

Dr Sead Alić¹

Informiranje ili uniformiranje?

Rezime: *Središnji problem suvremene (ne samo zapadne) civilizacije su masmediji. Sustavi umnažanja i medijskog posredovanja, globalne igre multinacionalnih korporacija, te sve snažniji globalni utjecaji na lokalne identitete – daju za pravo autorima koji su nagovještavali doba u kojemu ćemo manje-više biti na temelju našeg virtualnog bivanja.*

Ljudsko se iskustvo promijenilo. Utjecaji ekstenzije masmedija kreirali su nove potrošače s novim iskustvima. U tom kontekstu sve značajnijim bivaju promišljanja forme samih medija, dubinskih psiholoških, teoloških, filozofskih, kulturoloških, civilizacijskih dimenzija promjena koje u naše živote unose masmediji.

Virtualni svjetovi koji nam presuđuju zahtijevaju onu razinu razumijevanja koja je i dublja i snažnija i misaonija od pukog instrumentaliziranog znanja, korisnoga korporacijama. Sve veća ovisnost građana o masmedijima upućuje na potrebu one vrste razumijevanja medija kojoj samo filozofija medija može izaći u susret.

Raste svijest o značenju koje posredovanje ima za ljudsko biće: od plesa, rituala, usmenosti, pisma, tiska, pa sve do suvremenih elektroničkih i digitalnih posrednika. Onako kako se pokazuje da jesmo na način posrednika, tako se isto može tvrditi da razumijemo tek tako i onoliko koliko u našem mišljenju izrasta dimenzija filozofije medija.

Ključne riječi: *novinarstvo, medijska politika, masmediji, studenti, edukacija, etika medija, Hartmann, Berlusconi, filozofija medija*

1.

Međunarodno udruženje novinara sa sjedištem u Bruxellesu objavilo je 2008. godine knjigu Aidana Whitea: *To tell You the Truth, The ethical Journalism initiative*. Knjiga je to koja iz najviše strukovne organizacije novinara

¹ Centar za filozofiju medija i mediološka istraživanja, Zagreb. Kontakt sa autorom: centarfm@gmail.com

progovara o suvremenim nam bolestima novinarstva: ovisnosti o politici, nekritičkom sudjelovanju u političkim i ratnim sukobima i ratovima, o žutilu, senzacionalizmu, proizvodnji spektakala, buđenju u ljudima najnižih strasi, neetičnosti novinarskih tekstova onih novinara koji razapeti između vlastite struke i opstanka nerijetko biraju kompromise koji ostavljaju teške posljedice na društva u kojima rade.

Knjiga je to koja na dosta otvoren način podcrtava stav Mark Twaina da imamo zakone koji štite medije, ali nemamo zaštitu ljudi od samih medija.² Pitanje koje nam se nameće u samom startu pitanje je paradoksa: Ono što je trebalo omogućavati slobodu izvrgnulo se u nerijetke zapreke slobodnom kolanju ideja, misli, stavova, orijentacija; ono što je bila osnovna pretpostavka demokratskog uređenja izraslo je u sustav sprečavanja demokratskih tendencija; sredstvo komuniciranja različitosti pretvorilo se u sredstvo uniformiranja. Kako to da je toliko vremena bilo potrebno da se razotkriju nedemokratske dimenzije sredstava demokracije i kako to da danas sve širem krugu teoretičara postaje sve jasnije?

Minervina sova izlijeće tek u *prime time-u*. Prekasno za zaustavljanje procesa koji su na djelu, dovoljno rano za otvaranje novih područja promišljanja. Filozofija medija prikuplja tisuće godina filozofijskih traganja, da bi u *sumrak doba slike svijeta* upozorila ne samo na sustave suvremenih masmedijskih posredovanja, nego na implikacije ljudskog nerazumijevanja značenja posredovanja za ljudsko iskustvo, duhovnost, znanost, povijest i budućnost.

Filozofijsko detektiranje stvarnosti nerijetko je u povijesti otvaralo pitanja koja će tek kasnije etablirati 'neprikosnovena' znanstvena područja. To pokazuje i Frank Hartmann uvodeći nas u svoje djelo *Filozofija medija*. Na temelju općepoznate činjenice da je filozofija prirode postojala prije suvremenih znanosti, odnosno da je filozofija duha/duše postojala prije psihologije – Frank Hartmann otvara prostor mogućnosti da se slična stvar danas zbiva s filozofijom medija koja otvara pitanja koja do sada nisu bila na toj razini postavljana.³

2 Citirano prema navedenoj knjizi: White, Aidan: *To tell You the Truth, The ethical Journalism initiative, The international Federation of Journalists, International Press Centre, 2008. Brussel, str. 23.*

3 Riječ je o knjizi koja filozofiju u aspektu naglašenog propitivanja medijske dimenzije – ne promatra na razini historicističkog pristupa ili interpretiranja misli pojedinih autora u kontekstu nove filozofijske discipline. Riječ je o knjizi koja, među ostalim, pozivajući se na Descartesa i Chomskoga upozorava na mijene strukture spoznaje same; analizira jezik u okvirima Leibnitza i Wittgensteina, te problematizira logocentrizam uz Vicoa i Derridu.

