темеље дотад невиђених храмова потрошње, шопниг-молоче. „Инжењеринг консензуса“ (Engineering Consensus) је имао резултат. ПР индустрија је могла да наступа са још мање обзира према реалности и са све већим захтевима за пословима и парама. Долазила је телевизија. Неки експерт ПР је могао да прави алегоријску слику која ће се преносити из приручника у приручник: „Радио је као Стари завет, будући да се слуша без виђења. Телевизија је Нови завет, која је Реч учинила кротком и довела је да обитава у нашој дневној соби“ (Ewen, 1996:388).

Пут телевизијске инвазије „скривених убеђивача“ практично је обезбеђен у току Другог светског рата. Земљи која је у оба светска рата ушла као ванземаљски учесник – без директне угрожености свог становништва и територије, и својих ресурса, индустријских и природних – рат је био само најбољи бизнис. Уз минималне губитке у људству све се претварало у енормни раст профита, продукције и потрошачке хистерије (Ewan, 1996). Чврсто уверење у Америци може бити чист луксуз ексцентрика или став човека којег је живот одвео „с ону страну добра и зла“, а да он није био у прилици да то бира. Потрошачка култура је устројила свој ред вредности и установила своју хијерархију морала и своје музеје обичаја у којима су артефакта о односу очева и дедова толико бледи и нејасни да већ први потомци никад нису начисто ни да ли су претходници и постојали. Помињани Дајмелов „извештај из будућности“ још се за његовог живота претворио у отелотворење слутње.

Епизода са Ројем Емерсоном Страјкером (Roy E. Stryker) можда је најсликовитији пример свемоћи „инжењеринга пристанка“, како ће Едвард Берниз описати тријумф манипулације људским мозговима и емоцијама. Страјкер је био озбиљан економиста и државни службеник у Рузвелтовој администрацији, а у херојско доба Њу дила прочуо се као први човек *FSE* пројекта – чији је продукт био и онај велики национални фотографски хепенинг који је „просветлио“ Америку. Већ је било добрано поодмакло подривање Њу дила и његових резултата кад је Рокфелеров *Стандар Ојл* Страјкеру понудио гомилу долара и леп пројекат (Ewen, 1996:382-385) који ће и њему и Америци помоћи да се ослободе непродуктивног ентузијазма „обичних Американаца“, и да у складу с потребама „новог времена“ преобрази слике добрих наиваца, чија моћ је само у томе што помажу истом таквом простом свету да се размађијава и почне да разумева, да би и он могао постати субјекат историјских

преломних догађања. Али тај фини свет је сиротиња и нема за енормне плате и скупе пројекте. Страјкер је понуду прихватио 1943. године.

Легенда која је настала око тог случаја „каже“ да се он нашао на ђавољим искушењима. Јер продати свој хабитус *Стандард Ојлу* није у потпуном контрасту само са његовим најкреативнијим успехом са *FSE*, него и са његовим најинтимнијим породичним искуством и васпитањем. Рој Страјкер је одрастао у породици у којој је сазнао, више него на Колумбија универзитету, шта је стварно Америка, и зато је умео да исконску Америку тако оригиналну и ољуђену извади на своје фотографија, али и што је још важније и да подучи бројне следбенике да се ослободе за такав поглед и оставе незаборавну серију од 77.000 одабраних фотографија. Тај Страјкер је одрастао поред оца који је, како је син после сликовито описивао, свако вече молио: „Боже, проклети да су банкар са Волстрита, проклете да су железничке пруге, а два пута да је проклета Стандард Ојл компанија!“ Годинама касније у интервјуу магазину „Форчн“ (септембар, 1948) Страјкер је описивао своју дилему: „Шта је могао Стандард Ојл да жели од мене, човека Њу дила и сина популистe“ (Ewen, 1996:382). [Популисти, у Америци следбеници Популистичке партије из 1890. која је окупљала милионе фармера и радника који су покушавали да ограниче моћ трустова. Једна од варијација те појаве је била и Прогресивна партија из 1912. коју је водио Теодор Рузвелт.] Страјкерово „преузимање“ је, иначе, опробани корпоративни метод којим се свака опозициона снага у тишини и без отпора растаче и ломи.

Да је „демократија Стандард Ојла“ добила још једну битку најубедљивије је огласио „отац ПР“ Берниз 1947. године у „Аналима Америчке академије“ у тексту јасног наслова *Инжењеринг пристајања*. Демократија је ту прецизно и бестидно описана као право лидера да „одговорно“ користе технике манипулације да би светину водили кроз историју и још више кроз садашњост. Логично је да томе служе службе, медији, експерти, наука, образовање, јавност. И логично је да се ствар доведе до решења. „Кад се публика увери у здравље идеје, следи акција. Народ идеју проводи у акцију под сугестијом саме идеје, била она идеолошка, политичка или друштвена. Они могу да усвоје филозофију која сугерише расну или верску толеранцију; они могу да изаберу покретање Њу дила; а могу и да организују потрошачки раскид. Али такав резултат се не постиже сам од себе. У демократији они могу бити принципијелно постигнути инжењерингом пристанка“ (Berneys, 1947:120).

Укинувши „деферсоновски идеал о информисању грађана“ Америка ће ући у доба деловања „невидљивих инжењера“: уз пасте за зубе, „лонг сајз“ цигарете,

љубичасте WC-шоље, кариране кошуље, „екстра ларц“ порције прженог кромпира и неизбежну кока-колу, продаваће им се и – демократски изабрани председници. Концентарција богатства и недодирљивост корпоративног капитала ће водити ка томе да „невидљиви инжењери“ раде за све мање групе моћних и бескрупулозних, за које су животни проблеми и релације у доњим слојевима друштва потпуна *terra incognita*. Тако ће доњи слојеви постати обичан материјал за обраду. То су велика деца коју нећемо шибати, то су превазиђени методи, али да не заслужују ништа више од „шарених лажа“ то је сваком јасно. Психолози су пронашли да у утицају на ТВ-гледаоца – 75 одсто отпада на слику. „Слика, а не нарација је примарна. Слика не илуструје причу. Сlike су прича“ (Ewen, 1996:391). „Инжењер“ на основу те чињенице зна шта треба да ради. А да би сазнао и друге ствари о бићима која треба кувати у казанима „индустрије свести“ Џорџ Галуп (George Gallup) и другови, групација која ће се звати истраживачи јавног мњења, отвориће и погоне за испитивање мишљења маса.

Табела бр. 11 Десет највећих ПР агенција 2011. према годишњем приходу (у милионима долара)

Ранг	Име агенције	Држава из које потиче	Приход 2010	Приход 2001
1	Edelman	САД	531,5	223,7
2	Weber Shandwick Worldwide	САД	525,0	426,6
3	Fleishman-Hillard	САД	505,0	345,0
4	Burson-Marsteller	САД	435,0	259,1
5	MSL Group	Француска	418,0	–
6	Hill&Knowlton	САД	375,0	325,1
7	Ketchum Pleon	САД	355,0	185,2
8	Ogilvy Public Relations Worldwide	САД	250,0	145,9
9	EuroRSCG Worldwide	Француска	205,0	–
10	FD	Велика Британија	193,1	

(Извор: The Holms Report, New York, London, 2011)

Џон Кенеди јесте први предсеник кога је телевизија „волела“, толико да противкандидат није имао шанси ма колико добра нудио друштву, али први политичар који је био комплетно ПР продукт је Роналд Реган (Ewan, 1996, 394-397). Човек је био

просечан спортски коментатор, филмски глумац који је добацивао до холивудске Б-продукције, а онда је нашао себе као званични портпарол *Денерал електрика*. Још је био у *Денерал електрику* кад му се помогло да уђе у политику. Прво је напустио Демократску странку и придружио се „чврстим“ републиканцима. Кад је кренуо у политичку арену прво је постао гувернер Калифорније (1967-1975), а онда и председник Сједињених Држава (1981-1989).

„Наметнут корпоративном котеријом – народу обрађеном деловањем инжењерингом пристанка – кредибилитет Регановог погледа на свет био је прозаичан. Ни технократа, нити конвенционални политичар, он је, пре свега, био производ Холивуда. Не само да је радио као глумац у Холивуду, него је у потпуности прихватао холивудску концепцију правичности и хероизма“ (Ewen, 1996:396). Реганов успон на политичку сцену и заузимање положаја политички најмоћније фигуре у савременом свету просто је била мера једног времена, успех једне индустрије, најкомплексније продукције, продукт „инжењеринга пристанка“, Пи-аРа.

* * *

Европа, као нека врста колоније своје бивше колоније, у тој највишој сфери манипулације углавном је инфериорна или жртва. Партиципација европске медијске индустрије у ономе што се звало „информатичка ера“ или „информатичко друштво“ поприма озбиљније размере тек после Хладног рата. Ако се изузме екипа која се крајем деведесетих и почетком овог века окупила око Тонија Блера, а коју је предводио Алистер Кембел, готово да не постоје пројекти који по темељности и свеобухватности могу да се пореде са великим америчким достигнућима. Упркос јаком утицају прекоокеанских струјања, Европа због своје историје и играча који су за америчке узоре незнатне величине и моћи, није успела да достигне највише нивое „инжењеринга пристанка“. Тешко је и данас, после деценија „транзиције“, у „старој Европи“ наћи ауторе који ће бернизовском хладнокрвношћу говорити о легитимности манипулације, што не значи да покушаја да се успостави тотални ПР нема. „Стара дама“ зато још увек живи с остацима сентимента да ако се баш то тако и ради не мора се отворено говорити о томе. Наравно да криза касног капитализма и криза манипулативне демократије није мања у Европи него у центру цивилизације – Америци. Напротив, углавном се верује да је друштвени имунитет Европе много слабији од америчке способности да оздрављена изађе из Велике кризе.

8. Технолошки прогрес

На ободу Новог левијатана, на технолошком фронту, влада прави хаос. Левијатан ту не успева да сагледа ни сам себе. И сва разматрања „технолошког аспекта“ у основи су померена у будућност. И то у не баш блиску будућност. Разматрања садашњице свде се на чуђења („ово никад није било“) и позитивистичка ређања чињеница. Осећа се тескоба и страх од нејасних силуета на хоризонту.

Најомиљенији приступ објашњењу значаја технике у развоју медија је – технолошки детерминизам. Верује се да тај појам смислио бриљантни ум Торстена Веблена (Wikipedia.org, одредница *technological determinism*), а под тим се подразумева да технологија вуче друштвени развој све независније од друштвене структуре и вредности друштва. Једни у томе виде отуђену силу (као Жак Елил), а други, некритички оптимисти, би се заклели да је техника наддруштвени ореол људске тајне моћи коме је иманентно - неутрално деловање. Док је постојала нека идеолошка граница између деснице и левице, Анри Лефевр је правио поделу на „два облика или типа [технолошке] утопије. Кад се замишља кибернетски град, подигнут према императивима саобраћаја, то је десничарска утопија, реакционарно лудило. Кад се замишља неодложни скок свакидашњице у празник, то је мит револуције, то је левичарска утопија“ (Лефевр, 1973:57).

Прошло је отад пола века и структура света „топлих утопија“ се потпуно урушила, а на сцени су „фабрике консензуса“ – сви су свуда, све је по мери свакога. Беспштедна либерална критика „униформисаног социјалистичког Истока“ добро је похована у живом блату сопствене ограничености, па је њена униформност по структури и непрозирности увелико надмашила социјалистичку колективистичку несавршеност. Како данас наивно делују оне старе униформности и контроле свести! Али сада „расцеп између техничке и грађанске културе постаје све неподношљивији“, уочиће Режи Дебре. „Као да је стварно друштво кришом лишено својих законитих представника, као да су пројекти, дискурси и чланови законика 'поклекли' пред бедним стварчицама, које наизглед безазлено, не тражећи за то дозволу власти, мењају искуство времена и простора њихових поданика: мобилни телефон повезан са сателитом, параболом крова, мултимедијални одашиљачем до неба, уз оптички кабл под земљом и претраживачем на Интернету, тренутно ми пружају могућност да ћаскам или прочитам књигу забрањену у мојој земљи“ (Дебре, 2000:251).

У прошлом веку свет се грчио пред великим идејама и пројектима који су спремани да промене судбину човечанства, а данас је човек поробљен *gadget*-има. Неконтролисано обиље *gadget*-а постаје саставни део сваког дела наших живота, и „када се упуштамо у 'истраживање' свакодневног и када замишљамо нашу будућност. Употребљавајући *gadget*, ми смо, у ствари, потрошачи знакова техницизма. Потрошња знакова и значења има своју улогу. Улазимо у замишљено, верујући да се налазимо у стварном, које је идентично рационалном“ (Лефевр, 1973: 22-23).

У тим условима медији, као и у осталим областима, постају носиоци представа и симбола, који „садрже у себи превару, илузију, мистификацију“ (Лефевр, 1973: 23). Јер, кад се пређе одређена граница „замишљено се одваја од стварног и управо тада се сматра стварним: узима се као стварно“ (Лефевр, 1973:23) *Gadget*-и постају слика технологије и њене безазлености.

Табела бр. 12 Шта је све на екрану видео османаестогодишњак до пунолетства?

Проводио је сваки дан пред екраном: 4 сата и 48 минута	Укупно провео пре екраном: 3 године	Гледао програм у коме је: 61% емисија с насиљем	Видео у програму: 200.000 сцена насиља и 40.000 убистава
------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------	-----------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------

(Извор: Анђелковић, 2008)

„Велика револуција нових технологија“ је релативно скор феномен, али је његов учинак у медијској стварности неочекивано парадоксалан. Моћ контра-удара на глобализоване силе које су изгледале као природна стања углавном је потцењивана. „С једне стране говорило смо о развоју средстава комуникације која повезују све делове планете у глобално село, али све мање и мање простора у медијима даје се међународним темама. Те теме су у сенци локалних вести, сензационалистичких наслова, трачева, прича о личностима и целог комплекса вести-као-пожељне-робе“ (Karpiscinski, 1999). Иако свет непрестано и из различитих разлога генерише кржаве ратове, начин како се њима посвећује пажња, ипак ће дати само скроман допринос застрашујућој нормалности коју је свету објавила *American Academy of Pediatric*, да је биће са осамнаест година старости на ТВ видело око 200.000 сцена насиља и 40.000 убистава (Анђелковић, 2008). А да се не говори о емотивном пријему: колико је

убедљивије убиство у филму или ТВ-серији него бледе последице које се бележе после војне акције. Из таквих драстичних чињеница могуће је извући две врсте закључака: прво, да се дете које уз тако „пуњен“ програм проведе најосетљивије доба (иначе, 55% деце гледа ТВ само или с вршњацима), у ствари, систематски гура у насиље, безосећајност и, с друге стране, доказује се да је медиј и даље више „огледало друштва“ него његов сликар.

Дебре подсећа на знане способности друштва да прихвати технолошку новост, али и да прихваћање траје. „*Ефекат открића*“ се у друштву одражава „у носталгији за нама блиским пределима у процесу настајања. У историји медија, а то је и њена заједничка тачка са историјом науке, помоћу садашњости се разјашњава прошлост. Човека навикнутог на усмену традицију, проналазак писма је пореметио исто онолико колико и аудиовизуелна култура човека навикнутог на штампу. А у нашим очима, екосистем успостављен штампом изгледа већ као митско златно доба, бајковит предео чији обриси нам изгледају све дражи како нестају на хоризонту“ (Дебре, 2000:231).

Способност друштва да наступ новотарија кочи док их не претвори у уобичајеност Дебре обележава као „*ефекат спремности*“, а „реч је о кашњењу са којим се свака нова генерација преносних средстава извлачи из калуца претходне, калуца који је најпре прихватила, а који ће коначно бити разбијен. Штампаној књизи је требао бар један век да се ослободи рукописног облика. Први железнички вагони били су у ствари кочије постављене на шине; прве фотографије налик академским сликама – актови и пејзажи. Телевизијски програм се најпре емитовао из студија радија с додатком камере... Исто тако, монитори наших рачунара су у почетку подражавали изглед штампане стране (данас је пре обрнуто)“ (Дебре, 2000:231-232).

