

КУЛТУРА ПОЛИСА
УДК 172(339.7):111.84
ПЧ

МИРОСЛАВ ЦОЛИЋ
Факултет за културу и медије
Београд

ВЕК СЕБИЧНОСТИ: ЗАШТИТА ЈАВНИХ ИНТЕРЕСА У ЕРИ ГЛОБАЛИЗАЦИЈЕ ТРЖИШТА И КОРПОРАТИЗАЦИЈЕ МЕДИЈА

Године 1999. у Енглеској је избио скандал, када је откривено да најпрестижнији универзитети, најузвишеније добротворне институције и највеће болнице улажу средства из пензијских фондова својих радника у индустрију оружја. Одговорни за образовање, добротворни рад и здравство објаснили су да су улагали новац у индустрије које доносе највише профите, а то су управо оне које производе оружје. Портпарол Универзитета у Глазгову је рекао: „Ми се не бавимо моралним финесама. Ми хоћемо да наше инвестиције буду профитабилне, а не етичке.”

ИСПОВЕСТ БОМБИ (1999), Едуардо Галеано

A scandal broke out in Great Britain in 1999, during which it was revealed that the most prestigious universities, the purest charitable institutions and the largest hospitals had invested their employees' pension funds in the weapons industry. Those responsible for education, charity, and public health explained that they were putting their money in the industries that produce the highest earnings, and these are precisely those that make arms. A spokesperson for Glasgow University said: „We don't make a moral distinction. We want our investments to make money, not be ethical.”

CONFESSION OF THE BOMBS (1999) By Eduardo Galeano

Сажетак: Овај рад се бави анализом процеса глобализације која промовише неолиберални идеолошки концепт. Једини друштвени циљ на којем либерални концепт почива је профит, а постизање тог циља оправдава сва употребљена средства и све последице које га прате. Овакав концепт у пракси изискује либерализацију медијског тржишта које, у трци за профитом, постаје поприште непрестаног и беспопштедног тржишног ривалства. Законским актима спроводи се медијска дерегулација која омогућава да мали број корпорација успостави контролу над готово свим постојећим медијским кућама (над штампом, радијом, телевизијом, интернетом). Приватни интереси тих елитних корпорација односе превагу над јавним интересима тј. истинским заједничким добром које би медији требало да штите и промовишу. Примера ради, кроз америчку историју, такорећи у свим областима живота, првобитне дефиниције заједничког добра су преиначаване и, доношењем одређених законских мера, постепено сужаване на заштиту само одређених интереса (политике и капитала), а не заједничких интереса свих грађана Америке. Кључни моменат за разумевање овакве развојне парадигме био је тренутак када је текст из Декларације о независности (1776), који говори о правима свих људи на „живот, слободу и остварење среће” у Уставу САД из 1789. године промењен тако што је фраза о праву на „остварење среће” преиначена у право на „имовину”. Деценијама су институције система САД систематски радиле на томе да се у пракси, путем легислативних мера, реализује идеологија свођења појма среће на стицање и заштиту приватне имовине, односно на телеологију власништва. Научници цитирани у овом раду, као што су: социолози Пјер Бурдије (Pierre Bourdieu), Жан Бодријар (Jean Baudrillard) и Јост Смирс (Joost Smiers), теоретичари медија Нил Постман (Neil Postman), Роберт Мекчасни (Robert McChesney), и Херберт Шилер (Herbert Schiller), опомињу да оваква идеолошка полазишта нису у прошлости погодвала демократском развоју друштва нити то чине данас. Образлажући своје критике (а у циљу заштите јавних интереса), они нуде стратегије помоћу којих би се јавни сервиси, посебно телевизија, користили у будућности за истинску добробит човечанства.

Кључне речи: јавно, приватно, глобализација, корпоратизација, дерегулација, слобода информисања, производња сагласности

После изузма штампе и откривања могућности за даљински пренос звука и слике, значајан цивилизацијски помак изазвале су нове технологије и нови облици масовних комуникација које су

те технологије омогућиле - интернет, кабловска телевизија, сателитске везе, мобилна телефонија итд. Заговорници медијске глобализације инсистирају да ће брзи проток информација помоћу нових технологија и нових медија довести до незадрживог процвата демократије и мултикултурализма зато што се уз помоћ њих отварају могућности за развој нових облика међународне размене и сарадње и за стварање свима доступне, те тако јединствене, уједињујуће, глобалне културе.