U jednom od opisa komunikologije (danas dominirajuće u procesima edukacije za medije) Robert K. Merton kaže: „Komunikologija se bavi brzim i jeftinim prikupljanjem činjenica koje se mogu iskoristiti za kratkoročne odluke a da pri tome ne pita zašto“⁴ Ako je i dio istine sadržan u ovom određenju, put prema instrumentaliziranju znanosti u svrhu partikularnih interesa naručitelja, opasno je otvoren.⁵

Ako se, naime, znanosti isključivo usmjere na istraživanja po narudžbi onda je na djelu, kako kaže Liessmann u Teoriji neobrazovanosti – neofeudalni kapitalizam odnosno protuprosvjetiteljstvo. Ako se, kaže Liessemann „znanje degradira na prepoznatljivu brojku humanog kapitala s kojom je moguće računovodstveno raspolagati“ onda je na djelu proizvodnja operativaca koji imaju pravo ubijati bez grižnje savjesti.

Uronjeni smo u tendenciju ignoriranja pitanja smisla, ljudske sreće, morala, ljudskih vrlina, razuma i uma. Svijet je prestao biti prostorom (samo)realizacije čovjeka kao bića osjetilnih, razumskih, kreativnih mogućnosti i postao svijetom koordiniranim od strane instrumentaliziranih medija, a prema potrebama lokalnih ili globalnih korporacija.

Grci su nas učili kako mnogoznalost ne uči mudrosti. Današnje mnoštvo informacija dokaz je praznine mnogoznalosti. Partikularnim interesima proizvođača vijesti kao robe na ruku ide proizvodnja novinarskih/medijskih kadrova koji nikada neće staviti u pitanje mitsko ishodište sustava medijskog posredovanja. U tom mitskom središtu nalazi se sveti gral doba slike svijeta: Informiranje je zamijenjeno uniformiranjem. Platonova olovka kao sredstvo zaboravljanja izrasla je u mrežu hipnotičkih sredstava/tehnologija proizvodnje zaboravljanja. Platon bi danas bio antiglobalista.

Na primjeru Benjaminovog 'optički nesvjestog' i njegove tehničke reproduktibilnosti umjetničkog djela, Hartmann ukazuje na zaborav dimenzije upliva tehnologije na ljudsku svijest, zaborav koji je desetljećima bio na snazi u filozofijskim promišljanjima svijeta.

- 4 Nešto kasnije i nekoliko riječi o posljedicama: „To je izazvalo gomilanja pojedinačnih empirijskih rezultata. Posljedica postojanja relativno dobro uređenog istraživačkog instrumentarija u društvenim znanostima ne mora dakle nužno biti razvoj obuhvatne teorije; štoviše ako usavršavanje tehnike postane samo sebi svrhom, može smetati takvu razvoju. Tako se kumulira nepregledna gomila izvješća o istraživanjima koja dijelom sadržavaju čak trivijalne rezultate, dok spoznaja ostaje fragmentarna.“ Citirano prema: Kunczik, Michael i Zipfel, Astrid: *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju*, Zaklada Friedrich Ebert, Zagreb, 2006, str.32/33
- 5 Skrivajući se iza mnoštva novoznanstvenih metoda znanost danas nerijetko obična ljudska iskustva gura u crnu kutiju metode, da bi s druge strane te iste kutije izvukla neprikosnovenost s magijskom odrednicom 'rezultat znanstvenog istraživanja'.

Pokoravanje svijeta danas se vrši pokoravanjem duša. Novačenje za osvajačku vojsku obavlja se uniformiranjem posredstvom edukacije i medija. Na djelu su znanosti i znanstvene metode koje su se otrgnule od smisla. Utoliko je u novonastalom svijetu dominiranja medijskih slika i njima stvorenih virtualnih svjetova, kao novo izvorište smisla, potrebna filozofija medija. Posebno u području obrazovanja za novinare, procesu u kojemu ništa više nije onako kako je bilo par desetljeća unatrag.

