

Prof. dr. sc. Sead Alić  
Centar za filozofiju medija Zagreb  
Hrvatska

## TOLSTOJ I TISAK

### Tolstojeva upozorenja o mediju tiska

**Apstrakt:** *Ovaj rad želi podsjetiti na neka razmišljanja iz romana Lava N. Tolstoja – „Ana Karenjina”. Riječ je o mjestima u kojima Tolstoj interpretira ulogu medija tiska, posebno novina. Njegova razmišljanja su zanimljiva, indikativna, upozoravajuća i aktualna i danas. Vrhunski umjetnik govori o medijima i njihovim utjecajima na oblikovanje javnosti. To je mjesto u povijesti svjetske književnosti na koje treba skrenuti pozornost, ali i češće na njega podsjećati.*

*Interesantno je i iznenađujuće koliko se malo toga promijenilo u stavovima o tisku. Tolstojeva su razmišljanja interesantna i u naše vrijeme. Ona pokazuju da se o nekim problemima moralo i mora ozbiljnije misliti.*

*Oblikovanje javnosti jedan je od takvih problema.*

**Ključne riječi:** *Tolstoj, štampa, medij, umjetnost, rat, javnost.*

## 1.

Umjetniku nije potrebna buka da bi stvarao. Bijeg u tišinu i osluškivanje unutar-njih glasova, dio su uobičajenih rituala umjetničkih stvaranja. Bit, u pravilu znači biti sam sa svojim djelom – djelom u nastajanju. Biti sa svojim djelom u nastajanju – za umjetnika znači biti!

Filozof bježi iz gomile ne bi li u miru i sabranosti mogao domisliti odnose među fenomenima koje je brižno, što preciznije, odredio pojmovima koji su mu na raspolaganju. Svjestan ograničenosti instrumenta kojega ima na raspolaganju, on pokušava medijem jezika proniknuti u strukturu mišljenog fenomena. Misлити, za svakog filozofa znači istinski biti. Jednako tako biti, filozofskom umu znači, u mišljenju sabirati znanje o svijetu i podastirati ga u obliku razumljivih jezičnih slika.

Čovjek vjere najdublje je u povezanosti sa Svevišnjim kada sam, svojom voljom, odlukom, dojmom, doživljajem, pronosi svijetom svoju uvjerenost, ne obazirući se previše na dobacivanja sa strane, nerazumijevanja, pa i ismijavanje. Njemu su nedostatni napori mišljenja u okvirima ograničenoga medija jezika, kao i pokušaji umjetnika koji čak i kada nadilazi jezik, boju, mogućnosti plastičnosti ili neke tehnike – ipak ostaje u području kreiranja vlastitih svjetova koji mogu ali i ne moraju biti 'u dosluhu' s očekivanjima Logosa/Svevišnjega/Reda/Boga.

Znanstvenik će sate, dane i godine pokušati doći do rezultata koje sluti. U tom dolaženju do rezultata – buka, masa, gomila – predstavljat će samo opasnost za gubljenje koncentracije. Mir i sabranost ponekada znače istovremeno i otvorenost za one bljeskove spoznaje koji nerijetko znanost odvedu prema neočekivanim otkrićima.

Mnogo je toga, dakle, zajedničkoga u svjetovima umjetnika, znanstvenika, filozofa i ljudi vjere. Ono što im najmanje pomaže u njihovu stvaranju/otkrivanju/meditaciji/mišljenju – to je ono što je došlo sa suvremenošću: množina i umnožena buka.

Na djelu su sustavi proizvodnje buke koji savršeno odgovaraju strojevima u obliku hijerarhija koji na temelju sustava korištenja ljudi kao mehaničkih dijelova velikih ljudskih strojeva – stvaraju okolnosti u kojima do izražaja uvijek dolazi samo jedno: proizvodnja i prisvajanje viška vrijednosti.

Hijerarhijama je množina potrebna kako u sustavu proizvodnje tako isto i u sustavu potrošnje, a u vremenima masmedija čak i kao dodatni element sustava prijenosa informacija.