Супротно таквом мишљењу, канадски социолог и политички аналитичар Тони Кларк (Tony Clark), у студији *Деконструкција корпорацијске моћи*¹, упозорава да постоје разлози за бојазан да неће доћи до рађања новог мултикултурализма већ до стварања „глобалне монокултуре, коју намеће све већа корпорацијска контрола светских медија”. Такозвана глобална култура која се шири посредством великих медијских корпорација, сматра он „не само да занемарује локални укус и културне разлике, већ и прети да послужи као облик друштвене контроле над ставовима, очекивањима и понашањем људи широм света” (Кларк 1995:9). О опасности коју доноси монокултура говори и Британски редитељ Питер Воткинс (Peter Watkins) у тексту *The Media Crisis*², а њихове (Кларкове и Воткинсонове) идеје сумира и садржај једног од најуспешнијих документарних филмова из 1992. године - *Производња сагласности*³.

Деценија која је протекла од објављивања Кларкове студије показала је да је у току концепт глобализације на који је он упозоравао. Огромне транснационалне компаније свесрдно подстичу стварање јединственог глобалног „слободног” тржишта и поделе рада, а међународно право, штитећи и легализујући ове појаве, све више подрива надлежности и суверенитет држава. Под изговором да само слободно тржиште (односно глобализација утицаја и моћи великих корпорација) доноси напредак, намећу се захтеви за успостављање и спровођење политике дерегулације. Укидају се стара законска акта или пак доносе нова која и у унутрашњој и у

¹ *Dismantling Corporate Rule*, 1995.

² *Mnsi.net*, 2007.

³ *Manufacturing consent: Chomsky and the Media* (1992), Mark Achbar и Peter Wintonick

спољној политици омогућавају либерализацију тржишта - попришта непрестаног и беспопштедног тржишног ривалства. Као што и епиграф изабран за овај рад илуструје: једини друштвени циљ је профит, а тај циљ оправдава сва средства и све последице које га прате.

Да подсетимо: крајем осамдесетих и почетком деведесетих дошло је до значајних технолошких револуција. Сателити, ласери, кабловска и сателитска телевизија, тренутни преноси информација, омогућили су напредније комуницирање на глобалном нивоу, али и ширење корпорацијске контроле изван националних граница. У вези са тим, политички аналитичар и председник Међународног форума о глобализацији (International Forum on Globalization) Џери Мандер (Jerry Mander) наглашава следеће: „Корпорације су подржавале и развијале технологију која је, заузврат, омогућавала корпорацијама да постану примарни глобални играчи, ван контроле суверених држава које су их покренуле” (Мандер 1993:14). Технологија је омогућила корпорацијском руковођству да са једног места успоставља контакт и контролу над стотинама удаљених делова света. Глобализација телевизијског програма путем сателитског емитовања омогућила је западним индустријским корпорацијама да свуда рашире потрошачку културу и западни материјалистички систем вредности, чак и у неразвијеним земљама, што је довело до „глобалне хомогенизације култура унутар западне економске парадигме (...) и става да су локалне економије и локалне контроле погрешне и све више, заправо, немогуће” (Мандер 1993:15).

Термини „мондијализација” и „глобализација”, који се често помињу на радију и телевизији, промовишу овакав неолиберални идеолошки концепт иако он често у пракси подразумева потчињавање и фатализам. Професор социологије на Универзитету Илиноис (University of Illinois) Јан Неверден Пјетерсе (Jan Neverdeen Pieterse) закључује да „глобализација почиње и шири се из Европе, са Запада. То је у ствари, теорија вестернизације, али под другим именом (...) Са овим распоредом, требало би је назвати вестернизација, а не глобализација”⁴. Феномен глобализације

⁴ Jan Neverdeen Pieterse, „Globalisation as Hybridisation”, *International Sociology*, јуни 1994.