У рећању „ефеката“ не треба испустити ни „*ефекат помаме*“ који уверљиво показује да „између бајковитих нада полаганих у штампарију у доба просветитељства и данашњих утопија изазваних [www.-ом](#) постоји очигледан склад“ (Дебре, 2000 :232). Француски мислилац просветитељства Кондорсе (1743-1794), писац најлепших страница о идеји прогреса - *Нацрта за историјске слике напретка људског духа (1793)* - веровао је да проналазак штампарије објављује долазак "осмог доба човечанства". И "штампарија је требало да заувек уклони фанатизам, јер се у њеном окриљу налазила разумна и транспарентна људска индивидуа (успут ће, као архаичан, бити поништен и појам интелектуалне својине у корист слободног располагања текстовима који сами управљају сопственом судбином и могу се бескрајно мењати у свом кретању из једне земље у другу). Зато ће се и република, као морална надокнада за вредне Гутембергове

ученике, по њиховом мишљењу, проширити на целу планету, ношена незаустављивим полетом штампе, која ће спонтано ослободити свет људи. Француска ће извозити речнике, књиге и памфлете у остатак Европе, а 'штампа ће продрети кроз сва врата кроз која истина треба да продре'. Кондорсе је звао 'Атлантидом' тај будући, нови континент, сачињен од људи типографије, који су се, посредством штампане мисли, посветили јавности" (Дебре, 2000:232).

Тако сваку иновацију на путу у будућност испрати некритички оптимизам и немогућност и најгенијалнијих људи да виде и тамну страну великог техничког проналаска, а "ефекат помаме" је можда и гласнији у нашем времену: "Данашњи утописти на обалама Пацифика не очекују ништа мање од 'трећег таласа', 'дигиталног', чак и 'симбиотског човека' и 'интернет генерације'. Кажу нам да ће информационе магистрале сутра донети слободу и најмрачнијим деловима премрежене планете. Два века после оних који су веровали у 'типорепублику', следбеници 'технодемократије' Атлантидом зову *new-age*. Међутим, можда и ти некадашњи и данашњи миленаристи одбијају да виде будућност, због своје кумулативне визије времена као заменљиве категорије у којој будућност брише прошлост, а *истина је да преображена прошлост оживљава у будућност*" (Дебре, 2000:232). (курзив С.Р.)

Страх од будућности и опрез у сагледавању смисла технолошког напретка кориснији су човеку од неограниченог поверења у прогрес. И сасвим је јасно да су "нове информационе и комуникационе технологије" у другој половини XX века имале "огroman и сталан утицај на структуре власништва и контроле, и моделе запошљавања и процесе производње унутар медијске индустрије" (Бригс, Кобли, 2005:276). Увид у британску стварност је показао да су моћни магнати као Роберт Максвел или Руперт Мердок, нове технологије искористили да увећају своје богатство и своје моћи, а "њихови запослени, с друге стране, много су мање плаћени и заштићени, морају да раде све више и обављају разноврсније послове, за мање новца" (Бригс, Кобли, 2005:278).

Преко ноћи су мењана правила игре, деструиране су вишедеценијске структуре, етаблирана занимања су гурана испод граница друштвеног достојанства. "Новинари и техничко особље били су заштићени на својим позицијама унутар процеса производње, уживајући у својим високим приходима и статусу (чланови штампарских синдиката из Флит стрита били су 'радничка аристократија' у класичном смислу речи). Новине нису биле нарочито профитабилне институције, а често су их користили богаташи, као што је Роберт Максвел једном рекао, као 'мегафоне' за наметање политичког утицаја. Онда

је, у јануару 1986, Руперт Мердок наметнуо својим запосленим, који су остали у шоку, нову технологију и с њима повезане пословне праксе, што је водило у масовна отпуштања, оставке и над побуњеним радницима насиље изузетне окрутности и горчине" (Бригс, Кобли, 2005:276).

Рекло би се да се на овом примеру добро види колико су процеси везани за технолошке промене - неутрални. Односно, колико нису неутрални. И у којој мери је сама прича о неутралности "спиновање" у корист владајуће групације најбогатијих и најбескрупулознијих у друштву касног капитализма. "Кад су окончани штрајкови у Вапингу (а победио је Мердок уз политичку подршку владе Маргарет Тачер), пут је остао чист за технолошку 'револуцију' у британској новинској индустрији" (Бригс, Кобли, 2005:277). Последице јасно показују колико је техника оружје јачих у друштву. "Синдикати штампара су протерани из процеса производње, а новинари приморавани да уче нове компјутерске методе, као што је директно уношење података. Обе групе доживеле су да им се плате смањују, а услови за рад драстично мењају. Профит од новина нагло се повећао, што је Руперту Мердоку омогућило да финансира своје операције у вези с компанијом *Sky* и уведе веома компетитивно формирање цена, промотивне поклоне и иновације у дизајну које карактеришу британску штампу од 1986" (Бригс, Кобли, 2005:277). Једностано и парадигматично осликавања процеса који ће довести до: концентрације власништва, симбиозе власт-крупни бизнис, грубе контроле, екстремне комерцијализације и – драстичног снижења професионалног квалитета новинарских продуката.

Зато је и логично да свако дубље промишљање технолошке дилеме о природи модерних медија углавном додатно усложњава нејасан проблем. Јер, сагледавање улоге и значаја технолошког прогреса остаје без контекста, ако се не сагледава читав фронт. Претходни мозаик неће бити окончан ни кад му се дода да „социолози као Арман Матлар и Мајкл Палмер инсистирају [и] на важности економске и структуралне условљености у систему медија, на важности 'међународног рекламног удружења', на моделима стандардизованог понашања које намеће америчка културна индустрија о улози великих новинских агенција, на идеологији комуникације као доминантне идеологије“ (Пизара, 2008:49).

У контексту одређеног друштва увођење нових медијских технологија у датим условима, у постојећем односу снага, личи на ситуацију када један учесник у рату уводи нову хипернадмоћну летелицу или ракету изузетних могућности. Тако су технологије довеле да данас, на телевизији и у електронским медијима стигнемо до

могућности „вести у реалном времену“ (*real-time news*) кад догађаји стижу „у комфор дневне собе истовремено док се дешавају“. Бомбардовање Београда, операција окупације Багдада, цунами удари у Фукушими, улични немири у Тунису и Каиру... Тај потенцијал би могао да буде и позитиван развој ствари кад би постојали независни и слободни медији. Али они не могу постојати, јер иза сваког емитовања стоји некакав и нечији важнији интерес од принципијелно истинитог информисања; у радњама које претходе емитовању постоје и намере и циљеви које треба испунити; а после емитовања следи накнадна интерпретација у вестима и коментарима која ће милионима људи који то гледају у стању *compassion-fatigue* – поређати чињенице по „значају“ и сервирати једнозначне закључке.

Compassion-fatigue је „замор од саосећања“ код гледалаца, а разуме се као расипање уложеног капитала, јер, ето, они су се постарали, дали им да виде „зло и злочинца“ и патњу „жртве“, лепо им показали ко је ко, а они немају снаге за толико да то „прогутају“ овако савршено сервирано.

Други проблем који ће за *real-time news* учити западни истраживачи су „нежељене импликације за управљање кризама“, те „политичари више не могу да реагују на конфликте и кризе... пожељним ограничењима која намећу *контрола*, *поверљивост* и *хладнокрвност*. Уместо тога, они морају да се носе са ситуацијом у којој масовна публика приступа информацијама истом брзином као и политичари и њихови саветници. Штавише, те информације су непрерађене и сирове – застрашујући, емотивно набијени призори деструкције и злочина који могу да замагле комплексност догађаја који је испод површине конфликта, и имају за последицу лоше информисање, без обзира на добронамерност и разумљиве промене у расположењу публике... *Real-time* вести могу да натурају политичку реакцију која више одговара јавном мњењу него потребама ситуације“ (Бригс, Кобли, 2005:286).

Не само западне вести, него и бројна западна научна истраживања у себи носе прикривени цинизам, слепило које објективност и истинитост показује као беспотребне и обичне етикете. Без „нових технологија“ политички однос није био у суштини другачији, али је јавност имала утисак каквог-таквог фер-плеја, контролу хаоса и реда ствари који је новинаре, гледаоце и читаоце држао у стању сигурности и извесне (макар и лажне) равнотеже. Мера с којом је то као лични доживљај описао Ришард Капшћински даје додатну упечатљивост том стању ствари: „Велика револуција у новим технологијама је скорашњи феномен. Њена прва важна консеквенца била је радикална промена у свету новинарства. Ово ме враћа уназад до

првог самита афричких шефова држава и влада одржаног у Адиса Абеби (Етиопија) 1963. године. Дошли су новинари из целог света. Било је око 200 специјалних извештача и репортера већине најважнијих светских листова, новинских агенција и електронских медија. Биле су и филмске екипе које су догађај снимале за филмске журнале. Али није било ни једне ТВ екипе. Људи су се међусобно знали; знали смо шта ко од нас ради, неки су били пријатељи – врхунски аутори и прави експерти за важне међународне односе. Кад мислим о томе – иако ово није у духу носталгије за неким златним временима којих никад није ни било – тај самит осећам као последњи састанак светских репортера, крај херојске ере у којој је новинарство сматрано професијом резервисаном за најбоље, високо цењено, нешто узвишено за шта је човек мислио да вреди да се даје читав и за сва времена.

После тога се све променило. Скупљање и дистрибуција вести постало је свакодневни посао у свим земљама, у који је укључено хиљаде људи, свуда су се појавиле школе новинарства, које су избацивале нове придошлице у професију уз године у годину. Ово је други свет. Новинарство је некад било мисија, а не каријера. Данас небројено много људи ради у тој професији, а који се не идентификују с њом...

Нове технологије су медије претвориле у продуктивну производњу. Шта су последице? Главни резултат је откриће да су вести могућа роба, чија продаја и дистрибуција могу правити велике профите. У прошлим временима вредност вести се мерила другим параметрима, у смислу тражења истине. Биле су и део политичке борбе. У мислима су ми још увек студенти, у данима комунизма, који спаљују примерке партијских новина на улицама и вичу: 'У овим новинама све је лаж!' Данас се све променило... Откриће да су вести пожељна роба су привукле пажњу крупног капитала у медије. У највећим новинским предузећима новинари идеалисти, они истински сањари о значају истине који су некад водили новине, данас су углавном замењени бизнисменима“ (Karuscinski, 1999).

Људи попут Капушћинског, који су умели да са будистичким миром и узвишеним разумевањем посматрају последице „нових технологија“, одавно су се скрасили у „вечним ловштима“, а талас „ефекта помаме“ као да опада, тако да се на згаришту једне професије чује све више гласова разума. „Амерички новинар и писац Џејмс Фалоуз (James Falooos) тврди да непосредност вести, заједно с њиховим неумољивим усресређњем на драму, насиље и негативно, генерише грађанску апатију и 'огромну колективну деморализацију за људе који су довољни мазохисти да гледају (вести)'. Савремене вести представљају свет који измиче контроли, а то је закључак

који се односи на домаће као и на међународне вести“ (Бригс, Кобли, 2005:287). Велики идеал да благовремена информација помаже грађанину, манипулацијом манипулатора претворио се у своју супротност. „Постоји све више доказа да цинично бављење проблемима (како то чини новински медиј) и њихово представљање насилних догађаја лишено контекста, *чине друштвене проблеме тежим за решавање* (курзив С.Р.) него што би у супротном били“ (Бригс, Кобли, 2005:287), утврдиће Џејмс Фалоуз.

Ми смо већ у стварности која, обухвата „сајберспејс“, пловимо по „хипертексту“, улазимо у зоне „хипермедија“ што је „плод трајног брака: компјутера, телефона и телевизије“ ; расправља се о могућностима и предностима „електронске демократије“. Невоља с том стварношћу је што је она углавном виртуелна, виртуелнија него икад и виртуелна на граници подношљивости. Достојанство људског бића је појам који изгледа све теже замислив. „Никада као до сада, толики број грађана није имао толику *могућност* учествовања у јавном животу, информисању, изражавању, и никада као до сада *нису гласали тако уједначено* (курзив С.Р.)... Права опасност јесте оно што Лисијен Сфез назива 'таутизмом', израз који је настао спајањем 'таутологије', 'аутизма' и 'тоталитаризма'. 'Таутизам' јесте дечја болест нових медија, нарцистичка захвалност оног који понавља исте гестове, који не тражи саговорнике за разговор него се задовољава све софистициранијим играма и игрицама, задовољава са сликама сопственог одраза на екрану компјутера, или су то оне чудне ситнице које ће, можда, бити 'теле-компјутер' како предвиђају нове вештице и/или нови средњовековни преписивачи, градитељи катедрала електронског доба“ (Пизара, 2008:46).

А пре пола века се исконски веровало да би техничко обезбеђивање двосмерног кретања информација водило великом ослобођењу. „Одавно и више но икада данас се упражњава *тероризам*: манипулисање савестима, етички тероризам (морални поредак, 'вредности' и 'узори'), језички тероризам (кодекси који одређују оно 'што се само по себи разуме', норме које преносе речи и 'изрази')“, писао је Анри Лефевр у својој критици технократизма. Данас су техничари омогућили дијалог у техничкој равни, али следећа Лефеврова реченица нија ништа изгубила на актуелности. Напротив, многе ствари су се даље заостриле у правцу који је он уочио: „Удружени тероризам писане ствари и слике, настали су са комуницирањем без дијалога, са информацијом без одговора и без оспоравања (радио, телекомуникације), што је довољно да објасни велике 'тужбалице о самоћи' у време кад постоје *mass-media*“ (Лефевр, 1973:53).

Седамдесетих година прошлог века тероризам јесте још увек био у сфери филозофских сагледавања институционалних аномалија, али се број усамљеника који

су тражили излаз множио. Било је различитих одговора на ту имобилизацију људских потенцијала: од претварања епидемије психијатарских болести у моду, преко суицидалних одговора и изненадних масовних убистава, до одговора из других цивилизација које су означаване као верски фундаментализам или просто дивљачко насиље нецивилизованих група и народа. Три деценије су институције западног хегемона стварале тероризам као анти-систем естаблираном поретку и - почетком XXI века Америка је, после 11. септембра 2001. и напада на њујоршки трговачки центар, могла да као војно-стратешки пројекат објави "рат терору" (*War on Terror*) што ће и остале владе усвајати као "приоритетне задатке", иако без јасних циљева.

„Рат против терора“ ће се у почетку усмерити на "сумњиве" и поданике тзв. "бандитских земаља", али ће се временом претворити у досад невиђену контролу грађана и простора, пре свега у земљама демократије. Држава које су све то произвеле - и технолошка средства, и нова правила и нове безбедоносне системе – постаће земље најсупериорније контроле. То ће се пропагандно поставити као одбрамбени бедем, али ће убрзо постати оправдање за контролу сопствених грађана. Што би се то, можда, у почетку могло правдати поштеним и заштитничким намерама није ни од каквог значаја за коначни резултат. Тоталитарност контроле која се тако успоставља није упоредива ни с чим у историји. Људско биће, грађанског профила, „опскрбљено“ је разним картицама, кључевима, телефонским апаратима тако да се свако вече може утврдити на десетине тачака његовог дневног кретања. Из те фактографије се може сазнати о његовима навикама, материјалном стању, жељама, болестима, пријатељима. Орвеловске антиутопијске пројекције више не могу бити основ за поређења са савременим стањем покривености градова и простора видео-надзором. Бележи се сваки покрет и лица свих пролазника. Удружени етатистички контролни систем и корпоративни анти-систем доносе "меко" и недиректно преузимање контроле над приватношћу грађанина (Суботић, 2011). Државне институције су, по дефиницији, објективизирани заступници општих интереса, сервис грађана, али стварно "рационални и ефикасни" надзор усмерен да штити правила владајуће класе и успоставља поредак којим хегемон може да материјализује успостављену хегемонију.

Касни капитализам, које се удаљило од вредности тог друштва, а о којем је Маркс још 1848. знао да сваки успон завршава дубљим и друштвено погибелнијим падом, друштво је нарушеног имунитета који се више не може повратити или витализовати технолошким прогресом. Напротив, подижући технологију, оно се

систематски самоугрожава. Парадоксално, или историјски легитимно, шири се фронт самоуништења. "После земље, мора, ваздуха и свемира, *информација* постаје пета димензија рата", констатује почетком XXI века Зоран Јевтовић у разматрању о "масмедијском преображају теоризма у глобалном поретку". Међутим, као што друштво које је унапређивало средства и оружја да би колонизовали народе, територије и богатства, ризикује да постане жртва својих преображених колонија - које су усвојиле иста технолошка знања а билошки су доминантне - тако и информативна средства (масовни медији као оружје латентног тоталног специјалног рата) постају средства терора над "белим човеком" а колонијама намењени "слатки отров" има трансгранични ток. "Амнезија и анестезија јавности, која се вештим медијским триковима и подвалама усађује у свест аудиторијума, након краћег времена враћају се креаторима са бумеранг дејством! Медији су продукти политичко-економских олигархија до којих *joш није стигло* (курзив С.Р.) упозорење о терору, који настаје било победом било поразом терориста. Сувише је апокалиптична визија краја историје или почетка трећег светског рата, али ако знамо да је приступ нуклеарном наоружању и масовним хемијско-биолошким оружјима могућ чак и мањим терористичким организацијама, јасна је брига изражена за општу безбедност" (Јевтовић, 2007:122).