News Corporetion Ruperta Murdocha u 50 država ima oko 800 tvrtki koje zajedno imaju godišnji promet na razini godišnjeg budžeta država kao što su Hrvatska ili Srbija. To im omogućuje birati političare kojima će dati potporu, odnosno na koje će se osloniti u širenju tvrtke. Poznat je primjer Murdochove trgovine s Margaret Thatcher. Murdoch za potporu Thatcher dobio ulazak u Times i Sky Newes, a usput se riješio i nepoćudnih sindikata.

Naša osuđenost na ovakve i slične metastaze trgovačkih divova u području dilanja informacija ide zajedno s njihovom osuđenošću na borbu za stalno povećanje prodaje. U toj stalnoj borbi divovi trgovanja informacijama, po logici stvari, moraju prijeći granice zakona i naći se u području korištenja nelegalnih pa i amoralnih metoda.⁶ Upravo je primjer Murdochovog imperija trgovanja informacijama pokazao neke od načina ilegalnog prelaska granica morala na putu do naših džepova.⁷

Lenjin je 1901 godine napisao: „Novine nisu samo kolektivni propagandist i kolektivni agitator, nego su i kolektivni organizator“.⁸ Trebalo je imati velikog povjerenja u medij tiskane riječi da bi se od tog medija toliko toga zahtijevalo. Trebalo je imati premalo povjerenja u taj medij da se ne vidi da će snaga tog medija biti presudna u pronošnju ideje prevrata.

Prema broju tiskarskih radnika koji su bili bliski Lenjinu i njegovoj organizaciji, a kako svjedoči i Debray, Oktobarska revolucija nosi tipografski karakter. Marksova očekivanja da će revolucija izbiti u društvu koje ima najrazvijenije kapitalističke odnose poznato je nisu se obistinila. Umjesto toga do promjene je došlo tamo gdje je bio moguć najveći utjecaj na najutjecajni medij tog vremena. Kolektivni organizatori revolucije, dobro su dakle odradili svoj posao.

6 Više u Alić, Sead: *Mediji, od zavođenja do manipuliranja*, AGM, Zagreb, 2009 god

7 Niti dvadesetak dana nakon izgovaranja ovih rečenica na simpoziju – stigla je zastrašujuća potvrda u vidu skandala Murdochovih novina *News of the World* u Engleskoj. Prisluskiivanja i hakiranja od strane novinara (u trgovini s policijom) postala su sredstvo i način rada u suvremeno kontaminiranom medijskom prostoru.

8 Citirano prema: Nohlen, Dieter (ur), *Politološki rječnik, država i politika*, Pan Liber, Osijek-Zagreb-Split, 2001. god. str. 207)

Zagovarajući ideju novog svjetskog poretka Hilary Clinton 2009-te godine obrazlaže na sličan način nazivajući novinare liderima upravo zbog njihove mogućnosti oblikovanja javnoga mnijenja.

Lukavstvo ideje uniformiranja informiranjem raslo je s rastom masmedija sposobnih da u kratkom vremenskom periodu oblikuju veliki broj ljudi. Navedenim rečenicama pridodajmo još jednu: „Kada propaganda prožme idejom svekoliki narod, organizacija može sa šakom ljudi izvući posljedice.“⁹ Rečenica, nimalo različita od rečenice Hilary Clinton ili Lenjina. Njena je posebnost u tome što ju je u svojoj zloglasnoj knjizi zabilježio – Adolf Hitler.

2.

Čovjek koji u potpuno mračnoj sobi, nakon nekoliko nesprenih pokušaja (udaraca nogama u pokušstvo) napipa prekidač i upali svjetlo – istog trenutka to svjetlo i zaboravi. Pred njim se otvara sadržaj kojega je svjetlost ponudila njegovu oku. Medij svjetlosti koji mu je omogućio vidljivost predmeta, biva kao nešto po sebi razumljivo – odbačen.

Tako je to s medijima, tim proizvedcima ljudskoga glasa, vida, misli, osjećaja, a u širem smislu i ekstenzijama ruke, noge, živčanog sistema. Zaslijepljeni učinkovitošću velikog medijskog mehanizma ne usudimo se postaviti pitanje njegova smisla. Blizina udaljuje. Sve nam se čini poznatim, unatoč povremenim probojima svijesti o opasnosti.

Osim toga, tradicija nas je učila da ne ubijamo glasnike...

Glasnici su danas i manje i više od onoga što su nekada bili. Manje je pouzdanih informacija u množini/zatranosti informacijama. Medijski utjecaj proširio se izvan granica informiranja u područje izgradnje medijskog okoliša kao dominantnog područja stjecanja ljudskoga iskustva i življenja. Pod krinkom informiranja prodaju se svjetonazori, poslovne orijentacije, narkotički ustrojeni proizvodi za djecu i odrasle, ideologija... Suvremeni je konzument postao novi proleter u svijetu u kojemu trijada business-politika-mediji porobljava oblicima manipuliranja koji su se spustili do razina kriminala. Otuda nikada dovoljno upozorenja da je etika medija danas važnija od etike kao takve, jednako kao što je ekologija medija važnija od ekologije.