подразумева интернационализацију финансијских и економских токова и због тога можемо говорити о економској глобализацији која је утемељена на неолибералним принципима које професор политичких наука на Католичком универзитету у граду Лувану у Белгији (Catholic University of Louvain), Рикардо Петрела (Riccardo Petrella) сажима у „шест заповести”. Прва заповест је да треба да размишљамо глобално. Поштовање онога што је важно из локалне перспективе и што заслужује заштиту је неприхватљиво. Друга је да доказано добри методи производње треба да се повињу новим технологијама, које подупиरे слепа вера у дигитализацију. Трећа је да се људска природа треба посматрати као игра у којој постоје само победници и поражени. Сви се непрестано такмиче са свима. Четврта је да државе треба да либерализују своја тржишта, и да није дозвољена заштита ничега што се сматра вредним. Пета заповест је да треба уклонити све законе. Држава је сувишна као чувар разноликости интереса и дугорочних потреба. Шеста заповест је да све што је у јавном домену треба приватизовати. Приватна својина ствара боље механизме за постизање среће и радости него било која друга јавна интервенција.⁵

Ових тзв. шест нових заповести осликавају „научнички рационализам математичких образаца који инспирише политику Међународног монетарног фонда или Светске банке, рационализам правосудних мултинационала које намећу традиције америчког права читавој планети, рационализам који представља истовремено израз и гаранцију западне ароганције, која наводи на то да се поступа као да одређени људи имају монопол над разумом, и да могу да се поставе, као што се обично каже, за жандаре света, односно за самопроглашене носиоце монопола над легитимним насиљем, способне да силу оружја ставе у службу универзалне правде” (Бурдије 1999:23). Тако, политички аналитичар Вилијам Паф (William Paff) у *International Herald Tribune* (26. јул 2001), а након масовних демонстрација које су се догодиле током самита Г-8 у Ђенови у јулу 2001. године, објашњава да постоји сличност између глобализације и колонијализма: „Оба процеса мотивисана су жељом за извозом на колонијално, односно гло-

⁵ Riccardo Petrella, „Litanies de Sainte Compétitivité”, *Le Monde Diplomatique*, фебруар 1994.

бално тржиште, за употребом његове радне снаге, где су наднице ниже него у матичним земљама, за експлоатацијом ресурса, материјала и људства колонијализоване земље (...) Данас нам се говори да глобализација значи напредак, образовање, просперитет и економску модернизацију (...) Да, она доноси инвестиције и индустријску технологију - али исто тако, доноси друштвени и политички расцеп, уништење културне инфраструктуре и пропаст за међународно некомпетитивне локалне индустријске гране и пољопривреду” (Смирс 2003:36).

Уопштено говорећи, можемо рећи да корпорацијска култура утиче на људске животе на два начина. С једне стране, промовише одређене вредности и начине понашања (као на пример, личну потрошњу и такмичење), а с друге стране, не говори ништа о друштвеним вредностима као што су солидарност, саосећање или брига. Већ поменути професор политичких наука у уметности на Уметничкој школи у Утрехту (Utrecht School of the Arts), Јост Смирс (Joost Smiers) у својој студији *Arts Under Pressure: Promoting Cultural Diversity In The Age Of Globalization* (2003) бележи да корпорацијска култура заправо не говори ништа о томе на који тачно начин се може направити колективно хуманије, праведније и еколошки одрживије друштво. Он наглашава да се уместо поменутог, промовише продуктивност и компетитивност као једини и крајњи циљ људских дела. Смирс закључује да „поштовање, једнакост, трезвеност, мудрост, пријатност, морал, људска солидарност, заједништво, одрживост или убеђење да наношење бола или слављење насиља треба избегавати, представљају вредности које су одсутне из доминантног дискурса унутар потрошачке културе” (Смирс 2003:229). У истом духу, америчка списатељица афричког порекла Бел Хукс (Bell Hooks) говори да је још пре двадесет година, међу сиромашним америчким Црнцима постојао систем вредности који је наглашавао заједничку употребу ресурса, а који се већ дуго у већини заједница нарушава „етиком” либералног индивидуализма која каже да је морално прихватљиво не делити. „Мас-медии је учитељ који у наше животе и у наше домове доноси логику либералног индивидуализма, идеју да се преживљава приватним нагомилавањем ресурса, а не дељењем” (Хукс 1994:170).