Dakle, sve hijerarhije svijeta ne samo da ne mogu bez mase, nego im ona predstavlja hranu bez koje ne mogu. Političar će tako podilaziti masi ne bi li u presudnom trenutku mogao računati na njene glasove. Masmediji će se ulagivati niskom razinom kvalitete programa kako bi došli do što veće osnovice gledatelja čime povećavaju cijenu svog oglasnog prostora. Religijske hijerarhije povremeno će osmisliti vjerske ratove kojima će povezivati pljačku osvojenih teritorija, iskupljenje za pljačkaše i bolju unutarnju političku poziciju same hijerarhije. Korporacijama je masa tržište koje se mora pripremiti, oblikovati, obraditi, etc, radi što uspješnije prodaje usluga ili proizvoda.

Pritom treba imati na umu, a povijest nam je svjedokom, da su ovi drugi (predstavnicima hijerarhija) uvijek pokušavali kupiti one prve (umjetnike, filozofe, ljude vjere i znanstvenike): Vođe su uvijek trebale svoje pjesnike, religijske hijerarhije cijenile su umjetnička djela ugrađujući ih u tijela svojih crkava, filozofska djela ugrađujući ih u svoja teološka; umjetničke tišine sjajno idu na ruku korporacijama da stišaju buku sve glasnijih nezadovoljnika zbog njihovog poslovanja; svima zajedno dobro dođu znanstvenici koji će biti voljni napraviti atomsku bombu ili koncipirati GMO prehranu ili kvaziznanstvenim teorijama pravdati propagandna djelovanja politika i korporacija.

## 2.

Povratak u prošlost ponekad nam može obasjati korijene-temelje-ishodišta nekog problema (fenomena). Razmišljajući o odnosu tiska i javnosti vratit ćemo se u 19 stoljeće da bismo argumentima tog vremena propitali sadašnjost (da bismo u shvaćanju tiska kao relativno novog medija u tom stoljeću prepoznali neke nove dimenzije istih strahova i problema).

Povratak umjetnosti može biti oblikom oslanjanja na onu ljudsku stvaralačku djelatnost koja je oduvijek u traganju za smislenim ljudskim opstankom. U tom smislu Tolstojevo razmišljanje o mediju tiska značajan je doprinos evidentiranju ključnih problema ovog medija, odnosno oblika utjecaja ovog medija na oblikovanje javnosti.

Promišljanje utjecaja tiskanih medija na javnost iz vizure jednog vrhunskog umjetničkog djela (po nekima najvećeg književnog djela u povijesti književnosti) pisanoga perom umjetnika koji je cijeloga života tragao za načinima/odgovorima odnosa čovjeka spram ideje dobra, vjere, odnosno Boga... može nam suodnošenje politike, umjetnosti i medija osvijetliti neočekivano svježe.

Odgovore na pitanja uvijek postavljamo iz nekog ishodišta. U temeljima tih ishodišta su interesi i oni su uvijek ograničeni na 'utemeljitelje', na 'postavljачe osnovnih ishodišnih odnosa', na 'uspostavljачe strukture'... Tolstojev roman *Ana Karenjina* kao roman o traganju za istinskom ljubavi ali traganju za smislenim ljudskim bivstvovanjem, istovremeno je propitivanje ishodišta mogućih odgovora. Tolstojeva kritička umjetnička misao u pitanje stavlja i filozofiju, i religiju, a usput naravno i medij tiska i njegov utjecaj na oblikovanje javnosti.

U tom stavljanju u pitanje istovremeno se snaži platforma/ishodište koji ne pripadaju ni politici ni religiji niti se zagovara nekritičko prihvaćanje rezultata utjecaja tiska na oblikovanje javnosti. Tolstoj se upušta u filozofijsko promišljanje medija nakon što je kritički dotaknuo ograničenosti pojedinih tradicionalnih filozofskih pristupa..

Ako (za potrebe ovog promišljanja) djelomice i pojednostavimo, a samim tim na neki način i skrnavimo ovo Tolstojevo djelo, pa iz njega izvučemo elemente za vlastita promišljanja fenomena medija tiska – zasigurno ćemo izgubiti (barem u pisanoj ana-

lizi) puninu Tolstojevog pristupa i kontekst. S druge pak strane dobit ćemo stimulans za promišljanje medija iz jednog neobičnog rakursa.