Fakulteti koji danas educiraju studente za poslove novinara – u pravilu odgajaju studente za prošlost. Ti će se budući novinari sa svojim znanjem i vrijednosnim sustavom sjajno snaći u svakoj prošlosti. Sadašnjost im neće biti naklonjena, a u pravilu neće imati niti oružje/metodu/znanje/preporuke

9 Hitler, Adolf: *Moja borba*, Kvruga izdavaštvo, Zagreb, str. 574.

suprotstavljanja korporacijsko-političkom dokidanju novinarstva kao takvo-ga.¹⁰

Masmediji su na našim prostorima oblikovali močvaru koja je ratom skrivala krađu društvenog vlasništva od strane nomenklatura kojima je samo rat mogao pomoći da prikriju krađu. A za rat su bili potrebni mediji koji će nacijama pronositi lavež koji će 'pse rata' uzvisiti do razine nacionalnih ikona.

Sva uzaludna pozivanja na etiku završavaju pred strojevima za umnažanje laži, proizvoljnosti, staklenih perli informacija, poluistina i rijetkih istina. Vraćanje ideji 'mentalnog sklopa' (koji onemogućuje provedbu zakona) posredno je priznavanje instrumentaliziranosti (mas)medija koji se (danas) ne moraju pridržavati zakona jer pripadaju nekom od klanova donosioca zakona.

Mentalna oboljenja tipa depresije izravna su posljedica emitiranja života pred očima onih kojima je život oduzet. Posljedica je to medijske proizvodnje ravnodušnosti. Uzročnik je preblizu da bismo na njega posumnjali. Rak pluća može se vidjeti. Pluća je moguće secirati. Zastrašujuća slika oboljelih pluća može proizvesti društveni konsenzus da se na pakiranja cigareta ispisuju riječi: 'Pušenje ubija'. Masmediji međutim, mogu povesti u rat, održavati histeriju bratoubilačkih klanja, pomirljivo poravnati medijski prostor nakon učinjenih zločina, a da istovremeno nitko ne zahtijeva da se na ekranu, ili uz radijsko emitiranje, ili u novinama povremeno vidi ili čuje: 'Gledanje, čitanje ili slušanje ubija'.

Nepravdama koje nam se svakodnevno događaju masmedijski meštri su kao lijek propisali Klint Estwooda i njegove obrasce katarze naših vlastitih osjećaja nemoći i nepravednosti društava u kojima živimo. Dirigiranoj besperspektivnoj svakodnevi u kojoj nakon radnog vremena na poslu, odradujemo drugi dio dana za multinacionalne korporacije (gledajući njihove programe između komercijalnih poruka) lijek su katarze na dnevnoj bazi, sveprisutne sapunice sretni završeci filmova i emocije humanitarnih akcija (sve češće do grla marketinški određeni).

Besperspektivnost, ojađenost, društvena anksioznost, depresivnost, pasivnost – to su oblici ponašanja i osjećanja koji se stvaraju u gledateljima da

10 Kad se tome pridodaju kritika koju nudi Teorija neobrazovanosti, uvidi Chomskoga o sustavu edukacije na fakultetima čiji glavni cilj nije znanje polaznika nego razvijanje poslušnosti, ili stavovi Enzensbergera o tome da nerijetko edukatori ponekad rade ponajviše protiv predmeta za kojega educiraju – nađemo se u području evidentiranja razvijanja forme uz odustajanje od bitnih dimenzija edukacije. Pod tim bitnim ne razumijem sadržaje nego kreativnost, inventivnost, otvorenost za sučeljavanje, istraživanje, diskusiju, suprotstavljanje autoritetima, razumijevanje drugoga i sl.

bi im se kao lijek udijelili sretni završeci filmova. Katarza se s dasaka teatra prebacila u odnos realno-virtualno. Ne možemo utjecati na realne odnose. Naša je tragedija uvjetovana nečim što nadilazi naše snage. Otuda razrješenje u ponuđenoj virtualnoj sferi. Katarzirani, spremno krećemo po nove porcije udaraca.