Прва генерална скупштина Уједињених нација, одржана у новембру 1946. године, усвојила је резолуцију у којој се каже да је слобода информисања основно људско право. *The Economist* је тим поводом, коментарисао да је већина делегација стекла утисак да су Американци фаворизовали идеју слободе информација, само зато да би осигурали слободно тржиште за своје новинске агенције. Тај утисак је појачало америчко супротстављање покушајима кинеске и индијске владе да заштите интересе својих националних новинских агенција.⁶ У складу с поменутиим, амерички социолог и теоретичар медија Херберт Ирвинг Шилер (Herbert Irving Schiller, 1919-2000) у књизи *Culture Inc. The Corporate Takeover of Public Expression (1989)* објашњава да је добра идеја о слободном протоку информација у пракси омогућила само глобални продор производа америчких медијско-културних конгломерата као што су CBS, Time, 20th Century-Fox и други: „сваки покушај било које нације да законски регулише тај ток је оштро одбијан и упоређен са тоталитаризмом”.⁷ Дакле, слобода изражавања као људско право почела је да се поистовећује са економском слободом делатности медијских предузећа (новинских, телевизијских) која доминирају токовима вести и културе широм света. Таква економска слобода даје ограниченом броју културних конгломерата одлучујућу моћ над оним што се може изразити, чути, читати или гледати. Алтернатива оваквој концентрисаној моћи (приватној али и државној) је управо демократија. Међутим, још је амерички филозоф Џон Дјуи (John Dewey, 1859-1952) у свом делу *Liberalism and Social Action (1935)* упозорио да демократски принципи и облици имају мало простора и стварне примене када животом одређене земље, производњом, трговањем, медијима, управљају приватне тираније у систему који је он звао „индустријски феудализам” у којем су радници подређени контроли господара, а политика служи интересима великог бизниса. У том контексту, неопходно је одговорити на питање: како се контрола спроводи и који се механизми користе за њено постизање?

⁶ Hamelink, Cees (1994) *The Politics of World Communication* (London: Sage Publications), p. 16.

⁷ Schiller, Herbert I. (1989) *Culture Inc. The Corporate Takeover of Public Expression* (New York and Oxford: Oxford University Press), p. 142.

Британац Џорџ Орвел (Eric Arthur Blair, псеудоним George Orwell, 1903-1950) је својим романом *1984 (1949)* желео да упозори светску јавност на незамисливе ужасе који се могу очекивати уколико се политичке идеје једног затвореног система остваре у свакодневним односима, односно на страхоте које са собом доноси управо поседовање политичке моћи која не само да контролише спољашње понашање маса, већ и надгледа унутрашњи живот појединца, нарочито ако је он изузетан по својим духовним моћима. Отуда, сматра Орвел, западни моћници својим „демократијама” прибегавају сили без насиља - колонизацији душе и контроли свести. Стога, главни представник власти у Орвеловом роману каже: „(...) Једино до чега нам је стало јесте мисао. Ми се не заустављамо на томе да уништавамо своје противнике; ми их мењамо (...) Моћ се састоји у томе да се људски дух разбије на комаде а потом састави у жељени облик”⁸.

Професор социологије религије Ђуро Шушњић у својој студији *Рибари људских душа (1976)*, говори о томе да се данас људи воде (и заводе) на узици заблуда и лажи, а да тога нису свесни. Тако, у економској области манипулација потрошачима узима облик рекламе, у политичкој области манипулација бирачима узима облик пропаганде, у области васпитања и образовања манипулација децом, ученицима и студентима узима облик индоктринације, у области слободног времена манипулација укусима узима облик индустрије забаве и снова, и у области религиозног живота манипулација верницима узима облик верске идеологије. Шушњић сматра да су ово области у којима се истине о човеку окрећу против човека.

Грубе методе принуде се замењују финим техникама убеђивања (*односи са јавношћу, маркетинг, прекрајање прошлости*) које се изучавају и усавршавају и на универзитетима. Процес креирања и учвршћивања селектованих, преобликованих или потпуно измишљених историјских чињеница назива се *индоктринацијом*, односно *пропагандом*, када се приписује непријатељима, а када се упражњава код куће онда је то едукација, морално подучавање или грађење карактера. Наиме, властодршци не тумаче догађаје из прошлости у складу са историјским изворима,

⁸ Џорџ Орвел, „1984”, Чигоја штампа, Београд, 2006, III, стр. 199.

него у складу са својим интересима, тако да по вољи кроје чињенице, или их уништавају, или измишљају нове. О таквим поступцима говори и Бернард Шо (George Bernard Shaw, 1856-1950), примера ради у своме комаду *Ђавољи ученик (The Devil's Disciple, 1897)*. Шо осликава спор који се води између генерала и мајора око тога да ли да се војска повуче или да остане на бојном пољу. Генерал је за то да се бежи, док је мајор за то да се бори, па додаје своје генералу: „Шта ће рећи на то историја? А генерал одврати: „Историја ће лагати као и обично. Главна је да је ми пишемо”.