„Ako dobro ima uzrok, ono već nije dobro – govori junak Tolstojevog romana i nastavlja – ako ono ima posljedicu, nagradu, isto tako ono nije dobro. Prema tome, dobro jeste izvan lanca uzroka i posljedica.”<sup>1</sup>

Onako kako nam se kantovski bezuvjetno sviđa umjetničko djelo; onako kako je ljudski moralni čin utemeljen u autonomiji volje (kojoj odredbeni razlog ne smije biti ni u kakvom praktičnom interesu) – Tolstoj u ishodište propitivanja stavlja Dobro koje je izvan kauzalnoga niza uzroka i posljedica.

No za razliku od Kantovog misaonog utemeljenja moralnoga čina, Tolstoj smatra da odgovore na ona temeljna i najdublja ljudska pitanja ne može dati misao! U temeljima ovog stava sadržana je čitava implicitna kritika filozofijskog razumijevanja svijeta odnosno filozofijskoga uma. I Tolstoj (kao uostalom i autor ovog teksta) smatra da su filozofije gradile zgrade od pojmova, a da sam razum nije mogao razumjeti ni ono što sve to skupa omogućuje, niti ono u čemu to sve skupa jeste; ni ono što je prije i svijeta i svijesti, niti ono što nadilazi razumske odnose: „Ljubav prema drugome razum nije mogao otkriti budući da je to nerazumno”.<sup>2</sup>

Filozofi se (Tolstoj slikovito objašnjava) ponašaju poput djece koja ne mogu razumjeti riječi majke dok im objašnjava kako ne mogu i ne smiju uništavati ono od čega žive (hranu pokušstvo ili sl.). U stavu djece koja intuitivno doživljavaju da 'sve to jeste samo od sebe', Tolstoj prepoznaje poziciju mišljenja odnosno filozofijskog evidentiranja: To što te riječi djeca ne mogu razumjeti ili slijediti Tolstoj povezuje s ljudima koji, dodatno uz ono što im se nudi, što intuitivno znaju – razumom pokušavaju obuhvatiti, odnosno na taj način tragati za smislom ljudskoga življenja:

„I zar to isto ne čini sve filozofske teorije čudnim, čovjeku neurođenim načinom mišljenja dovodeći ga do spoznanja onoga što on već odavno zna i zna tako pouzdano da bez toga ne bi mogao ni živjeti? Zar se u razvoju teorije svakoga filozofa jasno ne vidi da on unaprijed zna isto onako nesumnjivo kao i seljak Fjodor, i nimalo jasnije od njega šta je glavni smisao života te da se samo sumnjivim umovanjem želi vratiti na ono što je svima poznato?... ”<sup>3</sup>

Iz istog uvida Tolstoj pristupa i kritici tiskanih medija, posebno novina. Novine se naime, pokazuje Tolstoj, pozivaju na stav naroda istovremeno ga kreirajući. Novine evidentiraju jednodušnost javnoga mišljenja istovremeno uređujući je, oblikujući je, koordinirajući je. Izražava se takozvana 'narodna volja', a u ime te 'narodne volje' poziva se na osvetu i ubojstva.

<sup>1</sup> L. N. Tolstoj: *Ana Karenjina*, NZMH, 1982, Zagreb, str. 392.

<sup>2</sup> L. N. Tolstoj: *Ana Karenjina*, NZMH, 1982, Zagreb, str. 393

<sup>3</sup> L. N. Tolstoj: *Ana Karenjina*, NZMH, 1982, Zagreb, str. 394

Opće dobro na koje se pozivaju novinari, ne može se, smatra Tolstoj uspostaviti pozivanjem u rat.. Opće dobro je, piše Tolstoj „moguće postići samo ako se nasljeđuje onaj zakon dobra koji je bjelodan svakome čovjeku...“<sup>4</sup>

Kao roman koji propituje snagu ljubavne veze (ljubav) u kontekstu društvenih normi ruskoga društva druge polovice 19. stoljeća, *Ana Karenjina* dakle paralelno propituje utjecaje medija koji umnažaju i distribuiraju stavove kojima se kreira javnost. Tolstojev junak govori o uniformnoj istosti onoga o čemu pišu novine da mu sve novine liče na 'žabe pred oluju' od kojih 'čovjek ništa ne čuje'.<sup>5</sup>

Ako su već Tolstoju novine bile poput žaba pred oluju od kojih se ništa ne čuje – do koje smo razine uniformnosti dospjeli danas u doba globalističkog neokolonijalizma? Ili drugim riječima, ali isto: Nije li kreketanje novina stvaralo oluje pod okriljem kojih je bilo moguće neoliberalistički podmetnuti slobodu trgovine umjesto slobode, načelnu jednakost umjesto stvarne jednakosti, pravo umjesto pravde i sl.?