Svaka rečenica koju izgovorimo upućena je onome/onima, drugome/drugima izvan nas i cilj joj je uvjeravanje, traženje potvrde, traganje za zajedničkim, istraživanje terena i sl. Istovremeno, u prirodi je svakog iskaza glumiti snagu i uvjerljivost izaslanika velikog koncepta, velike teorije, velike istine... Na isti samo mnogo snažniji način masmediji donose pojačanu verziju sekundarnog pokušaja uvjerljivosti. Snaga izgovorenih rečenica umnaža se s brojem konzumenata; ona se rasprostire po prostoru pokrivenim signalom, postajući sama signal pokušaja zavođenja i manipuliranja.¹¹

Ignoriranju s kojim je čovjek koristio ekstenzije (ne pitajući se o uvjetima i zakonitostima tog korištenja) odgovaraju zasebni svjetovi koje su mediji kreirali sukladno svojim zakonitostima.

Izrasle su snage koje su se otrgnula od etičkih sustava vrijednosti i koje tim sustavima danas propisuje sustav vrijednosti koji ljudskom biću ne odgovara, ali ide na ruku korporacijskom svođenju svijeta i čovjeka na dimenziju atoma perpetuirajuće kupnje odnosno prodaje informacija.

Neetičnost liberalnog kapitalizma i njegove balkanske inačice 'kapitalizma krađe društvenog vlasništva' temelji se na prevari o dokidanju neetičnosti jednopartijskog društva u kojemu je poradi nedovoljno informacija bilo moguće bahato i nemoralno ponašanje političke nomenklature članova jedne partije. Proces uniformiranja informiranjem star je koliko i čovjek, samo je suvremeni globalni kapitalizam utemeljen na globalnim mrežama multinacionalnih medijskih kuća – to umijeće razvio do neočekivanih razina.

Puno prije pojma '*masovna komunikacija*', s masom su se igrale i masu oblikovale usmene predaje, usmeni epovi, glinene ploče, rukopisi, knjige, novinski prilozi ili radijske emisije. Puno prije uobličavanja '*medijske politike*' mediji su kreirali/iznijeli svoje zahtjeve pred svaku moguću politiku.. Čovjek je bio taj koji je morao shvatiti snagu kreiranoga, te načine na koje će se time koristiti. (Ponašao se poput dresera dupina koji je bezuspješno podizao

11 Dolaze vremena kada će se morati matematičkim formulama definirati odnosi količine umnažanja i razine odgovornosti, odnosno kontrole medija. To što to do sada nije učinjeno naslijeđe je imagea medija kao donositelja demokracije i neupitnosti njihove neovisnosti. Naličja masmedija uče nas međutim da su neophodni snažniji mehanizmi praćenja utjecaja i kontrole korištenja umnažanja i distribuiranja (ne)istina.

obruč uz rub bazena. Kad je to jednom napravio na sredini bazena – dupin je s lakoćom skočio kroz обруч. Dupin je dakle čekao svog dresera da shvati. Dresirani – dupin – dresirao je onoga koji je mislio da dresira.)

Masmediji nas danas obredno uvode u proces inicijacije. Nameću nam agende življenja, govora, ponašanja...Ponekad uspješno a nekada ne, skreću tokove mogućih ili već postojećih javnih diskusija. Proces inicijacije masmedijske dimenzije ne provodi se jednom za cijeli život. Licenca se mora obnavljati. Ispadanje iz kolotečine masmedijskih informacija/horizonata – nikome se ne oprašta. Inicijacija se ne provodi samo upućivanjem na sadržaj. Jutarnje ispijanje kave uz novine, popodnevni obred opuštanja uz sličice koje igraju pred našim očima – dio su stvorene navike iniciranih. Taj dio je ponekad snažniji i utjecajniji od samih sadržaja medija koji se koriste.

3.

Hijerarhijsko ustrojstvo političkih stranaka oduvijek je tražilo sredstvo komuniciranja koje će od vrha do dna hijerarhijske strukture pronositi direktive vrha. Jednosmjerno komuniciranje tiskovina, radija i televizije izuzetno je pogodovalo dvadesetom stoljeću, tom dobu hijerarhija, ali ne (samo) zato što su se te hijerarhije naprosto pojavile, nego zato što su pojavom novih masmedija – omogućene.

Organizacijska stranačka borba za glasače danas je uglavnom zamijenjena bitkama za vidljivost, medijsku eksponiranost, onih koji žele glasove. Svaki diktator na svijetu upravlja svojim medijima. Svaki potencijalni diktator Zapada, pokušava poput Berlusconija zavladati slikom da bi na krilima etera ušao u parlamentarne luke, odnosno do vladarske fotelje.

Masmediji su savršen oblik hipnoze za masu. Isijavanje elektrona na licu čitave društvene zajednice istovremeno, uz dovoljnu količinu ponavljanja – proizvodi nesvjesno slaganje s izrečenim, a to nesvjesno slaganje vremenom ulazi u riječ – postaje eksplicitno.