У истом духу, о прекрајању прошлости говори и амерички историчар, писац и професор политичких наука на Бостонском универзитету, Хауард Зин (Howard Zinn, 1922-). Он захтева да се разоткрије канонизирана, романсирана историја новог света која је рационализовала злочине, почињене у „име прогреса”, а с посебним освртом на злочине које је починио Кристофер Колумбо. Позивајући се на аргументована сведочанства о раној колонијалној прошлости, Зин захтева да се „откриће” назове правим именом - поробљавањем и присвајањем. Зин је одлучан да својом *Народном историјом САД (A People's History Of The United States: 1492 – Present)* осветли многобројне скривене и заборављене историјске тренутке и да, без одступања и компромиса, ствари прецизно именује, како лажи не би добиле на снази и постале легитимне. Зин објашњава да историја најмоћније нације на свету почива на чину убијања, силовања и отимања, и указује на континуитет империјалних идеологија од откривања новог света па до данас. Да би се прекинуло са таквом праксом он инсистира да нација која почива на крвопролићу и патњи других мора да се суочи са истином о сопственој историји. Али и с одговорношћу, додаје психијатар Виктор Франкл (Viktor Emil Frankl, 1905-1997) који саветује да би Америка требало да, поред статуе Слободе на источној обали, подигне и статуу Одговорности на западној обали, јер су једна без друге (слобода без одговорности) непотпуне и бесмислене (Некролог, *The Economist*, 20. септембар 1999. године). Статуа одговорности у САД до данас није подигнута. Из тог разлога, Џорџ Орвел подсећа да ће у модерном друштву истина и правда, слобода и милосрђе, једнакост и достојанство, постати речи потпуно испразњене од првобитног вредносног садржаја.

Одговорно неговање и развијање слободе није послужило као темељ за развој америчке демократије. Уместо тога већ је почетком двадесетог века амерички новинар и политички аналитичар Волтер Липман (Walter Lippmann, 1889-1974), у књизи *Public Opinion (1922)*, указао да умеће демократије захтева *производњу сагласности (engineering consent)* - контролу мишљења. У истом духу, идејни творац индустрије за односе са јавношћу Едвард Бернез (Edward Bernays, 1891-1995) је „измудривање пристанка” окарактерисао као суштину демократије и позвао да се „сваки делић јавног мњења подвргне строгој дисциплини, на потпуно исти начин на који армија своје војнике подвргава строгој дисциплини”⁹. Наиме, Липман сматра да у демократији која исправно функционише, постоје два различита слоја становништва. Први слој грађана има активну улогу у доношењу одлука и вођењу општих послова, те управљању политичким и економским организацијама. Такав слој који чини мали проценат популације Липман назива *одговорним људима* а остале који се налазе ван те групе, *збуњеним стадом*. Ови *одговорни људи* чине економску и политичку елиту¹⁰ која контролише масовне медије у Сједињеним Државама. Политичка култура елите је активна и она настоји да велика већина буде пасивна, равнодушна, маргинализована и послушна. Циљ друштвене и интелектуалне елите је бити богат и награђиван. Липман закључује да остали морају бити искључиво *посматрачи збивања* а не *учесници*. У складу с тим, људи би требало да буду послушни произвођачи, требало би да раде оно што им се каже и остатак живота проведу као пасивни потрошачи. Да би се укротило ово збуњено стадо, неопходна је нова револуција у уметности демократије, позната као *производња сагласности*.

⁹ Види ВВС ТВ серију „The Century of the Self”, сценаристе и редитеља Адама Куртиса (Adam Curtis).

¹⁰ Орвел у својој књизи „1984” ставља у један мрачан оквир пориве свих људи који теже за политичком моћи и упућује на последице теорије о владавини елите, показујући и доказујући да је тај облик владавине болест за појединца и заједницу: страдају језик, историја, култура, слобода, приватни живот, искреност, спонтаност итд. Владавина елите представљена је у најцрњем политичком облику, а судбина бунтовника против тог облика у најтрагичнијем светлу. Коначно, тај систем разара и самог себе изнутра и нема будућности, ма како изгледао јак и моћан. Тако систем моћи постаје немоћан. (прим.аут.)