Цивилизавција слике и симбола, што је постао модрни Запад, нападнута је баш у Ахилову пету, што су *терористи* као једини могућ одговор у систему без реалне опозиције, [што је такође модерни Запад], научили управо из западњачке рационалне суровости. Једино што теористима недостаје лицемерје другачијег представљања њихових акција, а питање је колико би то лицемерје уопште било функционално у постојећем систему и успостављеним токовима. Јер "крв и смрт најбоље подижу тираже и рејтнге, због чега тероризам постаје масмедијски спектакл који вас својом суровошћу привлачи за екране, радио-пријемнике, странице штампе или Интернет... Рејтинг гледаности теористичког догађаја расте с количином ужаса којег производи, па информационим токовима струје ројеви порука које указују на пропагандну димензију..." (Јевтовић, 2007:104, 117). Средства организованог Запада су и даље супериорнија и технолошки напреднија, али њихови садржаји су вештачки, меки, млитави, декадентни. Тако се у "старе (пропагандне-медијске) мешине", по историјски легитимизираним моделу - уливају "нова вина". И шта може бити против-удар из устајалог конформизма моћној поруци: "Наши људи су жељни да умру исто толико колико су Американци жељни да живе", наводи француски постмодерниста Бодријар

као мото исламских милитариста, наглашавајући да се сада *све игра око смрти* (курзив С.Р.) - стварне, симболичке или обредно-жртвене. Симболичка моћ *a priori* добија медијски карактер јер, представљена говором и сликом, намеће артифицијалну стварност која привилегованим елитама доноси политичку и економску корист" (Јевтовић, 2007:104-105).

А што се тиче општег утицаја технике на нашу будућност (и будућност медија), ту нема много тајни као што се то чини. Лефевр то прецизно ситуира на научном нивоу општости: "О самој техници можемо тврдити да она истовремено: а) тежи да затвори друштво, да замрачи хоризонт (нарочито са кибернетиком која довршава 'космос' квантитета и квантификацију космоса!)...; б) прети уништењем овом безизлазном свету... пустоши свет и у томе може отићи до краја, до нуклеарног уништења; али она истовремено ц) отвара пут *могућем*, под условом да буде уведена у свакидашњицу. Техника је дакле та која отвара и затвара излаз, замрачује или отвара хоризонт. Што се идеологије тиче... она прикрива супротности (нарочито супротност између затварања друштва којег су структуре равнотеже учиниле непокретним и отварањем друштва које се креће ка *могућем* путу оспоравња и превирања)" (Лефевр, 1973:20-21).

Анри Лефевр је тада сматрао да је за промену „потребно време. Разочарања. Искуства и искушења. Теоријски противнапади. Смелост и стрпљење и револуционарна врлина“ (Лефевр, 1973:21). Данас је равнотежа драматично нарушена. А настала је, пре свега, као последица унутрашњег урушавања друштва које се противило било каквом стварном отварању. Режи Дебре, пола века касније изгледа мало мудрије, кад каже да „они који верују у Прогрес и очекују да преласком једног прага у технологији из мрака одмах изађу на светло, несвесно прихватају механицистичку узрочно-последичну везу и иначе цикличну будућност претварају у линеарни низ. Ови футуролози са slabим осећањем за историју занемарују парадоксланост и шаљивост 'напредовања' које се на другој страни стално враћа прошлости“ (Дебре, 2000: 235).

Закључак: Нови Левијатан „састављен од богатих, познатих, моћних људи који су одвојени од живота обичних људи и индиферентни према њиховим бригама“ (Џонатан Шел) софистицирана је, „мека“ структура која нема грубост и стриктност старог механизма који је управљао друштвима. Напротив, он инситира на слободи појединца,

али је индивидуум у модерној зајединици толико атомизиран и усамљен да се плаши и формалности те слободе. У Новом Левијатану су медији незаобилазан фактор и једно од његових најбитнијих оруђа за уређивање масовног друштва. Без медија би било немогуће спроводити перманентан пропагандни процес који значи систематско замагљивање стварности и уводи нови парадокс – да повећање броја информација, на основу којих би грађани требало да доносе одлуке у демократији, повећава незнање и дезоријентисаност грађана.

На промену карактера медија по класификацији овог рада најпресудније је утицало шест елемената: 1) успостављање доминације „културе слике“ над културом речи, чега је последица изразита доминација телевизије; 2) имплементација логике адвертајзинга, изворно облика економске пропаганде, кроз медијску индустрију а у све сфере друштвеног живота; 3) промена карактера власништва над медијима, од предузетничког које је израсло из новинарства и новинарске атмосфере у корпоративно, што је довело до концентрације власништа која до крајњих граница поједностављује све врсте контроле, надзора, управљања, а за интерес уског елитног политичко-економског круга; 4) увођење у процес управљања медијима, тзв. научног менаџмента чија тоталитарна природа поништа првобитну особеност професије новинар и редукује улогу новинарства и медија на обичне услуге најманика и посленика на производњи што вишег профита; 5) успон ПР структура и вештина и легализовање права лобиста да „равноправно“ учествују у успостављању истина у јавном мњењу што је резултирало и реализовањем спина, као најсофистициранијег и најлицемернијег прекрајања медијских садржаја, а што легитимише одвајање савести од оног што произвођачи вести раде; 6) технолошки прогрес у датом склопу стално повећава свој утицај на промену карактера медија и будућност чини крајње неизвесном.

ЗАКЉУЧАК

Савремена друштва немају замену за улогу медија, зато би они требало да буду заштићени, “и то чак брижљивије него што је то учињено у случају судства“

I

„За“ профит, а „против“ демократије

Медији/штампа никад нису били „огледало друштва“. Том идеалу – да се у њима друштво огледа, па да то грађанин у демократији користи за оријентацију при доношењу најважнијих одлука за себе и друштво – највише су се приближили у либертеријанском концепту. У времену кад се њихова улога реализовала у ауторитраном концепту и његовим варијацијама – у шта спада и данас доминантан „пропагандни модел“ – медији су углавном средства за стварање „пожељне“ или „потребене“ слике друштва. Правило је, да што је „ауторитарне“ контроле, ма које врсте (државне, партијске, компанијске, корпоративне) било мање, то је улога медија/штампе била друштвено сврсисходнија и више концентрисана на заштиту вредности друштва.

Сада претежни „пропагандни модел“ је - због непрозрачне корпоративне структуре, концентрисаног власништва, због тога што су традиционалне методе контроле и усмеравања новинарства и новинара ојачане неодбрањивим притиском адвертајзинг идеологије потрошачког друштва, ПР комплексом и софистицираним спин техникама - најкомплекснији систем заштите *status quo* у историји, и то упркос томе (а можда и баш због тога) што је савремени капитализам „усред једне кризе огромних размера и глобалног значаја“ (Марта Нусбаум). А велике кризе и депресије су у капитализму време кад се све преиспитује. И то у изнудици и у свим сферама друштва од производње и финансија до морала, образовања и културног стварања.

Овај рад доказује да тоталитарност употребе медија у сврхе свеобухватне глобалне социјалне пропаганде, а за интерес све тањег слоја најбогатијег дела капиталистичке класе и транснационалних елита, угрожава њихову историјски логичну улогу. У капиталистичком, либералном и демократском друштву штампа је, углавном, заузимала улогу „мајке свих револуција“, прогресивистичку позицију, улогу носиоца

промена и незамењивог извиђача у тражењу решења и друштвених снага које су способне за таква дела. Велики је ризик, утврђује се нашим истраживањима, да би улога медија овако промењеног карактера и структуре могла бити, у најмању руку, у нескладу са историјским временом с којим је глобално друштво суочено.

Вилбур Л. Шрам, „отац студија комуникације“, утврдио је 1950-их да постоје два основна концепта медија у капиталистичком друштву: ауторитарни и либертеријански. Историјски, ауторитарни модел припада периоду установљавања улоге штампе у „новом друштву“. По енглеском природном праву *штампа* увек припада краљу. Како је слабила улога монарха штампа се прилагођавала улози *партнера* у "тражењу истине" и омогућавању "неке врсте пијаци идеја и мишљења", али све изван контроле владе. Кад је реч о слободи говора и слободи штампе као пројектовано достигнуће постављен је – либертеријански концепт [да је „правична слобода неометано деловање по нашим жељама унутар граница оцртаних око нас једнаким правима других“ (Томас Џеферсон)]. Историјски оригинални период тог модела може се сместити између два кључна програмска документа: „Ареопагитике“ (1644) Џона Милтона и класичног списа Џона Стјуарта Мила „О слободи“ (1859).

И док је код Милтона пројекција и озбиљна и романтична, код Мила, два века касније, радило се о "најелоквентнијем објашњењу слободе штампе". У тој, такође полемичној расправи, има и нечег свештенички саветодавног али и стрепње да би будућност, на коју је Мил гледао с оптимизмом примереном том времену, могла што-шта да промени. Ако се разуме да Мил говори са пијадестала у који су већ уграђени - поменута Милтонова "Ареопагитика" (1644), Закон о правима (*Bill of Rights*), енглески уставни закон којим се у главним цртама штите права појединца у односу на државу (1689), Волтерова чувена реченица из писма Ришу (M. le Riche) "Monsieur l'abbé, не слажем се ни са једном речју коју си рекао, али ћу до смрти бранити твоје право да их изговараш" (6. фебруар, 1770), Декларација о правима човека и грађанина (*La Déclaration des drits de l'homme et du citoyen*) као један од најосновнијих докумената Француске револуције (1789) и Први амандман америчког устава (1791) - онда је такав став сасвим разумљив.

Кад је Шрам 1950-их, са сарадницима, писао студију „Четири теорије штампе“, уз два основа модела предствалена су и два изведена: „Совјетска комунистичка теорија је само модификација знатно старије ауторитарне теорије, а оно што зовемо Теорија социјалне одговорности је модификација либертеријанске теорије. Али пошто су Совјети створили нешто спектакуларно другачије од старог ауторитаризма, и нешто

што је тако важно у данашњем свету, и зато што је пут социјално одговорне теорије потребан правац развоја на којем је наша данашња штампа, ми смо мислили да је боље да их узмемо као четири теорије и у међувремену покушамо да укажемо на њихове релације“ (Siebert, Peterson, Schramm, 1984:2). Пола века касније није постојала ни једна од ове две модификације. Совјети су нестали са политичке сцене, а у Америци иза Комисије за слободу штампе (*Commission on Freedom of the Press*), која је окупила људе без реалне моћи али највећег јавног ауторитета, остала је инспиративна књига, као последњи велики покушај уједињених демократских снага [које су се опирала најкраћем претварању грађанина у потрошача] да ограничи моћ корпорација у осетљивој друштвеној области и сачувају мисију штампе.

Пропагандни модел (1988) који су описали Ноам Чомски и Едвард Херман, може се узети као коначна објава пораза друштвеног настојања да се успостави „социјално одговоран“ концепт. Чомски и Херман су уверљиво показали да је медијима сада примарни интерес продаја производа – читаоцима и публици – а и другим бизнисима (адвертајзинг), а не производња квалитетних вести и „служење народу“. Либертеријански модел је остао само као смоквин лист, којим носиоци те „политичке економије“, корпорације и корпоративна држава, вешто прикривају суштину њихових настојања.

У овом раду су наведени бројни извори који презентују чињенице и уверљиво доказују измењен карактер медија у савременом капитализму.

Пошто је основна особина пропагандног модела *тоталитарност* [„Пропаганда је за демократију оно што је тољага за тоталитарну држави“ (Чомски, 2009:16).], онда је овај концепт ближи ауторитарном, што би значило да се ради о опадању. Он и настаје кроз процес опадања либертеријског модела, уз употребу нових технолошких достигнућа и менаџерско корпоративно управљање производњом вести. Уз више и софистициранијих техника и мање насилну контролу него у земљи Совјета, пропагандни модела, доноси сасвим упоредив резултат. Као што је Лењин веровао да „авангарда револуционарних интелектуалаца [треба] да преузме државну моћ“ тако су и амерички либерали налазили незаобилазном Липманову идеју да је заштита од „гажење и рикање заблуделог крда“, у ствари, „специјализована класа, одговорни људи који су носиоци извршне функције, што значи да они размишљају, планирају и разумевају заједнички интерес“ (Чомски, 2009:13). Последица таквог става према демосу носи истоврастан резултат: „Можда ће доћи до народне револуције и то ће нас довести до државне моћи; или можда неће доћи до тога, а у том случају ћемо радити за

људе који имају стварну моћ – пословни заједницу. Али ћемо чинити исту ствар. Предводићемо глупе масе према свету за који су превише глупе да би га схватиле“ (Чомски, 2009:12).

Вековне хијерахије вредности европске цивилизације *пропагандни тоталитаризам* поставља да „дубе на глави“. „Тоталитаризам је укинуо слободу мисли до мјере непознате било којем пријашњем добу“, писао је у својим есејима у току рата Џорџ Орвел који ће у „1984“ (објављена 1949) створити Винстона Смита, човека-жртву тоталитаризма . Али, то је тек део наше невоље, јер у друштву у коме живимо „контрола не постоји само у негативном већ и у позитивном смислу. Не само да вам забрањују изразити – чак и замислити – извесне идеје, већ вам диктирају шта морате мислити, стварају за вас једну идеологију, покушавају владати вашим емоционалним животом... У највећој могућој мјери тоталитаризам вас изолира од осталог свијета, затвара вас у умјетни универзум у којем немате мјерила за успоређивање. Тоталитарна држава настоји, под сваку цијену, контролирати мисли и осјећаје својих поданика барем у истој мјери у којој контролира њихове поступке” (Orwell, 1977:138-139).

Овај рад је показао да се прелазак „с владање на манипулисање“ (Милс, 1979) у модерном капитализму не би могао извести без прибављања неупитне подршке медија. И то не било каквих медија. Зато је ваљало променити стурктуру власништва над медијима. У другој половини XX века “по први пут у историји америчког новинарства, вести и јавне информација су и формално интегрисане у највише нивое финасијске и неновинарске корпоративне контроле. Сукоби интереса између потребе јавности за информацијама и корпоративне жеље за 'позитивним' информацијама постали су широки“ (Bagdikian, 1992: xxx). Бен Багдикијан је мотиве корпорација илустровао причом Алена Нојхарта (Allen Neuharth), својевремено председника борда највећег новинског америчког ланца *Gannett Company*, који је говорио како пажњу Вол-Стрита не би завредило ни кад би неко „бацио неке новине низ Нијагарине водопаде“, али они се не могу одвојити од индустрије чији ће „профити бити између 15-20 одсто“ (Bagdikian, 1992:xxix).

„Пет гигантских издавача (говори се о САД, прим.С.Р.) контролише штампане медије; других пет компанија производи филмове и не више од три човека контролишу електронске медије (радио и телевизију)“, тврдићи ће 2003. Марк Стивенс са Клифорнијског државног универзитета (Stevens, 2003). Како се власништво над „јавним добрима“ као што су медији - концентрисало, смањивала се могућности

подржавања различитости; разарање демократске јавности се појачава преко свих „црвених линија“, незасита жеђ за профитом је водила преко „развијавијања комерцијалне забаве“, а што је омогућавало сразмер између вести и популарне културе који је водио све даље од стварног увида у то „шта се дешава у америчкој политичкој, економској, друштвеној култури а и према креирању нечега што би они волели да постоји“ (Bagdikian, 1992: xviii).