Ritam vijesti elektroničkih medija u stopu prati ritam komercijalnih poruka: Poželjne je stavove potrebno ponavljati u određenim razmacima i u količini koja može izazvati učinak prihvaćanja.

Nove tehnologije i novi mediji kreirali su i horizont novog folklor. Ono o čemu se priča, što se i usmeno prenosi od uha do uha, zapravo je sadržaj elektroničkih medija. Ono uz što se danas pleše i pjeva – sadržaj je masmedija. Naša nova (narodska) nošnja određena je brzo smjenjivim trendovima, paletom ponuđenih, tržišno orijentiranih pravaca koje ujedinjuju orijentaciju, trgovačku ponudu, prepoznatljivost i promjenjivost identiteta.

Masmediji su snažno utjecali i na nužnost osvještavanja novih dimenzija pojma demokracija. Ono što je Lincoln svojevremeno izrekao kao znamenitu definiciju demokracije: „Government of the people, by the people, for the people“ odavno je već stavljeno u pitanje: O vlasti naroda nigdje se više ne govori (jer to valjda podsjeća na pokušaj socijalizma). Vlast je danas 'za narod' manje-više u onoj dimenziji u kojoj zakoni i sustav represije doista vrijede samo za narod. To da demokraciju provodi narod više podsjeća na show programe traganja za zvijezdama gdje odabrani ulaze u 'odabrane' – nesposobne više biti ono što su bili.

Masmediji su tako promijenili bit demokracije da je čak i definicija demokracije danas više karikatura tog fenomena.

Mediji su oduvijek bili poluga politike. Usmeni ili pisani, mediji su bili sredstvo provođenja vlasti. Bog je možda sačinio čovjeka od gline, ali je vladar kraljevstva utisnuo svoj pečat na glinene ploče s pismom.

Svaki je vladar imao svoje pjevače i zabavljače koji su mu titrali, ali i ime njegovo pronosili njegovim provincijama. U pričama i legendama znalo se koje je mjesto rezervirano za kraljeve i svećenstvo, a koje za narod. *Prime time* usmene predaje pripadao je vlasti. Kao sto danas *prime time* elektroničkih programa pripada voditeljima servisa politike izraslim/napuhanim do veličine zvijezda.

Asurbanipal nije dopustio da se svijetom raznose glinene ploče bez njegova pečata. Čak je i mudra Atena žrtvovala svog Sokrata jer njegove usmeno pronošene besjede nisu bile usklađene s vlašću.

Razlog postojanja masmedija: Formalno to je mogućnost istovremenog komuniciranja s velikim brojem konzumenata. Stvarno, to je mogućnost izravnog utjecaja na veliki broj ljudi u određenom vremenskom periodu.. Manipulacija je horizont i sudbina masmedija. Umjetnost je lijek i jedini mogući izlaz. Ali ne tradicionalna umjetnost koja se ugnijezdila u mehanizmima trgovine globalnoga medijalizma, nego nova interaktivna, multimedijaska, kreativna, u odnosu na korporacijsku svijest subverzivna – umjetnost koja to više nije, umjetnost koja slavi smrt tradicionalne umjetnosti i tradicionalne estetike, umjetnost koja obnavlja preostala područja ljudske svijesti preostala nakon sveopćeg uniformiranja procesom informiranja.

4.

Od vode smo sačinjeni, ali se u vodi možemo i ogledati. Sve dok se prema medijskim posredovanjima budemo odnosili tek kao prema vodi u kojoj

se ogledamo – bit ćemo izloženi sustavnom manipuliranju trijade businessa medija i politike – na svim razinama.

Slika ogledanja u vodi omogućuje nam razumjeti hipnotiziranost slikom koja nam ne dopušta uopće prodrijeti do same vode. Narcizam je oblik hipnotičke zarobljenosti tehnologijom – govorio je McLuhan.

„Brzina nizanja planova je takva da bi odvratanje pogleda od televizora, pa i na jednu sekundu, značilo izgubiti barem jedan plan. Ta brzina sačinjava, dakle, sredstvo kojim se hvata pogled i kojim se izaziva učinak hipnoze“¹²

Prema nekim aktualnim analizama europski su filmovi u USA zastupljeni sa 3 postotka (prema plaćenim kartama u kinima) a 71 posto je američkih filmova za koje se u Europi plati karta u kinu. „Gledati te (takve) emisije (kaže u sličnom kontekstu Ramonet) svodi se na plaćanje nameta američkom kulturnom imperijalizmu“¹³

Živimo u starim slikama medija. Stara značenja medija pomažu novim oligarsima podčiniti generacije zarobljene starim značenjima pojmova. Medijski novogovor ili ubija ili pretvara u zombije. Pojmove je ponovno potrebno razbijati, kritički i skeptički demistificirati i pokazati ih u njihovoj instrumentaliziranosti.¹⁴

Više je razloga zašto medije ne shvaćamo u neophodno potrebnoj dimenziji. Jedna od njih je svodenje medija na prijenosnike informacija. Onog trenutka kada svedete značenje medija na sliku prenositelja informacija onemogućili ste razumijevanje istinske dubine medija. Zašto?