Слично опажање имао је и италијански писац и политички активиста Антонио Грамши (Antonio Gramsci, 1891-1937) који је сматрао да стручњаци за законитост¹¹ који представљају у највећој мери привилеговану, образовану елиту, раде на томе да све што моћне структуре чине изгледа законито. Они учествују у промовисању концепције демократије на основу које се јавности заправо одузима право да учествује у управљању друштвеним пословима, а информације строго контролишу. Новинари, академици, учитељи, стручњаци за односе са јавношћу спадају у категорију људи која има институцијски задатак да производи и промовише веровања која осигуравају делотворно управљање пристанком. Остатку популације није дозвољено субверзивно, критичко размишљање, а такви механизми контроле и забране се најлакше успостављају путем телевизије, медија који се данас управо у том смислу највише злоупотребљава. Збуњеном стаду нуди се спорт, забава, хумористичке серије или филмови пуни насиља¹². Треба их држати уплашенима јер ако се недовољно боје спољашњих и унутрашњих „непријатеља“¹³, могли би почети да размишљају. Да би се та опасност одагнала потребно је закупити им пажњу тривијалним садржајима и на тај начин их онеспособити за озбиљну политичку игру, тј. маргинализовати их. Фасцинирајући масе небитним, елите на власти могу неометано да спроводе битне стратешке циљеве у политици, економији, култури, образовању и свим другим областима живота. Само је њима загарантована сло-

¹¹ Термин Антонија Грамшија. Види књигу Antonio Gramsci, *Selections from Political Writings, 1921-1926* (University of Minnesota Press, Minneapolis, 1990).

¹² Иза привидно безопасних форми и садржаја које за народ производи индустрија забаве обавља се опасно усмеравање укуса и још опаснија контрола свести. Својом бројношћу, спектакуларним облицима и тривијалним садржајима, овакви садржаји успевају да публици коју привлаче проследи и усаде норме политички коректног (за естаблишмент), прихватљивог погледа на свет. (прим.аут.)

¹³ Једном политичком поретку је неопходно присуство другог који му стално прети, и обрнуто. Ако опасност од спољашњег непријатеља постане јавни проблем, онда се пажња јавности скреће са приватних невоља. Међутим, стварна опасност и не мора да постоји, али ради очувања унутрашњег јединства, непријатељ се ствара или измишља: систем изналази одбрамбена средства за одржање на тај начин што наговештава или улази у отворен сукоб са неком силом изван система. Тако страх постаје моћно средство владања јер се институционализује, а непријатељ постаје преко потребан. Види филм *Zeitgeist* (2007).

бода да без одговорности остварују профит манипулишући судбинама мноштва.

После мита о праву свих људи на слободу коју су амерички робовласници прокламовали у Декларацији о независности, Први амандман Устава довео је у Сједињеним Америчким Државама до стварања додатног мита о слободи штампе, који је и данас још увек веома снажан. По дефиницији, примарни циљ слободе штампе је да оствари у друштву и за друштво поуздан јавни простор и да обезбеди његово добро функционисање. Самим тим, слобода штампе добија легитимитет као јавна функција која ће се супротстављати свим злоупотребама власти. Међутим, у својим многобројним студијама, професор теорије медија на Универзитету Илиноис, Роберт Мекчесни (Robert W. McChesney) указује на чињеницу да је највећи део „експанзије” америчког Првог амандмана протеклих генерација служио да заштити комерцијални говор и профитерске активности које је влада регулисала, и због тога, он захтева да се коначно уведе порез на рекламу.¹⁴ С тим у вези, некадашњи председник PBS и NBC NEWS, Лоренс К. Гросман (Lawrence K. Grossman) истиче да америчка нација има права на пристојну зараду од јавне својине - фреквенција које је бесплатно уступила комуникационим компанијама.¹⁵ Гросман предлаже да се потенцијални приход искористи за субвенционирање медијских програма од општег интереса, које су потиснули трагачи за спортом и забавом.

Корпорације су окренуле Први амандман у своју корист, с обзиром да је уставна забрана ометања слободе говора упућена само власти, федералној или савезним државама, али не и корпорацијама и корпоративној моћи. Тако се на месту појединца чија се слобода говора и делања штити данас, налазе корпоративни актери који располажу огромном моћи у области информисања.

Већина медија у Сједињеним Државама налазе се под контролом корпорација које су додатно интегрисане у веће целине.

¹⁴ McChesney, Robert W. (2001) *Rich Media, Poor Democracy. Communication Politics in Dubious Times* (Chicago: The New Press), p. 48.