Анализом ових промена показује се да је стање „за“ *профит*, а „против“ *демократије* - што као кључни процес устоличује комерцијализацију - уместо *вести* фаворизује *инфотејнмент* (енглеска хибридна сложеница од речи: *information* и *entertainment – infotainment*), и забаву и спектакл уместо информисања и озбиљног и релевантног јавног разматрања друштвених проблема. „Друштво спектакла“ (Дебор) даје медијима улогу крвотока „спектакла“ и отвара нове могућности манипулације и „наговарања“ маса. Та стварност, закључак је овог рада, дефинитивно је променила карактер медија – од либертеријанског усмерења у ауторитрано-корпоративни, од усмерења на информацију ка пропагандним задацима и пројектима, од усмерености на рацио ка тражењу слабих тачака у емотивном систему, од слања порука грађанину до завођења потрошача.

II

Прогрес или регресија

На директно постављено питање „да ли се ради о друштвеном прогресу или регресије?“, овај рад доказује да је удаљавање од либертеријанског концепта, извесно, регресија. Изгледа парадоксално да се то дешава у периоду који је донео највеће материјално благостање. За објашњење парадокса узимамо Кондратијевљева уочавања да класа која влада друштвом и доминира светом на све начине настоји да сачува средства која ју чине моћном (Валерштајн, 2005:30). Резултат тог настојања, у коме циљ увек оправдава сва средства, је још већи јаз између богатих и сиромашних, па је како је констатовао Маркузе "појачан напредак изгледа повезан с појачаном неслободом. Широм цијелог свијета индустријске цивилизације расте доминација човјека по човјеку и по опсегу и по ефикасности" (Marcuse, 1965:13). Овај рад констатује дијалектичност прогреса који се претвара у поробљавање, у лисице - истина „сребрне“ а не челичне (Ласвел) - које се не могу скинути са руку. А "та тежње не показује се као случајан, пролазни узмак на путу напретка. Коцентрациони логори,

масовна истребљења, свјетски ратови и атомске бомбе нису никакав 'повратак у барбарство', него непотиснута имплементација достигнућа модерне знаности, технике и доминације. А најдјелотворније подјармљивање и уништавање човјека по човјеку дешава се на врхунцу цивилизације, кад се чини да материјалне и интелектуалне тековине човјечанства допуштају стварање истински слободног свијета" (Marcuse, 1965:14).

У настојању да разуме како се остварује „пристанак“ маса овај рад је пошао од *теорије хегемоније* Антонија Грамшија из прве половине XX века који је сматрао очигледном и непремостивом „подвојеност између оних који управљају и оних којима се управља“ и да „постоје две културе: култура оних који владају и култура оних којима се влада; и да покаже да владајућа класа, као и црква, има свој став према обичним људима, став диктиран нужношћу да се не одвоји од њих, с једне стране, а с друге, да их одржи у убеђењу да је Маџавели само ђаволска приказа“ (Грамши, 1980:88). Незаобилазни Николо се у том контексту узима као бескрупулозни практичар чији је статус у друштву такав да „велики политичари – каже се – почињу тиме што проклињу Маџавелија, изјашњавају се као антимаџавелисти управо стога да би 'светитељски' могли примењивати његове норме“ (Грамши, 1980:88).

Џон Хартли, професор из Кардифа, из групе британске левичара концентрисаних на културне теорије, полазећи од Грамшијевог схватања да је хегемонија „задобијање пристанка“, разрадио је сложени механизам „универзализације класног интереса“ (*universalisation of class interest*) у сфери „разумевања вести“. На немоћ нижих класа богати нуде „неутралне категорије, на неутралном терену“ па се, као што је констатовао Стјуарт Хол држава појављује као „неутрална и објективана сфера ... да би дугорочни интереси капитала могли бити 'репрезентовани' као генерални интерес“ и кад се неутралност успостави као заједничко небо над друштвом онда се „кроз 'релативну неутралност' државе – а не упркос њој – конфликти разрешавају 'у корист владајуће класе', али на начине који изгледају као неутрални и општи, изазивају сагласност нације као целине“ (Хартли, 1993). Најефикаснији пут за одржавање хегемоније је да се „класна подела трансформише или премешта у културно-индивидуалне разлике“. Три основне институције којима се то постиже су породица, школа и медији. Кроз те филтере и у тој „културној клими“ појединац у друштву се научи „да се о неким стварима може говорити, а о другима боље не“ (Шадсон, 1993:25). У тако постављеном реду ствари неће бити нерешив проблем да се утемељи и развије *пропагандни модел медија*.

Овај рад показује да је друштво модерног капитализма суочено с „новим поретком“ који настоји „наметнути политику као скуп истоврсних идеја, схватања демократије, тржишта и система вредности, унапред искључујући помисао постојања разлика у друштвеном понашању, културним обрасцима, историји или могућности другачијег, самосталног избора... Медији су учесници у стварању друштвеног кошмара, страха и безвољности, нестанка критичке свести и духа који позива на дијалог, толеранцију и једнакост у праву на живот“ (Јевтовић, 2003:310). „Нови поредак“, сагласно својој природи, има своје фаворите - „клонирани Фаусте“, који како је написао професор Јевтовић „прагматично употребљавајући савремену технологију врше масовну куповину људских душа“ (Јевтовић, 2003:313).

Ноам Чомски доказује да нигде и никад тај модел није досегао „савршенство“ као у „водећој земљи слободног света“. Друштво демократије се прометнуло у „друштво вођено бизнисом“ у коме медији служе као средства да се одржава стање у коме су „две партије две фракције бизнис партије. Већина становништва чак се и не гњави гласањем пошто то изгледа бесмислено“ (Чомски, 2009:22). Медији су удомљени на сигурном месту: „Корпорације имају монопол над медијима. Оне имају исти угао гледишта“ (Чомски, 2009:22). Велики посао је обављен и тај ред може бити поремећен само новом цикличом кризом капитализма. Анализа факта сугеришешу да је слом у Вол-стриту из 2008. оглашавање наступа Кондратијевљеве фазе-Б.

У овом раду је заострен приступ да је *реч* основа комуникације на којој је подигнуто најбоље у демократији (Елил), а да надмоћ *слике* означава одомаћивање нормалности тоталитаризма у друштву (Бобио). Увиди о утицају телевизије на друштвена кретања, који су презентирани, прилози су за легитимизацију таквог погледа на промену карактера комуникације у позном капитализму.

III

Криза и шансе

Прича о кризи капитализма је, у ствари, прича о решењу нагомиланих друштвених проблема, али је пут до решења дуг и друштвено трауматичан. Настојећи да уђе у процесе који су до тога довели овај рад је испитивао друштвене промене и како су оне утицале на промену карактера медија и повратно – колико су промењени медији утицали на друштвене промене а тако и на промене себе. Кратак преглед може се показати преко општеусвојених појмова: „Побуна маса“ (Гасет и Ортега) настала је као последица драстичног опадања моћи „цивилизације

капитализма“ (Шумпетер) којој су иманентни успони али и падови у Корндратијевљевој фази Б, а што води постпросветитељској „индустрији културе“ (Хрокхајмер, Адорно) са реалним ризицима да се „демократска“ контрола која је доведена до „друштва пропаганде“ (Елил) законито преобрати у „1984“ (Орвел) и „врли нови свет“ (Хаксли). Овај рад доказује да с кризом која је, као финансијска и економска, регистрована берзанским сломом 2008. улазимо у најризичнију фазу, кад системски развијана тоталитарност прети да постане – контрола свести и без елементарног права на “софистицирано котролисано” различитост.

У кризи оваквих размера улог за опоравак друштва није мали – то је, као што се показало и 1930-их - демократски систем.

У расправи о „проблеми легитимације у касном капитализму“ из 1973. Јирген Хабермас је позивајући се на немачког социолога Офеа (Claus Offe) питао: „Да ли управо облик прибављања легитимације не приморава конкурентне партије да се програматски надмећу и тиме све више повећавају очекивање становништва?“ Хабермас је указао да то води у „неизбјежан јаз између нивоа претензија и нивоа успјеха, јаз који доводи до разочарења бирача“ (Хабермас, 1982:93). Тај проблем поставља питање „зашто се у каснокапиталистичким друштвима уопће задржава формална демократија“ коју би се „могло исто тако замијенити варијантом конзервативно-ауторитарне државе благостања која би политичко дјеловање грађана редуцирала на нерискантну мјеру или, пак, варијантом фашистичко-ауторитарне државе која становништво држи на релативно високом нивоу сталне мобилисаности, а да се при том не оптерећује социјалном политиком“ (Хабермас, 1982:93). Хабермас је тада сматрао „да социокултурни систем производи захтјеве којима се у ауторитарно заснованим системима не може удовољити“ (Хабермас, 1982:94).

Извесно је да се четири деценије касније капитализам не може поуздано ослонити на тај „социокултурни систем“. Напротив, он и генерише кризу. Енглески мислилац Џон Греј констатује да “све више људи почиње да мисли да је Карл Маркс био у праву“, јер као што је Маркс предвиђао „буржоаски свет је разорен. Али то није дело комунизма. Капитализам је тај који је поубијао буржоазију“ (Џон Греј, 2011). Пола века раније тако је писао и Јозеф Шумпетер. Он је показао да је капитализам појео сам себе и да је неодложно тражење излаза из замке дотрајалог капитализма (Шумпетер, 1960). Кад је Шумпетер 1942. на основно питање прошлог века – да ли капитализам може остати у животу – одговорио „Не, ја не верујем да може“ – оптужен је да „заступа страни колективизам“ и да је дефетиста. Основаност такве тврдње је

равна доказивању да је коза месождер. Али, један од највећих економских мислилаца прошлог века је морао да објашњава да „извештај да известан брод тоне није дефетистички. Једино дух у коме је овај извештај примљен може бити дефетистички. Посада може да седи и пије. Али исто тако може и да појури на црпке. Ако људи једноставно негирају тај извештај, мада он почива на тачним чињеницама, онда су то људи који беже од стварности“ (Шумпетер, 1960:14).

Овај рад инсистира на чињеници да време у коме живимо и тражење решења снажно актуелизује критичнија и слободнија мишљења, као рецимо, ово Орвелово: „Готово цијела западњачка мисао послѣје прошлог (Првог светског, прим.С.Р.) рата, зацијело цијела 'напредна' мисао, прешутно је прихватила да људи желе лагодан, сигуран и безболан живот. У таквом назору на живот нема мјеста, на примјер, патриотизму и ратничким врлинама. Социјалист који затекне своју дјецу како се играју рата обично се запрепасти, али није способан да им смисли замјену за оловне војнике; оловни пацифисти никако нису за играње“ (Orwell, 1977:87). Ситуација коју Орвел описује, а која асоцира и на неке највише популарисане вредности „наших дана“, донела је Хитлера. Јер, „Хитлер, стога што је у својој невеселој ћуди то врло снажно осјећао“, писао је Орвел 1940, „зна да људи *не желе само* лагодност, сигурност, краће радно вријеме, хигијену, контролу рађања и, опћенито, све оно што почива само на здравом разуму; они, такођер, барем покаткад, зајеле борбу, пожртвовање, а да не спомињемо бубњеве, заставе и смотре оданости. Ма колико да су фашизам и нацизам, можда, само економске теорије, много су здравији од било којег хедонистичког назора на свијет и живот. Исто вјеројатно вриједи и за Стаљинову милитаристичку верзију социјализма“ (Orwell, 1977:87).

„Социокултурни систем“, тзв. слободног света, како су своју позицију описивали Британци и Американци, „заказао (је), јер је то конкурентски сустав у којем профит јест, и мора бити главни циљ. То је поредак у којем све снаге вуку свака на своју страну и гдје се интереси појединаца често, ако не и углавном, у супротности с државнима“ (Orwell, 1977:207).

У историјском прегледу светских капиталистичких криза као кључне се узимају: 1. „Б-фаза структуралне кризе, од 1873. до 1895. године омогућила је прелаз у империјалистички стадиј... Капиталисти су на ову неповољну економску ситуацију реаговали до тада невиђеном централизацијом и извозом капитала. Централизација, која је створила светско тржиште капитала (допуњавајући тиме тржиште роба), омогућила је многим монополима да експлоатишу радну снагу периферије“ (Амин,

1985:171); 2. „Б-фаза која је уследила (1914-1945) – њу је Ариги [Ђовани] прикладно назвао тридесетогодишњим ратом за британско наслеђе... Два светска рата донела су Сједињеним Државама победу над Немачком“, а последице су биле да је „британска хегемонија у потпуности окончана; нестало је светски монетарни ситем заснован на стерлингу; хаос, несигурност и инфлација до које је дошло, одразили су сав интензитет сукоба међу претендентима за 'престо'... Доларски стандард био је доказ постојања нове хегемоније“ (Амин, 1985:172-173).

Криза с којом јаким интензитетом је свет суочен после недавног слома у Вол Стриту „почела је у другој половини шездесетих година, са кризом долара и војном интервенцијом САД у Вијетнаму, односно политичко-идеолошком кризом 1968. године. Нафтна криза 1973. и пораз САД у Вијетнаму 1975. године, потврђују да се ради о кризи односа Север-Југ, односно о кризи империјализма“, тврдио је Самир Амин почетком осмадесетих година у једној расправи у којој су учествовали и Имануел Волерстин, Ђовани Ариги и Андре Гундер Франк. Овај рад показује, да то чега смо били сведоци у последње три деценије, даје му за право. Хегемонија САД и домонација Севера је угрожена на свим „јужним фронтима“ од Азије, Јужне Америке, делова Африке до најисточније европске земље Русије, па чак се и еврозона, срце Европске уније, ломи по линији север-југ.

Национал-социјализму и Мусоливијевом фашизму који су кренули да санирају проблеме Велике депресије из 1930-их, демократија је, после показивања своје немоћи, постала лак плен. Демократију и импотентни парламентаризам тог доба није имао ко да брани. Јер, друштва XX века су по својој суштини масовна друштва, а демократија се подиже на индивидуализму, истинској субјективности ослобођеног и одговорног појединца; масовна друштва су колективистичка, друштва гомиле а из познавања „психологије гомиле“ (Ле Бон, Рајх) произилази да се моћ масе (велика моћ!) кроти и чини друштвено делотворном, с једне стране, манипулацијом или, с друге, „гвозденом песницом“ чврстог вође.

Савремени медији, који су се и сами дигли до индустрије, савршено се уклапају у актуелне потребе. Средства којима се намењивала улога јавног заштитника слобода грађана и стварања прозраности у друштву, склизнула су у средства притиска и постали погони планетране "индустрије свести".

Подигнуто на слободи мишљења, за коју се ваља изборити на пијаци идеја, новинарство у себи носи мисионарску намеру да се "ради за народ"; у том "сервису" мора бити довољно алтрузима да се његов производ не може свести на робу а

мотивација на профит ["Истина и поимање нису роба... Ми никако не смемо свеколико знање начинити обичном робом, не смемо га означавати и надгледати као што чинимо са сукном и балама вуне" (Милтон, 1990:56)]; професија новинар не би смела своје професионалце свести на извршитеље, дисциплиноване војнике који на неправду и људску патњу које ствара капиталистичка експлоатација гледају тек као на средство на коме ће се стварати зарада још једног профитера у ланцу профита; и колико год да његови ламенти над "значајем слободне штампе" и "журналистичком слободом која остаје фундаментално право" данас делују као пепео спаљених илузија, Алан Расбриџер, издавач *Гардијана* - чија реч има тежину међу интелектуалнијим читаоцима новина на Западу - у праву је кад, подсећајући да су штампу некад звали "четврти сталеж", тврди да је ово "можда сувише грандиозан концепт за укусу већине новинара - али то сугерише да је реч о важној, кохерентној и независној сили у друштву. Та 'посебност' је пресудна. То да штампа не дели циљеве с владом, законодавцима, извршном влашћу, религијом или комерцијалом. Она је, или би *требало да буде* (курзив С.Р.) – на другој страни од тих институција" (Rusbridger, 2011). У ствари, дилема и није тако велика. Тачно је ово иза "или". Она, дакле, није „на другој страни“, као што није била ни 1930-их година. То су истраживања у оквиру овог рада транспарентно показала.

IV

Процес и/или пројекат?

Промена карактера медија у савременом капитализму последица је *процеса* кроз који је капиталистичко друштво прошло и – пролази.