Informacija je oduvijek bila roba i sredstvo upravljanja/porobljavanja. Pristajući uz medije kao prijenosnike informacija – upisujemo se u svijet kojim upravlja nekoliko svjetskim multinacionalnih medijskih korporacija i njihovih lokalnih satelita.

12 Le Goff, Jean-Pierre: Svemoguća mediji Autor interpretira teze Ignacia Ramoneta iz djela Mase televizija film, ponajviše dio u kojemu se analiziraju misli Serge Halimija.

U knjizi Tiranija komunikacije Ramonet navodi i sljedeću misao Halimija: „Tiskanim i elektroničkim tiskovinama dominiraju novinarstvo smjernosti, industrijske i financijske grupe, tržišna misao, mreže dosluha. Malena sveprisutna grupa novinara nameće svoju definiciju informacije-robe profesiji koja postaje sve slabijom zbog straha od nezaposlenosti. Oni serviraju interese gospodara svijeta. Oni su novi psi čuvari“. (Europski glasnik X HDP Zagreb, 2005. str. 339-346)

13 Isto

14 Jedan takav pokušaj je i *Rječnik epohe* autora ovog teksta koji dezideologizira ključne pojmove takozvane tranzicije. Vidjeti: Sead Alić: *Rječnik epohe*, Centar za filozofiju medija, Zagreb, 2010.

Medije treba tretirati kao zrak i vodu jer su mediji zrak i voda našeg umreženog okoliša. Umjesto toga na djelu je sveopće porobljavanje svjetskih medija pod krinkom liberalnog poslovanja velikih korporacija kojima je svijet jedino adekvatno tržište.

Primjer s Murdochom i Engleskom indikativan je, ali i jezovit. On upućuje na bal pod maskama u organizaciji businessa politike i medijskih korporacija, bal koji samo ovoj trijadi dopušta nositi maske. Ostalima je dužnost i obveza hipnotički gledati u te maske i vjerovati u njih.

Zalaganje za lokalne medije i snaženje uloge medija u lokalnim zajednicama izlišno je bez promjene odnosa prema medijima. Dok god se na medije gleda kao na puke slike i informacije, titranje zabave pred očima, do tada je labudi pjev svaki pokušaj razvijanja lokalnih medija. Bit informacije je da stremi većem kapitalu. Bit informiranosti je informiranost od globalnoga prema lokalnome. Razumijevati medije na razini prijenosa informacija znači biti uhvaćen u mreži velikih medijskih korporacija i njihove hipnoze.

U početku bijaše medij, onako kako u početku bijaše riječ. Medij stvara svijet, onako kako je to činio medij riječi. Po mediju jesmo i na način medijskog posredovanja jesmo. Ako medij doživljavamo kao sredstvo prijenosa informacija – mi smo informacija u bazi podataka svjetskih medijskih korporacija. Ukoliko medij doživljavamo kao vodu i zrak, onda ima šanse i za lokalne medije.

Europa voli davati savjete. Na razini proklamiranoga nema im se što prigovoriti. Bez obzira na koju se preporuku pozvali: Preporuku Vijeća Europe o mjerama promocije medijskog pluralizma; onu o mjerama za transparentnost medija, Deklaraciju o kulturnoj raznolikosti; odredbe i konvencije o televiziji bez granica, medijskom pluralizmu, promicanju raznolikosti kulturnih izražavanja...

Svaka od tih preporuka je reklo bi se – zlata vrijedna u borbi za onu vrstu medijskih posredovanja uz koju bi se čovjek kao ljudsko biće mogao razvijati sukladno vlastitim mogućnostima i potrebama.

No sve te preporuke ne razumiju (točnije ne žele priznati) prirodu medija, utjecaj kojega mediji vrše na suvremenog građanina. Slično energiji – nitko ne želi besplatno i zdravo gorivo iz vode jer će to naštetiti naftnim divovima, a oni su u temelju trijade business, politika, medijske korporacije. Toj trijadi nisu potrebni ljudi koji upućuju na pravu prirodu medija. Njima je stalo do shvaćanja medija kao pukih prijenosnika informacija kao robe, dakle takvog razumijevanja medija koje nas pretvara u informaciju i robu.