Istini za volju, pojavljuju se i u Tolstojevim razmišljanjima o tisku i glasovi koji ističu pozitivnu stranu utjecaja novina na kreiranje javnog mnijenja: „Svaki član društva pozvan je da radi posao za koji jest – reče. A ljudi od misli obavljaju svoj posao izražavajući javno mišljenje. A jednodušnost i potpun izraz javnoga mišljenja zasluga je štampe i ujedno radosna pojava. Pred dvadeset godina mi bismo bili šutjeli a sad se čuje glas ruskoga naroda koji je spreman ustati kao jedan čovjek i spreman žrtvovati sebe za ugnjetenu braću, to je velik korak i garancija snage.“<sup>6</sup> Ovi glasovi i ovakva razmišljanja, u svijetu globalnih medija i poretka utemeljenom na medijskom koloniziranju (kao pretpostavci svih ostalih oblika koloniziranja svijeta) od strane korporacija koje upravljaju svijetom – doimaju se poput naivne današnje vjere da je internet slobodan i pripravan biti oružjem za uspostavljanje slobode i života čovjeka kao kreativnog bića.

### 3.

Javnost je vrhunaravni pojam među 'svjetovnim' pojmovima. Pomalo tajnovita, nejasna i uvijek nekako daleka, javnost u pravilu poprima lik zagovaratelja, mijenja oblića prema potrebi, pojavljuje se i odustaje.

Onako kako se nerijetko u ime Boga radilo ono što sa idejom Svevišnjega nema nikakve veze – i u ime javnosti radi se svuda po svijetu ono što većina pojedinca iz tih javnosti (da imaju dovoljno kvalitetnih informacija) ne bi činili.

Na javnosti utječu sile politike, karakter medija, zrelost mreža institucija, kultura komuniciranja, otvorenost društva za demokraciju, kao i mnogi drugi segmenti poput kvalitete obrazovanja, slobode umjetničkog izražavanja, ekonomske neovisnosti građanstva, etc.

<sup>4</sup> L. N. Tolstoj: *Ana Karenjina*, NZMH, 1982, Zagreb, str. 407

<sup>5</sup> L. N. Tolstoj: *Ana Karenjina*, NZMH, 1982, Zagreb, str. 404

<sup>6</sup> L. N. Tolstoj: *Ana Karenjina*, NZMH, 1982, Zagreb, str. 406

Razvoj masmedija, umrežavanje građana i institucija posredstvom interneta, brzina komuniciranja kao i mogućnost gotovo trenutne reakcije građana na zbivanja u vlastitoj zemlji i svijetu – ponovno otvaraju pitanja razumijevanja javnosti.

Prošla su vremena sabiranja čitatelja knjiga koji u sučeljavanjima mišljenja kreiraju javnost. Suvremeni pritisci umnoženih mišljenja posredstvom masmedija uveli su nova pravila igre.

Javnost je medijima posredovana, kreirana, održavana, odnosno proizvedena.

Nijedna politička odluka nijednog političara svijeta ne bi se danas održala bez suglasnosti medija. I najbolje političke odluke ne mogu se realizirati ukoliko ne naidu na plodno tlo ključnih aktera u proizvodnji javnosti. Otuda ne čude želje političara da upravljaju medijima izravno ili posredstvom svojih ljudi, da ih kupe ili barem posredstvom novinara ili urednika utječu na njih.

#### 4.

Ana Karenjina je roman koji jednim svojim rubom analizira i različite moguće pristupe društvu u cjelini gdje na vidjelo izlazi Tolstojeva kritika tehnoloških skokova (primjer su željeznice) koji omogućuju pojavljivanje one vrste posrednika koji ubiru nezarađeno. Promišljanje je to kojemu je jasan utjecaj novih tehnika, tehnologije općenito, odnosno novih medija na promjene u stavovima ljudi vremena u kojemu dolazi do tih velikih promjena.