У време кад је Шумпетер је доказивао да капитализам упркос добрим економским резултатима (раст друштвеног производа, дохотка, животног стандарда) „уништавају његове сопствена постигнућа“ (Шумпетер, 1960:17), Европом су доминирали модели Муслоинијевог фашизма и Хитлеровог „национални социјализам“. У фашистичкој еkleктичној понуди држава и нацистичка странка су оставиле приватну својину као формалност и нису деструирали друштвену поделу на раднике и капиталисте „што је важно, јер је стварни разлог зашто су богаташи цијелог свијета наклоњени фашизму“ (Orwell, 1977:206), али сва предузећа су изгубила слободу предузетништва и беспоговорно пратила интерес државе у сфери инвестиција, потрошње сировина, планова производње, камата, надница, стандардизација, итд. „Творничар је још увијек власник своје творнице, али његов је положај, из практичних

разлога, сведен на статус менаџера. Сватко је заправо државни службеник, иако плаће увелико варирају. Пука 'ефикасност' таква поретка, смањење отпада и опструкције, више је него видљива. У седам је година изградио најмоћнију ратну машину коју је свијет икад видио“, сведочио је Џорџ Орвел 1941. године. Послератни период је у пола Европе успоставио социјализам који ће се урушити за пола века. Али, фашистичка корпоративност и социјалистички план ће, како смо показали у овом раду, оставити јаке трагове на неолибералну капиталистичку структуру.

Овај рад је показао померање ка масовном друштву. Прошлим веком су дефиловале синтагме којима је реч *маса* давале основно значење: масовно друштво, масовна демократија, масовна култура, масовне комуникације - *massmedia*, масовне привреде - потрошња и производња, масовна психологија, итд и „с правом је Едвард Шилс писао како један баук кружи савременом социологијом баук масовног друштва" (Инђић, 1988:169). Та појавност је тумачена различито. С једну страну масе су провалиле на историјску сцену, као што је то тврдио у утицајном делу „Побуна маса“ Ортега и Гасет [“Погрешно је нове прилике протумачити тврдњом да се маса уморила од политике и да је вођење политике поверила одређеним појединцима. Управо супротно" (Ортега и Гасет, 1988:38).], а с другу страну, масе су, и овај рад је ближи том погледу, предмет необузданог манипулисања елита. "Данашња теорија друштва говори све више о тзв. *диригованој масификацији* (прим.С.Р.), где је маса резултат планске манипулације коју спроводе одређене мањине (државника, партијских руководиоца, стручњака за економију, војску или јавно мњење, итд.)... Крајњи исход овог процеса је појава тзв. усамљене гомиле (Д.Ризман) тј. претварања појединца у масовни чинилац економије... или 'бекство од слободе' (Е.Фром)... програмирање човека од стране сила које су ван његовог утицаја и схватања" (Инђић, 1988:181-182).

Модерни капитализам је буржоаску културу из њене *културне и естетске форме* која, у односу на друга човекова дела имала „квалитет посебности“ изгубио у *политичку форму* – кад се дело одваја од своје првобитне органске суштине и „у веку своје техничке репродукције“ потпуно губи *ауру* (Бењамин, 1974), а уметника технолошки прогрес и опште друштвено стање ограничавају на „мас-медијско уметничко дело: оригинала више нема, ствари су већ у почетку осмишљене у функцији неограничене репродукције“ (Бодријар, 2001:200). Тако структуриран механизам одваја културу од спонтаног стваралаштва на којем се креативно развијала друштвена свест и она постаје огољена *индустрија свести* којом се обликује друштвена свест, а за потребе „управљача“ и конторлора – друштвене групе која је потпуно „приватизовала“

целокупно друштво, с профилисаном идејом да се не може ефикасно управљати људима уколико се не постане „господар њихове свести“.

Могло би се поставити питање: Да ли је све ово друштвени процес или пројекат владајуће класе? *Процес* опадања капитализма изван је контроле и буржоазије - и у демократским релацијама, култури или новинарству. Али човек, можда, заиста није ковач своје среће у мери како то помисли средњошколац кад на часу латинског чита *Homo faber suae quisque fortunae*, али у сваком процесу се појављују људи и групе с *пројектима* којима настоје да заузму повољнију позицију за себе, своју класу, нацију. У процесу промене карактера медија у савременом капитализму је било разних пројеката од Грамшијевог (модификованог Лењиновог) модела за успостављање социјалистичке хегемоније, преко Криловог, Липмановог и Бернизовог успостављања пропагандно-манипулативне контроле у складу са америчким културним обрасцем, до Гебелсовог свођења информисања на служење великом Рајху. Сваки тај пројекат је утицао на карактер медија које је директно контролисао, али и на оне медије с другу страну свог интереса. Овај рад доказује да је манипулација превладала, а да су медији катализатор процеса. Учинак је напоран, али, на крају, и манипулатор остаје манипулисан.

„Пропагандно друштво“ премрежано је медијским технолошким средствима која појединца постављају у улогу миша у мишоловци. Овај рад је показао како су се пропагандно-манипулативне технике умножавале и усавршавале. Једна по једна сфера друштва је окупирана. Адвертајзинг, лобирање, ПР, политичка пропаганда, индустрија културе, мас-медијска продукција легитимишу и легализују обману, јавну превару, неконтролисану лаж, живот као улогу у нечијем спектаклу. Али, на крају стоји сурова и отрежњујућа чињеница „да је обмањивање у потпуно демократским условима готово немогуће без самообмањивања“ (Арент, 1994:56). Кад се Човек одвоји од реалности и утопи у „стварност спектакла“ онда друштво улази у посебно колективно стање. Хана Арент то зове болест. „Често се каже да је најсигурнија дугорочна последица прања мозга (*brainwashing*) особена врста цинизма – апсолутно одбијање да се поверује у ма какву истину без обзира колико је добро утемељена ова истина. Другим речима, резултат доследне и потпуне замене чињеничке истине лажима није у томе што ће сада лажи бити прихваћене као истина а истина бити оклеветана као лаж, већ у томе што ће бити разорен разум којим се оријентишемо у стварном свету – а категорија истина против лажи представља једно од духовних средстава за постизање овог циља“ (Арент, 1994:58).

Шта нас чека

Да ли су медији, за које је све теже тврдити да је њихова основна употребна вредност заштита слободе појединца, дефинитивно изгубљени за тај циљ? То је можда најважније питање. И овај рад води закључку о несавршености „клонираних Фауста“ и границама њихових техника : “Било шта да измисле они који су на власти, они нису кадри да открију или створе за живот способну замену за истину. Убеђивање и принуда могу да униште истину, али не могу да је замене“ (Арент, 1994:60).

И Жак Елил, чији поглед на пропаганду као „стање друштвених односа“ на тренутке делује фаталистички, верује да је *озбиљан однос* – „озбиљан зато што је ризик од деструкције човечанства пропагандом озбиљан“ – *нужан да се „људима укаже на екстремну ефикасност тог оружја које се употребљава против њих, како би они устали у сопствену одбрану, свесни њених (социјалне пропаганде, прим. С.Р.) слабости и рањивости“*. Он свој песимизам трансформише у позив за одбрану људскости и очекивања да су људске способности, ипак, на нивоу новог и досад непознатог задатка. „Могуће је закључити да страна на којој су истина и слобода још није изгубљена за човека, али она може бити изгубљена – а у тој игри импресивна сила пропаганда делује само у једном правцу (у правцу деструкције истине и слободе), независно од тога да ли су намере оних који манипулишу добре“ (Ellul, 1973:257).

Новија истраживања Елилу и онима који су претпостављали ограничења социјалне пропаганде дају за право. Иако је свет преплављен „америчким сликама“ – филмским и телевизијским, учинак тога је изненађујући. На пример, 75 одсто карата продатих 1995. у Европи „отишло је на фимове снимљене у Сједињеним Државама. То је 34% више него пре десет година. Захваљујући сателитској и кабловској телевизији, 70% филмова који се приказују на европским каналима такође су амерички“. Сличне су корелације и у многим азијским земљама. На основу тих импута „традиционално схватање медија подразумева да глобална монокултура – америчка – пушта корене... Међутим, ово је можда исувише поједностављен закључак“ (Олсон, 2011:35).

Разрађујући ову тези у студији о „холивудској планети“ амерички социолог Скот Р. Олсон навео је низ истраживања која нису могла „да пронађу никаву промену у ставовима и веровањима међу младим људима“ у разним деловима света „иако је у тим земљама онедавно уведено екстензивно емитовање америчких телевизијских програма“. Истраживачи су се питали „да ли су узели погрешан узорак, или су питања која су постављали на неки начин погрешна: како је могуће да су учинци тог новог

програма тако драматично мали?“ (Олсон, 2011:35).

Олсон је укрштао и анализирао истраживања о утицају америчких медија на јапанску публику из којих се види да Јапанци „који су прождрљиви потрошачи америчких културних производа, конзумирају на *потпуно* јапански начин“ и, што је кључно, иако „привлачност западних медија на први поглед изгледа огромна и преображавајућа... људи лако испливају натраг на површину својих живота“ (Олсон, 2011:36). Олсон налази да то не значи да се може рећи да „глобални медији немају никакав учинак“. Оно што ти програми несумњиво промене и покрену бива измешано са локалним представама о сличним темама и бесмртним аутохтоним митовима, те настале представе „временом постају фамилијаризоване, натурализоване и 'реалне', *баиш као и оне које су замениле*. (курзив С.Р.) Резултат је нешто ново, нешто настало у процепима, али не нешто америчко или американизовано“ (Олсон, 2011:39).

И Хана Арент је веровала да „неопредељеност и непристрасност, слобода од користиљубља у мишљењу и расуђивању“, ипак, имају будућност јер „трагање за истином које је ослобођено интереса има дугу историју... Мислим да ово трагање за истином досеже уназад до оног тренутка када се Хомер определио да дела Тројанаца прикаже ништа мање него дела Ахејаца и да уздиже славу Хектора, непријатеља и пораженог човека, ништа мање од славе Ахилеја, хероја његовог родног народа“ (Арент, 1994:64).

Овај рад, и поред застрашујућих чињеница и црних слутњи, прожет је дубинским хуманистичким оптимизмом и заснован на уверењу да ће медији, ипак, бити део радикалног друштвеног (не само политичког) процеса. Ту би се још једном вредело позвати на констатацију Хане Арент да савремена друштва немају замену за улогу медија, али да би она (та друштва) морала њихов положај одредити много обазривије, јер “ако би штампа икад стварно требало да постане 'четврти огранак државне власти', она би онда требало да буде заштићена од државне власти и друштвеног притиска, и то чак брижљивије него што је то учињено у случају судства“ (Арент, 1994:63).

VI

Шта да се ради

Преломно време у коме је „цивилизација капитализма“ данас отежава поједностављене пројекције будућности медија. При пројекцији будућности капитализма преовлађују оцене да ће тај систем после „велике дискусије“ (Хабермас) још једном показати своју

жилавост и способност прилагођавања (Енцесбергер). У том случају, чини се да би се покушају даљег усавршавања пропагандног модела медија заштитника *staus quo-a*, супроставила нова генерација интелектуалаца и дела критичке јавности (као Камијева генерација после рата, на пример). Искуство таквих покушаја после 1945. указује на њихову привлачност али и рањивост, која временом угрожава опстанак самог концепта.

„Нова парадигма“, како углавном посткапиталистичко стање описују они који сматрају да овакав капитализам не може преживети и ову Велику кризу (Жак Атали, Ерик Хобсбаум, Имануел Волерстрин, па све до Јозефа Шумпетера који је објавио да нас иза историјског хоризонта чека нека варијанта социјализма), тешко ће моћи искључити медије из процеса управљања. Сасвим у сфери спекулативног је да ли ће тај модел бити више ауторитативни или либертеријански.

Микрокосмоси су, наравно, грубо везани за сервисирање свакодневице. Ако обриси „нове парадигме“, и борбе за њу, буду најављивали утопију „здравог друштва“ - с наше тачке гледишта замисливи елементи су: слободна јединка, отворена и функционална заједница, ефикасна и друштвено сврсисходна продукција, култура као креација у неосвојеним просторима, забава и спектакл као делови живота али не и живот сам, медији као крвоток којим колају вести од значаја за наше животе а у којима су догађања интерпретирана као увид заједнице у свет око нас а не као код заштите интереса групе или класе на власти - онда би се у медијској сфери морало: а) одвајати информације од пропаганде, б) успостављати независност медија од корпоративног комплекса и плурализам власништва, в) стварати друштвена клима у којој је новинарству и новинарима пре обавеза заштита демократије и статуса грађанина него трка за профитом, г) уздизати друштвени значај објективизираних јавних контрола над процесима и догађајима. За почетак, појам „јавни сервис“ не би смео у друштву имати статус архаичног остатка.

ЛИТЕРАТУРА
(по абecedном реду)

A

- Adiga, Aravind (2009) *Beli tigar*, Beograd, IPS Media
- Adorno, Teodor (1979) *Estetička teorija*, Beograd: Nolit
- Adorno, Teodor W. (1968) *Filozofija nove muzike*, Beograd: Nolit
- Adorno, Teodor W. (1985) *Filozofsko-sociološki eseji o književnosti*, Zagreb: Školska knjiga
- Adorno, Teodor (1990) Na pitanje: što je njemačko (iz sociološke hrestomatije „*Teorija društva u Frankfurtskoj školi, V. Katunarić*), Zagreb: Naprijed
- Adorno, T. W, Horkheimer M (1980) *Sociološke studije*, Zagreb: Školska knjiga
- Adorno, Teodor (1997) Sociološka kritika radio muzike, Beograd: *Košava*, dvobroj 32/33, februar-maj 1997, specijalni dodatak: Radio text; www.yurope.com/zines/arhiva/adorno.html
- Alexander, Ruth, (2012) Which is the worlds biggest employer?, *BBC Magazine*, 20 March, 2012, www.bbc.uk.co/news/magazine-17429786/
- Alterman, Eric (2008) Out of print, *New Yorker*, March 31, 2008, www.newyorker.com/2008/03/31/080331fa fact alterman?printable=true
- Altiser, Luj (2009) *Ideologija i državni ideološki aparat*, Loznica: Karpos
- Anđelković, Nataša (2008) *Dete i računar u porodici i dečijem vrtiću*, Beograd –Novi Sad: Beoknjiga&CNTI&Savez informatičara Vojvodine; www.scribd.com/doc/17590439/Dete-i-racunar-u-porodici-i-decijem-vrticu-delovi-desetog-poglavlja-knjige/
- Antonić, Slobodan (2009) *Elita, građanstvo i slaba država*, Beograd: Službeni glasnik
- Antonić, Slobodan (2008) *Kulturni rat u Srbiji*, Beograd: Zavod za udžbenike
- Antonić, Slobodan (2006) Tri lica moći, Beograd: *Nova srpska politička misao*, Vol. XIII (2006), no. 1-4, str. 7-33
- Apdajk, Džon (2004) *Potraži moje lice*, Beograd: Politika - Narodna knjiga
- Arenat, Hana (1994) *Istina i laž u politici*, Beograd: Filip Višnjić
- Ascherson, Neal (2007) The Media did it, *London Review of Books*, Jun, 2007

B

- Bagdikian, Ben H. (1983) *The Media Monopoly*, Boston: Beacon Press
- Bakrak, P Barac, M (2006) *Dva lica moći*, Beograd: Nova srpska politička misao, Vol. XIII (2006), no. 1-4, str. 57-68

