



Sretni strojevi

Građanin je prestao biti individua i postao je gledatelj. Jedina taktičnost koja nam je dostupna ona je koju primamo posredstvom elektronike izravno iz tvornica za reciklažu smeća u naše duše

Kapital je odnos. Odnos može biti izrabljivački, prijateljski, poslovni, seksualni, prirodni, neprirodni... Kapital može biti prikrivajući zajednički nazivnik svih tih odnosa, riječ na koju se pozivaju oni koji prikrivenim žele ostaviti prirodu odnosa koji razvijaju. Strojovima odgovara strojev korak ljudi, njihova sposobnost da budu kao jedan i da u tom podvrgavanju naredbama osjećaju potrebu priznati kako se osjećaju sretni. Strojovi u nama razvijaju osjećaj da čovjek može biti sredstvo i instrument. Sugeriraju odnose koji se prikrivaju, odnose kapitala.

Determinizam novih masmedija kooptirao je u sebe sve slobodno vrijeme svih slojeva društva. Masmediji se krinkaju zabavom, šminkaju kulturom, skrivaju iza politike, podilaze "sportu", a u osnovi su sredstva obrtanja kapitala u području novih oblika businessa. Paradoks (ne)razumijevanja medija je u tome što se na njih gleda kao na produžetak kulture (a riječ je o obliku businessa koji bitno mijenja naše mentalne mape), a istodobno riječ je o području koje je u nekim segmentima manje regulirano od trgovanja ciglama.

Mediji prikrivaju odnose koje razvijaju, proizvode novu prirodnu i poslovnu sredinu, tretiraju svoje potrošače kao objekte eksperimentiranja - nasljednike životinja na kojima je Pavlov istraživao proces stjecanja refleksa...

Bushevi su savjetnici bili dovoljno mudri da slabosti Busha juniora prikriju tijekom glamurozne masmedijske kampanje za izbor američkog predsjednika. I uspjeli su! Sve godine Busheve vlasti, svi gafovi i ratovi dokaz su da su medijski stručnjaci za prikazivanje čavla balerinom posao odrađili maestralno: od par priručnih sastojaka političke kuhinje učinili su jelo kojim su godinama hranili cijelu američku naciju. Odlazeći u povijest, Bush za sobom ostavlja ozbiljna iskustva. Prije svega riječ je o saznanju da mediji bilo koga mogu proizvesti u prvog čovjeka svijeta. Tu je i spoznaja da mediji mogu izravnati teren izrovan bilo kakvom, nestabilnom, opasnom ili još opasnijom ubuš-bum psihologijom. Nitko danas očito ne može biti dovoljno glup, pretjerano ograničen ili jednostavno narcisoidan da ne bi mogao biti predsjednik države ili vlade bilo koje nacije svijeta. I to je ono što plaši. Gene su naslijedili njihovi klonirani medijski surrogati.

Zoologiju nasljeđivanja starih monarhija zamijenila je medijska mašica kojom oligarhija u odabranika ugrađuje upute i privrženost obiteljske naravi. Medijske su korporacije isto što i korporacije za proizvodnju i prodaju bilo kojeg proizvoda. Prodaju niže jednako kao što se na tržištu prodaje i sve ostalo. Prodaju poznatost, prepornatljivost, naklonost... Njihove proizvode, zabavne emisije ili vijesti, treba gledati kao proizvode koje kupujemo u supermarketu. Barati, ne samo prema dizajnu omota, nego analizirajući sadržaj. Umjesto toga, danas je na djelu nekritičko i hipnotičko prihvatanje forme kao sadržaja naših uspavanih života. Zato je Bush bio moguć. Otud nepovjerenje prema novim ljudima, uvijek je tu strah da je riječ samo o novoj scenografiji lica i srca.

Iza naših leđa, iza kamera i scene javnosti, razvijaju se scenariji koje doznajemo godinama pa i desetljećima kasnije. Otkrili smo da korporacije pošlju s našom podsviješću i da od tridesetih godina prošlog stoljeća i Edwarda Barneysa korporacije i vlade žele pretvoriti i pretvaraju ljude u strojeve. Njihovoj želji da to budu happy machines, sretni strojevi, ne treba vjerovati. Strojovi umiveni pridjevom sretan jednako su prirodni koliko i televizijska najava programa u kojemu se obećava "urnebesna zabava" a u kojemu se ne zna čega ima manje: "urnebesnog" ili "zabave".

Pa ipak, postali smo strojevi. Život nam se događa na ekranima. Život je ono što kućanica prepoznaje u sapunici. Građani ne vjeruju politici pa ipak s nadom izlaze na birališta. Glamur televizijske emisije nikad nikoga nije usrećio, pa je ipak dio gledateljstva prikopčan na takav program dubinski proizvedenom potrebom u gledateljevoj podsvijesti.

Stare demokracije više nema jer je svaka demokracija posredovana medijima i to vodi izravno u mediokraciju. (To ne znači doba mediokriteta, ali bi i moglo imati i to značenje.)

Ni kultura se ne može pohvaliti da ostaje netaknuta. Posredovanje je tako snažno da izvan okvira medijske kulture ostaju samo rijetki izuzeci. Građanin je prestao biti individua i postao gledatelj. Jedina taktičnost koja nam je dostupna ona je koju primamo putem elektronike izravno iz tvornica za reciklažu smeća u naše duše. Globalizma ne bi bilo bez umreženosti i medija. Zato su temeljna pitanja globalizacije zapravo pitanja medija, teorija medija, filozofije medija. Stotine doktorata i tisuće kolumni raspravljaju o posljedici zaboravljajući pritom uzrok. Uzrok je naša umreženost, hipnotičnost stanja u kojem prihvaćamo poruke, naša nesvjesnost sustava proizvodnja novog jednodimenzionalnog...