Roman je to koji završava stavovima o kreiranju javnosti posredstvom novina u najavama i na počecima srpsko-ruskoga rata. Pokazat će se da Tolstoj ne može ne kritizirati oblikovanja javnosti posredstvom novina koje udarajući u nacionalni ponos svojih čitatelja – udvostručuju tiražu.

Svijest o korporacijskim interesima kako bismo danas rekli, evidentna je u razmišljanjima i razgovorima Tolstojevih junaka. Oni postavljaju pitanja na koja do danas nismo odgovorili.

Konačno, roman je to koji svjedoči o dubini Tolstojevog propitivanja vjere kao takve, ali i koegzistencije različitih vjera. Tolstoj je bio otvoren za duhovna traganja, za slušanje drugoga i različitoga, za lutanja, za iskustvo vjere. Ta otvorenost prema vjeri kod tolstoja ide pod ruku s otvorenošću za traganjem za istinom, a to traganje otkriva interese onih koji umnažaju Istinu, odnosno stavove za koje žele da budu prihvaćeni kao Istina.

„Meni su to tumačili (diskutira Tolstojev junak): čim izbije rat, a njima se prihodi udvostruče...”<sup>7</sup>

Postojali su dakle i još uvijek postoje interesi medijskih kuća za profitom koji se lako mogu kamuflirati interesima javnosti. I tu je Tolstoj jasan:

„To što su oni propovijedali bijaše upravo ona ista taština zbog uma koja umalo da njega nije upropastila. On nije mogao pristati na to da se deseci ljudi, među kojima i njegov brat, na temelju onoga što im je pripovijedala koja stotina dobrovoljačkih kle-

<sup>7</sup> L. N. Tolstoj: *Ana Karenjina*, NZMH, 1982, Zagreb, str. 405

petala, što su dolazila iz prijestolnice, imaju pravo govoriti da oni s pomoću novina izražavaju narodnu volju i misao, i to misao koja se očituje u osveti i ubistvu. On to nije mogao prihvatiti stoga što niti je vidio da se te misli odražavaju u narodu u kojem je živio, niti je tih misli nalazio u sebi (a sebe on ničim drugim nije mogao smatrati do jednim od ljudi koji su sačinjavali ruski narod)<sup>8</sup> str

Navedimo samo još jedan dijalog:

– *Alphonse Kar divno je o tome pisao pred rat s Prusijom. 'Smatrate da je rat prijeko potreban? Divno. Tko propovijeda rat – toga u posebni legion za prve redove pa na juriš, u napad, ispred svijuu!'*

– *Lijepo bi mi se proveli urednici novina – glasno se nasmijavši reče Katavasov budući da je sebi bio predočio kako u tom probranom legionu stoje urednici koje je on poznavao.*<sup>9</sup>

Suvremeni masmediji otkrili su nam najubojitije oružje koje je ikada postojalo – ponavljanje. Ono što je nekada bilo osnovnim mehanizmom religijskog (samo)uvjerenja (u mantrama, molitvama, obredima) danas je postalo polugom osvajanja (ekonomskog, kulturnog, duhovnog)

Teolozi su odavno već shvatili da je čovjek više od racionalnog dijela bića. (Na toj su spoznaji izgrađena mnoga zdanja (misaona, umjetnička, vjerska...). Ponavljanja u koja je uranjao čovjek bila su oblik oblikovanja iracionalnog, emotivnog, nesvjesnog – onog dijela ljudskoga bića kojemu je racionalan argument nedovoljan.

Suvremeni masmedijski kreatori i emiteri sekularnih poruka ponavljaju svoje poruke koliko je potrebno da uđu u podsvijest svojih gledatelja/slušatelja/čitatelja. Te poruke također nisu usmjerene prema racionalnom dijelu ljudskoga bića, uostalom kao niti umjetnička djela ili molitva.

Ovisno o tome što se ponavlja raste interes gledatelja za neki proizvod, neku političku opciju, svjetonazor, religiju, kulturu, civilizaciju.