- Bal, Fransis (1997) *Moć medija*, Beograd: Clio
- Balzak, Onore de (1948) *Izgnubljene iluzije*, Beograd: Kultura
- Barbis, Hanri (1974) *Lenjin*, Beograd: ICS (Izdavačko-informativni centar studenata)
- Barnett, Steven (2008) On the road to self-destruction, *British Journalism Review*, Vol.19, No.2, pages 5-13, www.bjr.org.uk/data/2008/no2_barnett/
- Bart, Rolan (1971) *Književnost, mitologija, samiologija*, Beograd: Nolit
- Barthes, Roland (1989) *Carstvo znakova*, Zagreb: August Cesrec
- Baudrillard, Jean (2003) *Requiem for the Media*, Cambridge: MIT Press, 2003, pp. 277-288
- Beham, Mira (1997) *Ratni doboši – mediji, rat, politika*, Beograd: Miona
- Benjamin, Valter (1989) *Jednosmerna ulica*, Novi Sad: Bratstvo-Jedinstvo
- Benjamin, Walter (1997) Pozorište i radio ka uzajmanoj kontroli njihove instrukcije, Beograd: *Košava*, dvobroj 32/33, februar-maj, 1997, Specijalni dodatak: Radio-text
- Benjamin, Valter (1974) Umetničko delo u veku svoje tehničke reprodukcije, Beograd: Nolit (u Benjaminovoj knjizi „Eseji“), str. 114-249
- Berđajev, Nikolaj (1987) *Ruska ideja*, Beograd: Prosveta
- Bernays, Edward L. (1923) *Crystallizing Public Opinion*, New York: Liveright Publishing Corporation
- Bernays, Edward L. (1928) *Propaganda*, New York: Horace Liveright
- Bernays, Edward L. (1947) Engineering of Consent, Philadelphia: *The Annals of the American Academy*
- Berlin, Isaija (2006) *Koreni romantizma*, Beograd: Službeni glasnik
- Barstow, David (2008) Message Machine – Behind Military Analysts, the Pentagon's Hidden Hand, *New York Times*, April 20, 2008
- Birokratija i tehnokratija*, izbor tekstova (1966) priredili Stanovčić V. i Stojanović A., Beograd: Sedma sila
- Birs, Embrouz (1982) *Fantastične basne*, Beograd, grupa privatnih lica
- Bitem D. i Bojl K. (1997) *Uvod u demokratiju: 80 pitanja i odgovora*, Beograd: Kreativni centar
- Bjelica M, Jevtović Z. (2005) *Novinarstvo u teoriji i praksi*, Beograd: Anturijum
- Bjukenen, Patrik (2003) Frankfurtska škola (iz knjige „Smrt Zapada“, 89-107 strana, IHTUS, Beograd) www.knjigaonline.com/patrik-bjukenen-frankfurtska-skola.html/
- Bloch, Ernst (1981) *Princip nada I-III*, Zagreb: Naprijed
- Bobio, Norberto (1990) *Budućnost demokratije*, Beograd: Filip Višnjić

Bodrijar, Žan (1991) *Simulakrumi i simulacija*, Novi Sad: Svetovi

Bodrijar, Žan (2001) *O zavođenju*, Podgorica: Oktoih

Bodrijar, Žan (2011) *Ogledalo proizvodnje ili Kritika ilizija istorijskog materijalizma*, Beograd: anarhija/blok 45

Boeckel, Jan van (1992), *The Betrayal by Tchnology: A Portrait of Jacques Ellul*, www.archive.org/details/JacquesEllul-TheBetrayalByTechnology-English Transcript

Boyd-Barrett, O. (1980) *The International News Agencies*, London: Constable

Bosanac M, Mandić, O (1971) *Političko-pravna hronika sveta*, Beograd: Hronometar

Bourne, Randolph (1917) *The War and Intellectuals*, Seven Arts II (June 1917), 133-146, dostupan na <http://creativecommons.org/licences/publicdomain/>

Brecht, Bertolt (1997) Radio kao aparatura za komunikaciju, Beograd: *Košava*, dvobroj 32/33, februar-maj, 1997, Specijalni dodatak: Radio-text

Brigs Asa, Berk Piter (2006) *Društvena istorija medija*, Beograd: Clio

Brigs Adam, Kolbi Pol (2005) *Uvod u studije medija*, Beograd: Clio

Broh, Herman (1970) Zlo u vrednosnom sistemu umetnosti, Beograd: *Treći program Radio Beograda*, proleće 1970, str. 51-60

Breton, Filip (2000) *Izmanipulisana reč*, Beograd: Clio

Burdije, Pjer (2000) *Narcisovo ogledalo*, Beograd: Clio

Burdije, Pjer (1999) *Signalna svetla – prilozi za otpor neoliberalnoj invaziji*, Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva

Bybee, Carl R (1977) *Walter Lippmann and John Dewey*, www.infoamerica.org/teoria_articulos/lippmann_dewey.htm/

C

Cassidy, David C. (2000) A Historical Perspective on Copenhagen, Washington: *Physics Today*, July 2000.

Cavin, Susan (2008) *Adorno, Lazarsfeld&The Princeton Radio-Project 1938-1941*; www.allacademic.com/meta/p237089_index.html

Champlin, Dell P., Knoedler, Janet T. (2006) The media, the news, and democracy: revisiting the Dewey-Lippman debate, *Journal of Economic*, March 2006. online

Claussen, Dane S. (2011) A Brief History of Anti-Intellectualism in American Media, Washington: *Academe*, magazin of the American Association of University Professors, May-June 2011

Conboy, Martin (2004) *Journalism – A Critical History*, London, Thousand Oaks, New

Delhi, SAGA Publications

Creath, Brian (2010) Truth in Marketing.(Will anyone buy It?). *The Idea*, 16. April 2010.

www.briancreath.worldpress.com

Creel, George (1920) *How We Advertised America*, New York, London: Harper&Brothers

Cull, Nicholas J, Culbert David, Welch David (2003) *Propaganda and Mass Persuasion – A Historical Encyclopedia, 1500 to Present*, Santa Barbara California, Denver Colorado,

Oxford England: ABC Clio

Curran J., Seaton J. (1997) *Power Without Responsibility: The Press and Broadcasting in Britain*, London: Routledge

Č

Čapek, Karel (2001) *Zoon politikon*, Beograd: Stubovi kulture

Čavoški, Kosta (1977) Elite, mase i demokratija u delu Karla Manhajma, prilog u kolektivnoj studiji „*Masa u sociološkoj teoriji*“, Beograd: Institut za sociološka istraživanja Filozofskog fakulteta

Čavoški, Kosta (2003), Konformizam u demokratiji, Beograd: *Srpski list*, glasnik Srpskog kluba br.1

Čejmbers, Debora (2007) Kritički pristup medijima – promena konteksta istraživačkog novinarstva, Beograd: Clio (esej u hrestomatiji „*Istraživačko novinarstvo*“, priredio Hjugo de Berg)

Čomski, Noam (2009) *Kontrola medija – spektakularna dostignuća propagande*, Novi Sad, Beograd: Rubikon, Beoknjiga

Čomski, Noam (2006) *Propaganda i javno mnjenje*, Novi Sad: Rubikon

Ć

Ćalović D, Jevtović Z (2010) Kriza demokracije u globalnom medijapolisu, Zagreb :

Filozofska istraživanja 120, God. 30 (2010), str. 605-615

D

Dal, Robert (2006) Moć, Beograd: *Nova srpska politička misao*, Vol.XIII (2006), no. 1-4, str. 35-55

David, Orel (1976) *Potčinjena misao – granice kibernetike, granice humanizma*, Beograd: Vuk Karadžić

Damjanović, Ivana (2010) Politika i tehnologija u delu Luisa Mamforda, Beograd: *FPN*

Godišnjak 2010 I DEO: Politička teorija, politička sociologija, politički sistem, str. 193-207

De Berg, Hjužo (2007) *Istraživačko novinarstvo – kontekst i praksa*, Beograd:Clio

De Bovoar, Simon (1984) *Ceremonija oproštaja – Razgovori s Žan-Pol Sartrom*, Novi Sad: Matica Srpska

Debor, Gi (2010) *Društvo spektakla*, Beograd: P Anarhija/Blok 45 Porodična biblioteka

Debre, Režis (2000) *Uvod u mediologiju*, Beograd: Clio

Diamond, Jared (2009) Lunch with the FT, London: *Financial Times*, August 7, 2009

Dinamika globalne krize, (1985) Amin S, Gunder Frank A, Arigi Đ, Volerstin I, Beograd: Radnička štampa

Dostojevski, Fjodor (1933) *Zabeleške iz podzemlja i dve novele*, Beograd: Nova Prosveta

Duda, Dean (2002) Hrvanje s anđelima, Beograd: *Reč*, 66/12, jun 2002, str.79-107

Duda, Dean (2001) Nadziranje značenja: što je kultura u kulturalnim studijima, Beograd: *Reč*, 64/10, decembar 2001, str.235-253.

Dušanić, Jovan B (2010) *Destrukcija ekonomije I-II*, Beograd: Nova srpska politička misao

DŽ

Džems, Vilijam (1991) *Pragmatizam*, Beograd: Dereta, fototipsko izdanja

Đ

Đurić, Dušan (2000) *Novinarska radionica*, Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva

E

Eaghton T. (1991) *Ideology: An Introduction*, London: Verso

Edwards D, Cromwell D, (2006) *Guardians of Power – The Myth of the Liberal Media*, London: Pluto Press

Elil, Žak (2011) *Tehnika ili Ulog veka*, Beograd: Anarhija/Blok 45 i Bratstvo iz Erevona

Elil, Žak (2011) Hitlerova pobjeda?(article paru dans *Reforme*, 23. Juin 1945), Beograd: Anarhija/Blok 45 u žurnalu za blok 45, od 8. maja 2011, <http://goo.gl/YxYH9>

Elil, Žak (2011) *Politička iluzija*, Beograd:www.anarhija-blok45.net1zen.com

Eliot T.S. (1995) *Ka definiciji kulture*, Niš: Prosveta

Ellul, Jacques (1965) *Propaganda, The Formation of Men's Attitudes*, New York: Vintage books Edition

Elzeser, Jirgen (2009) *Nacionalna država i fenomen globalizacije*, Beograd: Jasen

Encensberger, Hans Magnus (1980) *Nemačka, Nemačka između ostalog*, Beograd: BIGZ

Erazmo, Roterdamski (1980) *Pohvala ludosti*, Beograd: Rad

Etienne, de La Boetie (1998) *Politika poslušnosti: Rasprava o dobrovoljnom ropstvu 1550.* , Novi Sad: Global Book

Etika javne reči – u medijima i politici (2004) urednik Zoran Vacić, Beograd: Centar za liberalno-demokratske studije

Ewen, Stuart (1976) *Captains of Consciousness: Advertising and the Social Roots of the Consumer Culture*, New York: McGraw-Hill

Ewen, Stuart (1996) *PR! A social history of Spin*, New York: Basic Books

F

Fallaci, Oriana (1979) *Razgovor s poviješću*, Zagreb: August Cesarec

Ferguson, Adam (2007) *Esej o istoriji građanskog društva*, Beograd: Službeni glasnik

Filipović, Vladimir i grupa autora (1989) *Filozofijski rječnik, treće izdanje*, Zagreb: Nakladni zavod Matice hrvatske

Fisher, Claude S,(2001) *Social Science and the Public After Mumford*, New York: Lewis Mumford Center for Comparative Urban and Regional Research, State University of New York at Albany

Fišer, Ernst (1966) *O potrebi umetnosti*, Subotica, Beograd: Minerva

Frankfurt, Hari G. (2006) *O proseravanju*, Novi Sad: Vega media

From, Erih (1963) *Zdravo društvo*, Beograd: Rad

From, Erih (1969) *Bekstvo od slobode*, drugo izdanje, Beograd: Nolit

Fulbrajt, Vilijam (2005) *Arogancija moći*, Beograd: Filip Višnjić

Fuko, Mišel (2007) *Poredak diskursa*, Loznica: Karpos

G

Galbraith, John Kenneth (1952) *American Capitalism*, Boston: Houghton Mifflin Company

Galbraith, John Kenneth (1970) *Nova industrijska država*, Zagreb: Stvarnost

Galbraith, John Kenneth (1987) *Anatomija moći*, Zagreb: Stvarnost

Garcia, Cesar (2010) Rethinking Walter Lippmann's legacy in the history of public relations, *PRism* 7(1); <http://www.prismjournal.org>

Gic, Ludvig (1979) *Fenomenologija kiča*, Beograd: BIGZ

Giddens, Antony (1999) Democracy, London: In the *Reith Lecture* on the BBC World Service (8. May, 1999)

Giro, Pjer (2001) *Semiologija*, Beograd: Plato

Gone, Žak (1998) *Obrazovanje i mediji*, Beograd: Clio
Gramši, Antonio (1980) *Filozofija istorije i politike*, Beograd: Slovo ljubve
Gray, John (2011) A Point of View: The revolution of capitalism, London: *BBC News Magazine*, 3 September 2011
Grlić, Danko (1983) *Leksikon filozofa treće izdanje*, Zagreb: Naprijed

H

Habermas, Jirgen (1999) Bestijalnost i humanost – Rat na granici između prava i morala, Beograd: *Reč*, časopis za književnost i kulturu, i druga pitanja, 1/55, oktobar 1999.
Habermas, Jirgen (1982) *Problemi legitimacije u kasnom kapitalizmu*, Zagreb: Naprijed
Haddow, Douglas (2009) What Will Replace the Brend?, *Adbusters Magazine*, 25. Mart 2010
www.adbusters.org/magazine/87/brand-meme.html
Haddow, Douglas (2009) Pop Nihilism: Advertising Eats Itself, *Adbusters Magazine*,
www.adbusters.org/magazine/82/late-capitalism.html 06/05/2009/
www.adbusters.org/print/magazine/84/pop_nihilism_advertising_eats_itself/
Haddow, Douglas (2010) Post-Advertising Advertising, *Adbusters Magazine*, 18. Jan. 2010
www.adbusters.org/magazine/87/late-capitalism.html
Hall S, Crichter C, Jefferson T, Clarke J, Roberts B (1978) *Policing The Crisis: mugging, the State and law and order*, London: Macmillan
Haksli, Oldos (1974) *Eseji*, Beograd: Nolit
Haksli, Oldos (2001) *Vrli novi svet*, Beograd: Mono&Manjana Press
Haralambos M, Hoborn, M (2002) *Sociologija – teme i perspective*, Zagreb: Golden marketing
Hardt Michael, Negri Antonio (2003) *Imperij*, Zagreb: Multimedijalni institut Arkzin d.o.o.
Hartley J. (1982) *Understanding News*, London: Methuen
Hartli, Džon (2007) *Kreativne industrije – hrestomatija*, Beograd: Clio
Hašek, Jaroslav (1981) *Razgovor s cenzorom*, Zagreb: Znanje
Hayek, F.A. (1997) *Put u ropstvo*, Novi Sad: Global Book
Hayek F.A. (1998) *Poredak slobode*, Novi Sad: Global Book
Heisenberg, Werner (1967) *Interview with the Spiegel Magazine*, Hamburg: July 3, 1967
Hejvud, Endru (2004) *Politika*, Beograd: Clio
Herman, Edvard S, Mekčesni Robert V, (2004) *Globalni mediji*, Beograd: Clio
Herman, Edvard S., Piterson Dejvid (2010) *Politika genocida*, Beograd, Vesna Info
Herman, Edvard S,(2003) *The Propaganda Model: A Retrospective*, *Against All Reason*,

Volume 1: 1-14; www.chomsky.info

Hobbes, Thomas (2004) *Levijatan*, Zagreb: Naklada Jesenski i Turk

Hobsbaum, Erik (2002) *Doba extrema – Istorija kratkog Dvadesetog veka 1914-1991*, Beograd: Dereta

Hofstadter, Richard (1963) *Anti-intellectualism in American Life*, New York: Alfred A. Knoff

Hofstadter, Richard (1964) The paranoid style in American politics, *Harper's magazine*, Novembar, 1964, page 77-88

Hofstede, Geert (1993) Cultural constraints in management theories, Las Vegas: *Academy of Management Executive*, Vol.7, No.1

Hook, Sidney (1962) *Political Power and Personal Freedom*, New York: Collier Books

Hopkins, Claude C. (2007) *Scientific Advertising*, e-Book: www.abrahamclub.com

Horkheimer M., Adorno T. (1989) *Dijalektika prosvjetiteljstva*, Sarajevo: Veselin Masleša

Horkheimer, Max (1989) *Pomračenje uma*, Sarajevo: Veselin Masleša-Svjetlost

Hornaj, Karen (1991) *Neurotična ličnost našeg doba*, Beograd: V.Milić ("Mond")

Hudelist, Darko (1992) *Novinari pod šljemom*, Zagreb:Globus

I

Indić, Trivo (1988) Ortega, elite i mase, Čačak: Gradac (Pogovor za knjigu *Pobunu masa* Hose Ortega i Gaset)

Itjul B, Anderson D. (2001) *Pisanje vesti i izveštavanje za današnje medije*, Beograd: Medija centar

Ivanović, Vasko (1978) *Šta, Gde, Kad i Kako*, Cetinje: Obod

J

Jacoby, Susan (2008) How Anti-Intellectualism Is Destroying America, interview, *AlterNet*, www.alternet.org/story/95109/page=2/

Janićijević, Jasna (2000) *Komunikacija i kultura – sa uvodom u semiotička istraživanja*, Sremski Karlovci-Novı Sad: Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića

Jevtović, Zoran (2000) *Totalitarizam i masmediji*, Negotin, Beograd: Studio Ras

Jevtović, Zoran (2003) *Javno mnjenje i politika*, Beograd: Akademija lepih umetnosti i Centar za savremenu žurnalistiku

Jevtović, Zoran (2007) Masmedijski preobražaj terorizma i religije u globalnom poretku, Beograd: *Politikologija religije*, proleće 2007. br.1, str. 97-124

Jevtović, Zoran (2009) *Komunicuram – znači postojim!*, Beograd: *Kultura polisa*, posebno

izdanje, pp 71-90

Jevtović Z, Aracki Z (2010) Medijski uticaji, političke elite i društvena moć u Srbiji na početku 21. veka, Beograd: *Nova srpska politička misao*, (nova edicija) vol. XVIII, no.1-2, str. 69-91

Jevtović Z, Petrović R, (2011) Štampa na raskršću, Beograd: *Kultura*, br.132, str. 95-110

Jevtović Z, Petrović R, (2010) Javno mnjenje i demokratski deficit u doba multimedija, Beograd: *Srpska politička misao* br. 4/2010, god. 17. Vol 30, str. 105-126.