¹⁵ Види Lawrence K. Grossman, „These Airwaves are Public Property”, *International Herald Tribune*, 24. август 1995. Лоренс К. Гросман био је председник PBS у периоду од 1976. до 1984. године и председник NBC NEWS у периоду од 1984. до 1988. године (прим.аут.)

Људи који их поседују и који управљају њима контролишу не само економију већ и целу државу.¹⁶ Ови мандарини који доносе инвестиционе одлуке, деле исте ставове и исто виђење света, те на тај начин уочавају проблеме, спречавају их, контролишу и обликују искључиво у интересу групе којој припадају, у интересу приватног власништва.

Водеће америчке телевизијске мреже (NBC, CBS, ABC и FOX) промовишу интересе државних и корпоративних структура, а да би их заштитиле, оне фабрикују информације и предочавају искривљену слику стварности.

¹⁶ Чувени амерички комичар Џорџ Карлин (George Carlin) је аутор емисије „Life is worth losing” која се емитује на НВО каналу и која на веома озбиљан начин преиспитује питање друштвене констелације у Америци. У кратком инсерту из поменуте емисије, насловљеном *You have no choice - you have owners* (Informationclearinghouse.info, 7. септембар 2007.), аутор говори о томе како богати конгломерати и њихови власници користе Вашингтон и Вол Стрит како би још више увећали своје богатство. Карлин каже следеће: „Немојте се надати да ће ситуација бити боља јер они који поседују ову земљу не желе опште благостање. Када говорим о власницима ове земље, ја заправо мислим на моћне пословне интересе који доносе кључне одлуке и контролишу апсолутно све сегменте америчког друштва (...) Будите срећни и задовољни оним што већ имате (...) Заборавите политичаре јер су они ирелевантни. Њихова једина улога јесте да вас убеди да ви имате слободу избора. Међутим, ви немате избора. Ви имате власнике. Ви сте у њиховом власништву јер они поседују апсолутно све; поседују Конгрес, Сенат, Белу кућу, судство. Они поседују велике медије и тако контролишу све вести и информације (...) Они троше милијарде долара сваке године да би добили оно што желе. Ми знамо шта заправо они желе. Они желе све више за себе а све мање за друге. Рећи ћу вам шта они не желе; они не желе јавно мњење које је способно да критички промишља (...) Критичко мишљење угрожава њихове интересе (...) Они желе послушне раднике; људе који су довољно паметни да управљају машинама и да се баве администрацијом, али и довољно глупи да без размишљања прихватају мизерно плаћене послове који подразумевају неплаћени прековремени рад, под условима који искључују социјално и пензијско осигурање (...) Власници желе све, желе и вашу уштеђевину како би је проследили својим пријатељима - криминалцима са Вол Стрита (...) И никоме више није стало до општег добра, до интереса поштеног и радног народа (...) Све време вас контролишу користећи своје медије који вам намећу вредности у које треба веровати, медије који говоре о томе како треба размишљати и шта куповати; то је управо оно на шта рачунају (...) јер власници ове државе знају истину, а та истина се зове „амерички сан” – зато што у тај сан могу да верују само они који спавају.” Види www.informationclearinghouse.info/article18690.htm

Уистину, стварност дефинишу они који њоме владају а не они који је најбоље познају. Наиме, разумевање стварности се пописује у корист владања стварношћу, а љубав према истини уступа место вољи за моћ. Медија масовних комуникација свакодневно промовишу интерес владајуће групе као једину истину друштва, и више није важно каква је стварност, једино да њоме може да се влада по својој вољи и без помоћи истине.

На срећу, у Америци постоји и мали број алтернативних медија (на пример, локалне радио и Тв станице) који, за разлику од медијских корпорацијских концерна, преносе објективније информације. Ту је и веома важан, образовно усмерени, јавни радиотелевизијски сервис (PBS), који има обавезу да подмирује потребе разноликих култура, укуса и мањина. Јавна телевизија има пресудну улогу у развоју квалитетне информисаности и образованости јавности. Међутим, комерцијално тржишна логика, која привидно пропагира плуралистичке идеале, преплављује медије сензационализмом и површном разбирљивошћу и управо на тај начин, завођењем масовне публике, угрожава мисију јавне телевизије.