Dok se govorilo da u našim životima najviše spavamo, pa radimo, pa gledamo i slušamo medije. Istina je danas drukčija.

Gledamo i slušamo medije. Radimo i uz rad - slušamo i gledamo medije. Spavamo i sanjamo filmove i rješavamo dramaturške zaplete. Pitanje etike medija nadilazi pitanje neke konkretne poruke, moralne orijentacije, voditelja ili emisije, pa i televizije. U pitanju je etičnost masmedija kao takvog utemeljenog na proizvodnji niskih strasti i prodaji tih strasti za novac. U pitanju je staljinizam zabave koji masmediji prodaju umotanog u šareno dizajnirane omote liberalnoga kapitalizma. I mi gledamo. I slušamo. Jer nam drugo ne preostaje

»Ili se zabavljaj ili si protiv, neizgovorena je prijetnja novih proizvođača nove klase svijesti. (Svijesti klase gledatelja kao novih proletera). Razlika između sibirskih stepa i svetih šuma samo je u metodi medija. Staljin je imao na raspolaganju centralizirani tisak i provjerene valne dužine radija, hipnozu organizacijske stege.

Američki predsjednici imaju hipnozu medija učinkovitiju od droge, sve važnije svjetske televizijske korporacije, većinu satelita i dobre ugovore s ostatkom svijeta.

Imaju na raspolaganju i naš osjećaj krivnje. Eksperiment socijalizma mi smo osvjestili kao svoj kolektivni neuspjeh. Zapad je tek na početku svijesti o tome da koristi ista i još monstruoznija sredstva, samo prikriveno, upakirano u trojanske konje zabave.

Smeće u svijetu, ratovi, mržnja i siromaštvo ne postoje zbog zla kao takvog. U sustavu posredovanja dolazi do buke koja izaziva i proizvodi ono loše u nama. Da bi ratovi postojali, oni moraju prvo biti u našim glavama. Da bi smeće usvojilo sjeverno-pacifički ocean, ono prvo mora biti u našem duhu, u našem mentalnom stavu. Svaki je totalitarizam ponajprije pitanje duha i kultura, a tek onda politike i ekonomije.

Zarobljeni slikama koje se vrte pred našim očima, ne vidimo smeće koje planet skuplja kao dokaz protiv čovjeka kao vrste.

Ekologija medija važnija je od ekologije. Činjenica da to još uvijek nije činjenica samo potvrđuje da još nismo svjesni načina proizvodnje smeća u našim glavama kao sredstva za proizvodnju smeća u svijetu. Hipnotizirani smo. Ne vidimo da sedam milijuna tona smeća pluta samo na jednome mjestu oceana. Ne stignemo razmišljati jer očekujemo happy end filma, novi zaplet sapunice, novo barbarstvo nogometnog trenera, huliganstvo navijača, hipnotizirani smo, jer nam na kapaljku daju politička obećanja o tome kako će nam možda sutra obećati više. Gledamo i čekamo.

Kada multinacionalne korporacije koje su pokupovalne ključne svjetske političare odluču prodavati plastiku, onda njihovi mediji dizajniraju put našem pogledu u smjeru plastike, kada odluču prodati oružje, onda mediji plaću nad posustalom demokracijom zemlje za koju »se odlučiti da će biti poligon. Kada korporacije odluču podržati jednu naciju, ma koliko ona bila nepravedna prema svojim susjedima, onda mediji donose vijesti, tako da se istim tonom, dakle, »objektivno« govori i o jednim i o drugima, u osnovi, zapravo, nepravedno i prikrivajuće. A nama se čini da smo samo gledatelji i da želimo biti objektivno informirani. U našim očima (kako bi Enzensberger pisao) sjaj je građana III. Reicha koji se pokazivao kada bi govorio Führer...

U vrijeme staljinističkog jednodimenzionalnog, malo je tko uspio pobjeći iz konteksta, iz diskursa, načina gledanja i razgovaranja, mreže verbalnih i zakonskih zamki... Disidenti su često bili disidenti jer su dokazivali kako su veći, ispravniji i bolji revolucionari od svojih progonitelja. Ni današnjem zatvoreniku »Entertainment Sibir« nije lakše. Uhađen u mrežu ideologije zabave, on zombijeviski bježi iz prirode u prvu kuću u kojoj može dobiti novu dozu iluzije. Mi smo na drogama, drogama za koje je CIA dokazivala pedesetih da su efikasnije od LDS-a. Bolje su jer se njima bolje upravlja, jer se ljudima koje su na njima bolje upravlja. Nakon zelenog svjetla CIA-e, mi smo na medijima. Samo je jedan veliki holokaust u korijenu svih nesreća svijeta: posjedovanje izraslo do razine piramida businessa koje se farbaju bojama ljevice ili desnice da bi nas, gledatelje - građane - proletere zavađali, podijelili, pretvorili u navijače, izazvali u nama navijačku strast. U svijetu mi u kojem jedan ima milijardu dolara dnevno, a milijarda ima dolar dnevno.

Sead Alić

- Događaji
- Teme dana
- Svijet
- Gospodarstvo
- Komentari
- Tribina
- Kultura
- Sport
- Zagreb i Županija
- Crna kronika
- Sa svih strana
- Život

- WWW arhiva
- PDF arhiva

- Kina
- Kazališta
- HRT
- TV programi
- Putokaz
- Tečajna lista

- Lokalni izbori 2009
- Hrvatska u NATO-u
- Plava vrpca Vjesnika
- Izbori 2007

- Vaša pisma
- Postavke

- Pretplata
- Marketing
- Narodne Novine d.d.
- Impresum