Jones N. (1999) *Soundbites and Spin Doctors*, London: Cassel

Jones, Peter d' A (1965) *The Consumer Society*, Baltimore-Maryland: Penguin Books

Jovanović, Đokica (2000) Politika, kultura, kič, Beograd: *Republika*, br. 236-237, maj 2000.

Jovanović Đ, Petrović J, Madić S, (2002) *Parodija tragičnog – kič kao konstituens političke i kulturne ideologije*, Kosovska Mitrovica, Beograd, Niš: Filozofski fakultet, Institut za filozofiju i društvenu teoriju, Istraživačko-analički centar

Jovanović, Đokica (2003) Kultura opsadnog stanja, Niš: *Teme*, G XXVII, br.2, str. 259-271, april-jun, 2003.

Judis, John B. (September 7, 2010) You Say Recession, I Say Depression, Washington, DC: *The New Republic*

Jung, Karl Gustav (1995) *Analiza snova*, Beograd, KIZ Art Press

K

Kafka, Franc (2004), *Proces*, Beograd: Kompanija Novosti A.D.

Kami, Alber (1956) *Kuga*, Beograd: Prosveta

Kami, Alber (1989) *Mit o Sizifu*, Sarajevo: Veselin Masleša

Kami, Alber (2004) *Moral i politika*, Beograd: Atenaum Informatika

Kanfora, Lučano (2007) *Demokratija – istorija jedne ideologije*, Beograd: Clio

Kapuscinski, Ryszard (1999) Media as mirror to the world, London: *Le Monde diplomatique*, English edition, August, 1999.

Kapušćinjski, Rišard (2002) *Lapidarijum*, Beograd: Samizdat FREE B92

Kasirer, Ernest (1972) *Mit i jezik*, Novi Sad: Tribina mladih

Katlip S.M, Senter A.H, Brum G. M (2006) *Uspešni odnosi s javnošću*, Beograd: Službeni glasnik

Katunarić, Vjerman (1990) *Teorija društva u Frankfurtskoj školi – sociološka hrestomatija*, Zagreb: Naprijed

Kaznev, Žan (1976) *Sociologija radio-televizije*, Beograd: BIGZ

- Keane J. (1991) *The Media and Democracy*, Cambridge: Polity
- Kecmanović, Nenad (2005) *Dometi demokratije*, Beograd: Čigoja štampa
- Kecmanović, Nenad (2009) *Politika, država i moć*, Beograd: Čigoja štampa
- Kellner, Douglas (1984) From **1984** to **One-Dimensional Man**: Critical Reflections on Orwell and Marcuse, *American Political Science Association Convention* in August 1984; www.pages.gseis.ucla.edu/faculty/.../kell13htm
- Kellner, Douglas (2003) *Media Culture and the Triumph of the Spectacle*, www.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/
- Kennedy, Paul (1989) *The Rise and Fall of the Great Powers, Economic Change and Military Conflict from 1500 to 2000*, London: Fontana Press
- Kennedy, Paul (2009) American Power Is on the Wane, www.online.wsj.com/search/
- Kershaw, Ian (2011) Ghosts of Fascists Past, *The National Interest*, May 17, 2011, <http://nationalinterest.org/article/ghosts-fascists-past-4888>
- Keynes, John Maynard (1926), *The End of Laissez-Faire*, <http://www.panarchy.org/laissezfaire.1926.htm>
- Kierkegaard, Soeren (1980) *Bolest na smrt*, Beograd: Mladost, Velika edicija Ideja
- Kjerkegor Seren (1982) *Knjiga o Adleru*, Beograd: Grafos
- Klaić, Bratoljub (1990) *Rječnik stranih riječi*, Zagreb, Nakladni zavod MH
- Klajn, Naomi (2003) *Ne logo*, Beograd: Samizdat B92
- Klaehn, Jeffery (2002) A Critical Review and Assessment of Herman and Chomsky's 'Propaganda Model', London, Thousand Oaks, CA and New Delhi - SAGA Publications *European Journal of Communication*, Vol 17(2):147-182.
- Klaehn, J. Mullen, A (2010) The Propaganda Model and Sociology: Understanding the Media and Society, Philadelphia: *Synesthesia: Communication Across Cultures*, 2010, Vol.1(1):10-23.
- Klein, Naomi (16 January 2010) *The Guardian*, "How corporate branding has taken over America" (Ten years after the publication of No Logo)
- Knightley, Phillip (1977) *Prva žrtva – ratni dopisnik kao heroj, propagandist i stvaralac motiva od krimskog do vijetnamskog rata*, Rijeka: Otokar Keršovani
- Knjiga o Marksu* (1974), Beograd: Izdavačko-informativni centar studenata
- Koenen-Iter, Žak (2005) *Sociologija elite*, Beograd: Clio

Konstan, Benžamen (2000) *Principi politike i drugi spisi*, Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva

Konstantinović, Zoran (1974) O Valteru Benjaminu i njegovom delu, Beograd: Nolit (u Benjaminovoj knjizi „Eseji“, str. 7-23)

Kosik, Karel (1983) *Dijalektika krize*, Beograd: NIP „Mladost“

Kosović, Dušan (1991) Humanistička psihoanaliza Karen Hornaj (pogovor „*Neurotična ličnost našeg doba*“ Karen Hornaj), Beograd: V.Milić (“Mond”)

Kovach, B, Rosenthil, T (2007) *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Expect – Introduction*, Wahington: Committee of Concerned Journalists, www.journalism.org)

Krleža, Miroslav (1956) *Evropa danas, knjiga dojmova i essaya*, Zagreb: 1956

L

Lakroa, Mišel (2001) *New Age – Ideologija novog doba*, Beograd: Clio

Lazić, Mladen (1988) *Kapitalizam u evoluciji*, Beograd: Istraživačko-izdavački centar SSO Srbije

Le Bon, Gustav (1896) *Psihologija gomile*, Beograd: Štamparija kod „Prosvete“ do Realke

La Boetie, Etienne de (1998) *Politika poslušnosti: Rasprava o dobrovoljnom ropstvu 1550. godine*, Novi Sad: Global Book

Lehman, Nicholas (2006) Paranoid Style – How conspiracy theories become news, New York: *The New Yorker*, October 16, 2006, p. 96-106

Lefevr, Anri (1973) *Antisistem, prilog kritici tehnokratizma*, Beograd: Radnička štampa

Liebling, A.J (2009) Some Reflections on the American Press, *The Nation*, July 27, 2009; www.thenation.com/article/some-reflections-american-press/

Lippman, Walter (1922) *Public Opinion*, Hypertext from AS@UVA

Lippman, Walter (1914) *A Prefece to Politics*, New York, London: Mitchell Kennerly

Lipaset Sejmur Martin, Lejkin Džejson M. (2006) *Demokratski vek*, Beograd: Alexendria Press

Lojd, Džon (2008) *Šta mediji rade našoj politici*, Beograd: Samizdat B92

Lošonc, Alpar (2004) Karl Polanji, tranzicija, socijalni kapital, Beograd: *Sociologija*, Vol. XLVI(2004), No 4, str. 327-348

Luks, Stiven (2006) Moć: jedno radikalno shvatanje, Beograd: *Nova srpska politička misao*, Vol. XIII (2006), no. 1-4, str. 69-110

M

- Mackay, Charles (1852) *Memoirs of extraordinary popular Delusions and the Madness of Crowds*, London: Office of the National Illustrated Library
- Macnamara, Jim R (2006) *The Impact of PR on the Media*, Chippendale: Mass Communistaion Group, www.pria.com.au/
- Makiaveli N. (1931) *Vladalac*, Beograd: Sveslovenska knjižarnica M.Z. Stefanović i drug
- Manhajm, Karl (1978) *Ideologija i utopija*, drugo izdanje, Beograd: Nolit
- Marcuse, Herbert (1965) *Eros i civilizacija*, Zagreb: Naprijed
- Marcuse, Herbert (1968) *Čovjek jedne dimenzije*, Sarajevo: Veselin Masleša
- Marcuse, Herbert (1978) *Kraj utopije, Esej o oslobođenju*, Zagreb: Stvarnost
- Marković, Marko S. (1994) *Pravoslavlje i Novi svetski poredak – Atomizacija čovečanstva*, intervju Vladimira Dimitrijevića, Lovćenac: *Istok pravoslavni*
- Marks, K. Engels, F (1964) *Nemačka ideologija*, Beograd: Kultura
- Marks, K. Engels, F (1945) *Komunistički manifest*, Beograd: Borba
- Maršal, Tim (2002) *Igra senki*, Beograd: Samizdat B92
- Media Policy – Convergence, Contetration & Commerce* (1998); edited by Denis McQuail & Karen Suine, SAGE Publications Ltd..
- Meier, Werner A. (2002) *Media Ownership – Does It Matter?* (u knjizi *Networking Knowledge for Information Societies: Institutions & Intervention – edited by Robin Manssel, Roham Samarajiva and Amy Mahan*, Delft: Delft University Press
- Mekluan, Maršal (1973) *Gutenbergova galaksija – nastajanje tipografskog čoveka*, Beograd: Nolit
- Mek Kvejl, Denis (1976) *Uvod u sociologiju masovnih komunikacija*, Beograd: Glas
- Mil, Džon Stjuart (1896) *O slobodi* (prevod Petra A. Karadorđevića), dostupan na www.rojalfamily.org/democracy/onLiberty0-yu.htm/
- Mills, C. Wright (1979) *Bijeli ovratnik – Američke srednje klase*, Zagreb: Naprijed
- Mils, S. Rajt (1964) *Elita vlasti*, Beograd: Kultura
- Miloš, Česlav (1987) *Zarobljeni um*, Beograd: BIGZ
- Milošević, Nikola (1987) *Socijalna psihologija staljinizma*, (kao pogovor “Zarobljenom umu” Česlava Miloša), Beograd: BIGZ
- Milton, Džon (1990) *Areopagitika i drugi spisi o građanskim slobodama*, Beograd: Filip Višnjic
- Moskovisi, Serž (1997) *Doba gomile 1-2*, Beograd: Biblioteka XX vek

Muzio D, Hodgson D, Faulconbridge J, Beaverstock J, Hall S (2011) Towards corporate professionalization: The case of project management, management consultancy and executive search, *Current Sociology* 59 (4) 443-456, 2011

Mullen, Andrew (2009) The Propaganda Model after 20 Years: Interview with Edward S. Herman and Noam Chomsky, Questions by Andrew Mullen, London: *Westminsters Papires in Communication and Culture* (University of Westminster), Vol.6(2):12-22.

Mumford, Lewis (1986) *Mit o mašini 1-2 (Pentagon moći)*, Zagreb: Grafički zavod Hrvatske

Mumford, Lewis (1988) *Grad u historiji*, Zagreb: Naprijed

Mussolini, Benito (1939) *Doktrina fašizma*, Firenze: Vallecchi nakladnik

N

Nedeljković, dr Dušan (1991) Smisao i vrednost pragmatizma, pogovor „*Pragmatizam*“ V. Džemsa, Beograd: Dereta (fototipsko izdanje)

Neuman, Franz L.(1990) Demokratska i autoritarna država, Zagreb: Naprijed (u hrestomatiji Vjieran Katunarić, *Teorija društva u Frankfurtskoj školi*)

Neuman S.B. (1991) *Literacy in the Television Age: the Myth of the TV Effect*, Norwood: Ablex

Niče, Fridrih (1990) *O koristi i šteti istorije za život*, Beograd: Grafos

Nikšić Stevan, Davičo Ana (2005) *Etika novinarstva – priručnik za profesionalne novinare*, Beograd: Centar za profesionalizaciju medija

Noelle-Neumann, Elisabeth (1974) The Spiral of Silence. The Theory of Public Opinion, *Journal of Communication* 24 (2/1074), str. 43-51

Nyhan,B, Reifler,J (2010) When Corrections Fail: The Persistence of Political

Misperceptions, Berlin: *Political Behavior*, (2010) 32: 303-330 Springer Science Bussines Media

Nusbaum, Marta (2012) Ne za profit: zašto je demokratiji potrebna humanistika?, Beograd: *Reč* No. 82/26, 2012, str. 349-363

O

Offe, Claus (1974) Structural Problems of the Capitalist State. Class Rule and the Political System. On the Selectiveness of Political Institutions, *German Political Studies*, 1: 31 - 57.

Olson, Skot Robert (2011) Holividska planeta: globalni mediji i kompetitivne prednosti narativen transparentnosti, *Treći program*, br. 150, proleće 2011, str. 34-59

Omdal, Sven Egil (2010) Kad novine odumiru, *Eurozine*, pešćanik. net, 29.07.2010.

Onfre, Mišel (2007) *Moć postojanja – Hedonistički manifest*, Beograd: Rad

Ortega i Gaset, Hose (1988) *Pobuna masa*, Čačak: Gradac

Orvel, Džordž (1999) „1984“, Beograd : Čigoja Štampa

Orwell, George (1941) *The Frontiers of Art and Propaganda*, (Frst published: *Listner*, Broadcast on the BBC Oversea Service on April 30, 1941)

Orwell, George (1937) *Otkrivanje španjolske tajne*, New English Weekly, 29. July, 1937, www.radnickaborba.org/2009/11/22/george-orwell-otkrivanje-spanjolske-tajne/

Orwell, George (1941) *Will Freedom Die With Capitalism?* London: Left News, April 1941, pp.1682-5.

Orwell, George (1945) *The Freedom of the Press, Orwell's Proposed Preface to "Animal Farm"*, http://www.orwell.ru/library/novels/Animal_Farm/english/efp_go

Orwell, George (1977) *Zašto pišem i drugi eseji*, Zagreb: Naprijed

P

Packard, Vance (1978) *The People Shapers*, London: Macdonald and Jane's

Pakard, Vans (1994) *Skriveni ubeđivači – psihologija reklame*, Beograd: Dosije PS „Grmeč“ AD – „Privredni pregled“

Parenti, Michael (1993) *Inventing Reality*, New York: St. Martins Press

Parenti, Michael (1997) *Methods of Media Manipulation*, Introduction for book „20 Years of Censored News“ by Carl Jansen and Project Censord, www.michaelparenti.org

Parenti, Michael (2001) *Monopoly Media Manipulation*, www.michaelparenti.org

Pečujlić, Miroslav (2002) *Globalizacija, dva lika sveta*, Beograd: Gutenbergova galaksija

Petrović, Gajo (1981) *Nada u misli Ernsta Blocha (predgovor „Pricip nada“, E. Bloha)*, Zagreb: Naprijed

Pizara, Pjetro (2008) *Dimni signali – vodič za kritičku upotrebu novina i televizije*, Beograd: Tanjug i Konrad Adenauer Stiftung

Plehanov, G.V (1947) *K pitanju o ulozi ličnosti u istoriji*, Beograd: Kultura

Polanji, Karl (2003) *Velika transformacija*, Beograd: Filip Višnjić

Polanyi, Karl (1935) *The Essence of Fascism*, www.voiceoftheturtle.org/library/essence_of_the_fascism.php/

Politička enciklopedija (1975), Beograd, Savremena administracija

Prajs, Stjuart (2011) *Izučavanje medija*, Beograd, Clio

Propaganda Model, Wikipedia

Puljiz, Vlado (1995) *Bismarckove socijalne reforme*, Zagreb: *Revija za socijalnu politiku*,

god. II, br.3, str. 243-247

R

Radojković M, Stojković B (2003) Novinari kao profesionalna grupa, Beograd: *Sociološki pregled*, vol. XXXVII (2003), no. 3-4, str.241-254.