Europa je dakako svjesna da globalizacijski procesi jašu na valovima novih tehnologija komuniciranja odnosno na (mas)medijima. Svijest o praktič-

nosti utilitarnosti masmedija razvija pragmatičnost poruke: Sudjelujte i vi u šarenilu glasova kojima se medijima još uvijek daje aura starih sustava informiranja. Pod tom krinkom Murdoch i slični osvajaju naše glave što je pretpostavka ulaska na teren.

Masmediji su najglomazniji, najmonstruozniji, ali istovremeno i najnevidljiviji trojanski konj kojega je svijet ikada napravio.

Pred kišu ljudi svikli manipulaciji gledaju u televizor. Zaboravljaju da će kišu najaviti nebo koje je nad njima, a ponekad i utihnuće pjeva ptica.

Svaka je zajednica po svom geografskom ustrojstvu lokalna, ali je po svojoj globalnoj umreženosti te uključenosti na reduciranje svijeta na informacijsku dimenziju – globalna.

Lokalno sudjelovanje u globalnim diskusijama samo je igranje u predvorjima velikih kazališnih kuća. Sudjelovati u razgovoru o neovisnosti politike o medijima u nekoj lokalnoj zajednici uz svijest o Murdochovim ili Berlusconi-jevim igrama s medijima – proizvođenje je šizofrene svijesti koja pokušava ono nemoguće: na lokalnom nivou postići ono što se zaobilazi u svjetskim dimenzijama.

5.

Suvremena promišljanja problematike medijskih posredovanja sve se više približavaju Hegelovom stavu o čovjeku kao mediju djelatnosti duha. Iz jednog sasvim različitog načina gledanja na stvari David Mathison nudi građanima premreženoga svijeta poruku: 'Be the Media'. Na taj način staro hamletovsko pitanje 'to be or not to be' (preneseno na sferu razumijevanja i kritike suvremenih masmedija) dobiva svoj odgovor u poruci koja, gotovo hegelijanski, traži od nas da budemo ono što možemo biti, da sami budemo medij.

Budi medij odgovor je i na staru dvojbu 'imati ili biti'. Danas je nemoguće nešto posjedovati ako to nije medijskim posredovanjima verificirano. Istovremeno, samo kao svoj vlastiti medij, kao pronositelj vrijednosti koje nam se čine prihvatljivima – možemo biti. Biti u svijetu krugova medijskih posredovanja oslobođenih korporacijske prisile instrumentaliziranja medija kao najunosnijih i najnetransparentnijih sredstava zarade.

Aktualna poruka Indymedije: 'Ne mrzite medije, budite medij' parafraza je stare McLuhanove procjene da unatoč svim saznanjima o problematičnosti medijskih vrtloga koji nas uvlače u sebe, u taj vrtlog moramo skočiti i razumjeti ga kako bismo se spasili.

LITERATURA

- White, A. (2008). *To tell You the Truth*, The ethical Journalism initiative, the international Federation of Journalists. Brussel: International Press Centre
- Kunczik, M. i Zipfel, A. (2006). *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju*, Zagreb: Zaklada Friedrich Ebert
- Alić, S. (2009). *Mediji, od zavodajenja do manipuliranja*. Zagreb: AGM
- (ur.) Nohlen, D. (2001) *Politološki rječnik, država i politika*. Pan Liber, Osijek-Zagreb-Split, str. 207
- Europski glasnik X HDP Zagreb, 2005

Sead Alić

Information or Uniformation?

Summary: The central problem of modern (not just Western) civilization, are the mass media. The duplication systems and intervention of the media, the global games of multinational corporations, and stronger global influences on local identities – entitle the authors who heralded the era in which we will more or less be on the basis of our virtual existence.

The human experience has changed. The effects of extensions of the mass media have created new consumers, with new experiences.

In this context the reflections of the very forms of the media become more significant, in-depth psychological, theological, philosophical, cultural, civilizational dimensions of changes which are brought into our lives by the mass media.

Virtual worlds that preside over us demand that level of understanding that is deeper and stronger and more reflective than just mere instrumented knowledge, useful to corporations. The increasing dependence of citizens on the mass media refers to the need for the kind of understanding of the media which only the philosophy of the media can oblige.

There is a growing awareness of the importance that the mediation has for the human being: from dance, ritual, oral literature, letters, and newspapers, all the way to contemporary electronic and digital intermediaries. The way that it shows that we are in the way of the intermediary, so too can we claim to somehow understand and as much as the dimension of the philosophy of the media develops in our minds.

Key words: Journalism, Media policy, Mass media, students, education, Media ethics, Hartmann, Berlusconi, Media philosophy