Najsnažnije dakle najubojitije, najefikasnije oružje osvajanja koje je čovjek otkrio medijsko je ponavljanje stavova koji pripremaju teren za preuzimanje onoga što se želi osvojiti.

Utoliko ne čudi pasivnost svijeta u odnosu na neprihvatljivo djelovanje 'demokratske' Amerike prema ostatku svijeta (kada ga donošenjem svojih zakona – koji se odnose na cijeli svijet – tretira kao svoju provinciju). Ponavljanje je oblikovalo pasivnost koja je dobra osnova za tihe ili bučne – nelegalne – egzekucije diljem svijeta.

No religijske, političke, ideološke, reklamne mantre nisu svemogućće. Svaka se reklama mora prestati ponavljati ako je proizvod toliko loš da mu ni reklama ne može pomoći; svako idealiziranje diktature vremenom posustane pred prešućenim činjenicama; svaki politički sistem utemeljen na prevari prije ili kasnije suočit će se s naličjem svog postojanja.

<sup>8</sup> L. N. Tolstoj: *Ana Karenjina*, NZMH, 1982, Zagreb, str. 406/7

<sup>9</sup> L. N. Tolstoj: *Ana Karenjina*, NZMH, 1982, Zagreb, str. 405

## 5.

Filozofija Istinu nije pronašla ni u Subjektu, niti u Objektu. Gotovo je s traganjima za zgotovljenom Istinom. Pokazalo se da se Istina stvara u prijelazu Subjekta u Objekt, u povratku iz drugobivstvovanja s obogaćenim iskustvom, u posredovanju. Ustrojstvo Logosa je poetičko. Univerzum stvaramo, i onda kada ne znamo kako to činimo.

Ono stvaralačko ljudskoga bića realizira potencijale danoga, daje mu ljudsko lice i naličje.

Bog je rođen da bi svjedočio rođenju, trpljenju i smrti. Boga smo ubijali jer je način govora o njemu zastarijevao.

Niti poezija u kojoj smo obitavali prije bivanja u prozi ne doseže do istine. Svojim simbolima u svom mediju, poezija stvara horizont razvijanja stvaralaštva čovjeka kao energije koja otkrivajući nerijetko stvara, koja u buduća vremena nosi sjeme snage i načina pomijeranja svjetova.

Danas smo, slično, svjedoci procesa dolaženja svijesti kako je sustav medijskih posredovanja jedini sustav uspostave javnosti. Javnost je naime fantomska koliko god se mi pozivali na nju, sve do onog trena dok se ne oglasi posredstvom medija posredstvom kojih i može zadobiti svoju zbiljnost.

Ulica je medij, medij su glasine, šapirografirani tekst kao i Ipad. Kroz sve njih se ostvaruju interesi da se javnosti da vlastito obličje. Mediji su kreatori smjerova silnica javnosti.

Čovjek je medijsko biće koje sudjeluje u uspostavljanju javnosti u onoj mjeri u kojoj je tom javnošću određen i/ili natjeran. Političari koji se pozivaju na javnost oblikuju je.

Cilj masmedija nije predstavljanje ili informiranje javnosti nego njihovo oblikovanje.

Demokracija je fantomska. Slika aktivnog građanina informiranog 'objektivnim' medijima...

Jasnoća manipulacijskih dimenzija liberalnog imperijalizma sastoji se u uvidu kako i koliko Zapad zapravo ne priznaje demokratski izabrane vlasti ukoliko to ne odgovaram njegovim interesima. U prigovoru nedemokratičnosti medija koji su do toga doveli sadržano je ključno priznanje manipulacijskih dimenzija medija.

Demokracija je pojam kojim se maše masi. Mediji su bojno polje interesa.



## TOLSTOJ AND PRINTING

### Tolstoy's warning about the medium of the press

**Abstract:** *This paper is intended to recall some reflections from the novel „Ana Karenina” by Lav N. Tolstoj. These are places where Tolstoj interprets the role of the press media, especially newspapers. His reflections are revealing: Top artist speaks about the media and their influence on shaping public.*

*It is interesting and surprising how little has changed. Tolstoy's thoughts are interesting in our time. It shows that some problems must seriously think about.*

*Shaping the public is one of such problems.*

**Key words:** *Tolstoj, press, media, art, war, public.*