Radović, Aleksandar (2011) *Sumrak liberalizma*, Beograd: Interkomerc

Rajh, Vilhem (1997) Mali čovek – šta to beše (iz knjige „Čuj, mali čoveče“ V. Rajha, Radio B92, 1997), Beograd: *Republika*, br 17; www.yuope.com/republika/arhiva/97/172/172_16.HTM/

Rasel, Bertrand (2006) Oblici moći, Beograd: *Nova srpska politička misao*, Vol. XIII (2006), no. 1-4, str. 111-119

Redklif-Braun, A.D. (1982) *Struktura i funkcija u primitivnom društvu*, Prosveta: Beograd

Reich, Wilhem (1981) *Masovna psihologija fašizma*, Beograd: Mladost, Mala edicija „Ideja“

Reinert, Erik S. (2006) *Globalna ekonomija – kako su bogati postali bogati i zašto siromašni postaju siromašniji*, Beograd: Čigoja štampa

Rejnert, Erik (2010) *Spontani kaos - ekonomija u doba vukova*, Beograd: Čigoja štampa

Reljić, Slobodan (2011) *Odumiranje slobodnih medija*, Beograd: Službeni glasnik

Ricer, Džordž (2009) *Savremena sociološka teorija i njeni klasični koreni*, Beograd: Službeni glasnik

Risman, Dejvid (2007) *Usamljena gomila*, Novi Sad: Mediteran Publishing

Riz, Viljem (2004) *Rečnik filozofije i religije – istočna i zapadna misao*, Beograd: Dereta

Rozenberg, Joran (2002) Pluralistička demokratija, *Reč*, časopis za književnost, kulturu i društvena pitanja, br 68,14 decembar, Beograd: Fabrika knjiga

Roth, Richard (2009) There was no “Tiananmen Square Massacre”, *CBS News*, www.cbsnews.com/8301-503543_162-5061672-503543.html/

RTS (2011) Vojska nije pucala na Tejnmenu, sajt www.rts.rs, 04. jun, 2011.

Russel, Bertrand (1922) *Free Thought and Official Propaganda*, London: Watss&Co

Russel, Bertrand (1977) *Sceptical Esseys*, London: Unwin paperbacks

Russel, Bertrand (1964) *Unpopular Esseys*, New York: Simon and Schuster

S

Samuelson, Paul A. (1969) *Ekonomija, uvodna analiza* (sedmo izdanje), Beograd: Savremena administracija

Schudson, Michael (2008) The „Lippmann-Dewey Debate“ and the Invention of Walter Lippmann as an Anti-Democrat 1986-1996, *Intenational Journal of Communication 2* (2008)

pages 1031-1042

Shah, Anup (2009) Media Conglomerates, Mergers, Concentration of Ownership, *Global Issues*, www.globalissues.org/article/159/media-conglomerates-mergers-concentration-of-ownership

Shell, Jonathan (1996) *The Uncertain Leviathan*, Washington: *Atlantic Monthly*, Avgust, 1996.

Schlesinger P.(1991) *Media, State and Nation: Political Violence and Collective Identities*, London: Saga

Schwartz, Michael (2008) Managers sans Owners not Owners sans Managers, *Jyvaskyla: Electronic Journal of Bussines Ethics and Organizations Studies*, Vol.13, No.2

Schwartz, Peter (1993) Post-Capitalist, interview with Peter Drucker, *Wired*, [www.wired.com/wired/archive/1.03/drucker pr.html](http://www.wired.com/wired/archive/1.03/drucker_pr.html)

Seldes, George (1938) *Lords of the Press*, New York: Julian Messner, Inc.

Sennet, Richard (1989) *Nestanak javnog čoveka*, Zagreb: Naprijed

Seymour-Ure C. (1996) *The political impact on the Mass Media*, London: Constable

Siebert, F, Peterson,T, Schramm, W (1984) *Four Theories of the Press*, Urbana and Chicago: University of Illinois Press

Silverstone R.(1999) *Why Study the Media*, London: Saga

Simmel, Georg (2001) *Kontrapunkti kulture*, Zagreb: Naklada Jesenski i Turk i Hrvatsko sociološko društvo

Sol, Džon Ralston (2010) *Nesvesna civilizacija*, Loznica: Karpos

Soloski, Džon (1993) Novinarski profesionalizam: mehanizmi kontrole, *Gledišta*, januar-decembar, 1993, godina XXXIV, str. 75-86

Spinoza (1957) *Teološko politički traktat*, Beograd: Kultura

Stanovčić, Vojislav (2003) *Vlast i sloboda*, Beograd: Udruženje za političke nauke, Čigoja Štampa

Stephans, Mitchell (1998) *The Rise of the Image the Fall of the Word*, New York, Oxford: Oxford Univrsity Press

Stephans, Mitchell (1994) *History of Newspapers*, New York: tekst za *Collier's Encyclopedia*

Stephans, Mitchell (1997) *History of Television*, New York: tekst za *Gollier Encyclopedia*

Stevens, Mark (2003) *Freedom of the Press*, www.faculty.ncwc.edu/mstevens/410/410ect09.htm

Stille, Alexander (1999) *Emporer of the Air*, New York: *Nation*, Novembar 11, 1999.

Stille, Alexander (2006) *Silvio's Shadow*, New York: *Columbia Journalism Review*, Septembar/October 2006.

Stojić, Ljuba (1969) *Bekstvo od slobode – kuda?* Beograd: Nolit (predgovor "Bekstvu od slobode" Eriha Froma)

Stošić, Aleksandar (2009) *Nicolae i Elena Ceausescu: 20 godina od revolucije*, Beograd: B-92 VIP blog, www.blog.b92.net/text/13724/Nicolae-i-Elena-Ceausescu%3A-20-godina-od-revolucije/ komentar Sepulturero

Subotić, Oliver (2011) *Infomaciono kontrolisano društvo*, Stari Banovci, Beograd: Bernar

Sutlić, Vanja (1989) *Intelektualac i korijeni apsurdna (uz Camusov „Mit o sizifu“)*, pogovor), Sarajevo: Veselin Masleša-Svjetlost

Š

Šadson, Majkl (1993) Sociologija proizvodnje vesti, *Gledišta*, januar-decembar, 1993, godina XXXIV, str.15-29

Šel, Džonatan (1987) *Sudbina Zemlje*, Beograd: Vuk Karadžić

Šumpeter, Jozef (1960) *Kapitalizam, socijalizam, demokratija*, Kultura: Beograd

Šušnjić, Đuro (1999) *Orvelijana*, predgovor za „1984“ Džordža Orvela, Beograd: Čigoja Štampa

Šušnjić, Đuro (2011) *Ribari ljudskih duša – ideja manipulacije i manipulacija idejama*, Beograd: Čigoja Štampa

T

Tadić, Ljubomir (1987) *Ogled o javnosti*, Nikšić: Univerzitetska riječ

Takman, Gej (1993) Vesti i narativna konstrukcija socijalnog, *Gledišta*, januar-decembar, 1993, godina XXXIV, str. 53-63

The Interview: Marshall McLuhan, *Playboy Magazine*, March 1969.

The Rich Get Even Richer (25 Mart 2012), *New York Times*

Timisoare Massacre, Iconic Photos, (30 August, 2010):

www.iconicphotos.worldpress.com/2010/08/30/timisoare-massacre/

Todorov, Cvetan (2010) *Strah od varvara*, Loznica: Karpos

Toljati, Palmiro (1981) *Predavanja o fašizmu*, Beograd: BIGZ

Toti, Gustavo (1987) *The sociological theories of Gabriel Tarde*, New York: *Political Science Quarterly*, Vol.12, No.3

Trocki, Lav (nepoznata godina) *Kultura novog doba*, Beograd: Svetlost

Trocki, Lav (1981) *Pitanja o načinu života*, Beograd: Mladost, Mala edicija „Ideja“

Trocki, Lav (1938) Sloboda tiska i radnička klasa (editorijal prvog broja meksičkog magazina *Clave*, oktobar, 1938), *Pobunjeni um*, veb-magazin, www.come.to/crveni

Tven, Mark (1986) *Ljubavni roman mlade Eskimke*, Beograd, Rad

Twitchell, James B.(1995) *ADCULTusa*, New York: Columbia University Press

Tye, Larry (2002) *The Father of Spin*, New York: Henry Holt and Company, LLC.

U

Urbinati, Nadia (1998) From the Periphery of Modernity – Antonio Gramsci's Theory of Subordination and Hegemony, *Political Theory*, Vol. 26, No. 3, June 1998, 370-391

V

Valerštaj, Imanuel (2005) *Posle liberalizma*, Beograd: Službeni glasnik

Vareca, Ana (2010) Finansiranje izbora i mediji u američkom izbornom procesu, Beograd: *Nova srpska politička misao*, nova edicija, vol. XVIII (2010), no. 1-2, str. 139-156

Veber, Maks (1976) *Privreda i društvo I-II*, Beograd: Prosveta

Veblen, Torsten (1966) *Teorija dokoličarske klase*, Beograd: Kultura

Vidojević, Zoran (2010) *Demokratija na zalasku*, Beograd: Službeni glasnik i Institut društvenih nauka

Volerstin, Imanuel (2000) *Utopistika ili Istorijski izbori dvadeset prvog veka*, Beograd: Republika

Volerstrin, Imanuel (1985) Kriza kao prelazno razdoblje, Beograd: Radnička štampa“ u zborniku „*Dinamika globalne krize*“, str. 15-56

Vratuša-Žunjić, Vera (1995) *Razvoj, religija, rat*, Beograd: Institut za sociološka istraživanja Filozofskog fakulteta u Beogradu

Vratuša-Žunjić, Vera (2000) Transformacija kritičke teorije u apologiju u delu Jirgena Habermasa, Beograd: *Sociološki pregled*, vol. XXXIV, no.1-2, str.23-47

Vratuša, Vera (2010) Da li završiti ili zaustaviti privatizaciju javnih preduzeća?, *Nova srpska politička misao*, 13. mart, 2010, <http://www.nspm.rs/ekonomska-politika/da-li-završiti-ili-zaustaviti-privatizaciju-javnih-preduzeca-q.html>

Vujačić, Ilija (2007) Džon Stjuart Mil, u knjizi *Teoretičari liberalizma*, Beograd: Službeni glasnik

Vuksanović, Divna (2008) Mediji znanje, revolucija? Beograd: *Zbornik radova Fakulteta dramskih umetnosti*, 2008, br.13-14, str. 319-329

W

- Wallraff, Gunter (1978), *Operacija 'Bild'*, Rijeka: Otokar Keršovani
- Walton, Douglas (1997) What is propaganda, and what exactly is wrong with it?, Chicago: *Public Affairs Quarterly*, Volume 1, No 4, October, 1997
- Weber, Max (1989) *Protestantska etika i duh kapitalizma*, Sarajevo: Veselin Masleša-Svjetlost
- Wehrich, Heinz (1993) *Management: A Global Perspective*, New York, McGraw Hill, www.media.wiley.com/product_data/excerpt/
- Werber, Niels (2003) *Current German Media-Theory and their Ancestors: Benjamin and Brecht*, www.homepage.ruhr-uni-bochum.de/niels.werber/Germanmedia.htm/
- What's Wrong With This Picture?, *The Nation*, January 7, 2002.
- Wilcox D.L, Lawrence N.W (1997) *Public Relations – writing & media techniques*, New York: Longman
- Willis J. (1991) *The Shadow World: Life between the News, Media and Reality*, New York: Praeger
- Williams, Ian (2008) Orwell and the British Left, *Logos journal* 2019, Vol.10, Issue 1, www.logosjournal.com
- Windshuttle, Keith (1995) *The Poverty of Media Theory*, Sydney: *The Sydney Line*
- Windshuttle, Keith (1999) *Journalism and the Western tradition*, Sydney: *The Sydney Line*
- Wipple, Mark (2004) *The Dewey-Lippman Debate Today: Negotiating the Divide Between Participatory and Elitist Model of Democracy*, file *allacademic-research*
- Wolleager, Mark (2008) *Modernism, Media, and Propaganda – British Narrative from 1900 to 1945*, Pinceton and Oxford: Pinceton University Press
- Wolfe, Tom (1973) *The New Journalism*, London: Picador

Z

- Zinovjev, Aleksandar (1999) *Velika prekretnica – kritika zapadne hegemonije*, Beograd: Naš dom - L'age d'Homme
- Zinovjev, Aleksandar (1986) *Svijetla budućnost*, Zagreb: Globus
- Zamjatin, Jevgenij (1984) *Mi*, Beograd: Narodna knjiga

Биографија

Слободан (Раде) Рељић, матични број 2609954123601, рођен је 26.09.1954. године у Теслићу, Босна и Херцеговина. Основну школу и гимназију општег смера завршио је у Теслићу. Дипломирао је журналистику на Факултету политичких наука у Београду 1978. године. Око тридест година ради као професионални новинар. Био је и главни и одговорни уредник НИН-а од 2002. до 2009. године. Постдипломски магистарски студиј је уписао 1984. године на социологији религије на Филозофском факултету у Загребу. Препис на постдипломске студије социологије на Филозофском факултету у Источном Сарајеву је обављен 2007. године. Магистарски рад „*Четврти стуб демократије – политиколошко-социолошки аспект*“ одбранио је јуна 2010. Учествовао је на бројним научним скуповима о улози медија у савременом друштву. Похађао је курс „Медији и демократија“ 2000. године на америчком Дјук универзитету, Дарам, Северна Каролина. У научним часописима и зборницима објављивао је текстове из области социологије религије и социологије медија. Године 2011. објавио је књигу *Одумирање слободних медија*.

Прилог 1.

Изјава о ауторству

Потписани Слободан Р. Рељић

број уписа ДС/СС 05/4-02 бр. 537/1-VIII/7

Изјављујем

да је докторска дисертација под насловом

Промена карактера медија у савременом капитализму: узроци, актери, последице

- резултат сопственог истраживачког рада,
- да предложена дисертација у целини ни у деловима није била предложена за добијање било које дипломе према студијским програмима других високошколских установа,
- да су резултати коректно наведени и
- да нисам кршио ауторска права и користио интелектуалну својину других лица.

Потпис докторанда

У Београду, септембар, 2012.

Слободан Рељић

Прилог 2.

Изјава о истоветности штампане и електронске верзије докторског рада

Име и презиме аутора Слободан Рељић

Број уписа ДС/СС 05/4-02 бр. 537/1-VIII/7

Студијски програм социологија

Наслов рада Промена карактера медија у савременом капитализму:
узроци, актери, последице

Ментор проф. Др. Слободан Антонић

Потписани Слободан Рељић

изјављујем да је штампана верзија мог докторског рада истоветна електронској верзији коју сам предао за објављивање на порталу **Дигиталног репозиторијума Универзитета у Београду**.

Дозвољавам да се објаве моји лични подаци везани за добијање академског звања доктора наука, као што су име и презиме, година и место рођења и датум одбране рада.

Ови лични подаци могу се објавити на мрежним страницама дигиталне библиотеке, у електронском каталогу и у публикацијама Универзитета у Београду.

Потпис докторанда

У Београду, септембра, 2012.

Слободан Рељић

Прилог 3.

Изјава о коришћењу

Овлашћујем Универзитетску библиотеку „Светозар Марковић“ да у Дигитални репозиторијум Универзитета у Београду унесе моју докторску дисертацију под насловом:

Промена карактера медија у савременом капитализму: узроци, актери, последице

која је моје ауторско дело.

Дисертацију са свим прилозима предао сам у електронском формату погодном за трајно архивирање.

Моју докторску дисертацију похрањену у Дигитални репозиторијум Универзитета у Београду могу да користе сви који поштују одредбе садржане у одабраном типу лиценце Креативне заједнице (Creative Commons) за коју сам се одлучио.

1. Ауторство

2. Ауторство - некомерцијално

3. Ауторство – некомерцијално – без прераде

4. Ауторство – некомерцијално – делити под истим условима

5. Ауторство – без прераде

6. Ауторство – делити под истим условима

(Молимо да заокружите само једну од шест понуђених лиценци, кратак опис лиценци дат је на полеђини листа).

Потпис докторанда

У Београду, септембра, 2012.

Stosodan Rejic