Француски социолог културе и филозоф Жан Бодријар (Jean Baudrillard, 1929-2007), размишљајући о овом феномену у својој студији *L'Autre par lui-même* (1987), подсећа да моћни, (велика медија) увек настоје да монополишу графички простор, остављајући видљиве белеге на тлу, зградама, улицама, људима и обичајима које покушавају да контролишу. Надаље, он наглашава да ће грађани света постати жртве непрекидне *информативне мекхаве*, и да неће имати довољно слободног времена да промисле или осмисле токове информација који их окружују. Бодријар у поменутој студији говори о хиперкомуникативном космосу који нас окружује, који грађане непрекидно баца у вртлог шифрираних порука, и који сваку област живота претвара у потенцијални пашњак за медије. Информација губи везу с стварним догађајима и постаје опчињавајући доживљај по себи. Бодријар сматра да је свет затрпан навалом представа и засићен посредованом хиперреалношћу. Грађани нису више у стању да знају шта живе и шта желе, јер су „сведени на *масе*, способне једино да се владају као јогунаста деца, која умеју рећи само *да* или *не*” (Бодријар 1987:21). Уместо да доживљавају искуства, људи проматрају спектакле, преко стварних или метафоричних телевизијских екрана.

Слика стварног света бива стално симулирана, заводљиво стилизована, сведена на сензационализоване вести. Пошто аутентичност непрестано бива замењивана копијом, Бодријар закључује да уместо стварности, човека данас окружују контролисани симулакри и симулације.

У развоју приватног информативног сектора преовлађује модел мултимедијских предузећа која делују транснационално и саопштавају поруке обликоване и мотивисане тржишним императивима. Историјски гледано, заговорници *слободе штампе* окретали су своје критике превасходно против државне регулације тржишно заснованих медија комуникације. Данас, супротно томе, пријатељи *слободе штампе* морају схватити да тржишта комуникација ограничавају слободу комуникације, стварајући монополе и истискујући дефиницију информације као јавног добра, новом дефиницијом информације као робе која се може приватно присвојити. Укратко, можемо закључити да постоји противречност између слободе комуникације и неограничене слободе тржишта. На тржишту мишљења, тржишнолиберална идеологија слободе индивидуалног избора у ствари представља правдање повластица корпоративног говора и пружања већих могућности избора улагачима него грађанима. Она је апологија права моћних дивовских корпорација да организују и одређују, дакле и да цензуришу, индивидуални избор онога што ће се слушати, читати или гледати. Такве оптужбе тржишни либерализам одбацује због тога што „цензуру” традиционално доживљава као вршење монополске моћи државе у спутавању размене мишљења међу групама грађана. Тржишни либерализам тумачи *слободу штампе* као исход дуге и херојске борбе приватних предузетника да се ослободе дужности и ограничења које су покушавале да им наметну власт и *јавност*. Држећи се овог става, тржишни либерализам одбија да призна чињеницу да су тржишта сложене структуре у којима корпоративни доносиоци одлука рутински играју улогу цензора. Тржишна утакмица производи тржишну цензуру. Они који контролишу тржишну сферу производње и дистрибуције информација унапред одређују који ће производи (књиге, ревије, дневници, ТВ емисије, рачунарски софтвер) бити намењени масовној производњи, односно, која ће мишљења званично добити приступ „тржишту мишљења”. Надаље, корпорације функционишу на прет-

поставци да је тржишна утакмица база, а избори које грађани праве надоградња. Из тог разлога је неопходно уложити напор да се спроведе де-концентрација медија у приватном власништву, да се она јавно регулишу, те да се смањи обим и интензитет корпоративног говора. Један од кључних и хитних задатака било би стварање политички одговорних, наднационалних регулативних тела (Уједињених нација, примера ради, а не НАТО савеза), која ће бити способна да се на задовољавајући начин бави поменутиим питањима.

Од средине осамдесетих година прошлога века па до данас, а посебно за време мандата Роналда Регана, заговорника идеје „плурализма”, медијског тржишта без ограничења, америчка политика према електронским медијима је у знаку ослобађања од регулатива, што је још и убрзано развојем и увођењем нових технологија. С тим у вези, недавно преминули професор Медијске екологије на Колумбија Универзитету у Њујорку, Нил Постман (Neil Postman, 1931-2003) упозорио је да сви који се суочавају с технолошким променама морају да се запитају у чијем интересу се те промене изводе, кога опуномоћују а кога и како „ослобађају”, какав поглед на свет намећу, који систем вредновања уведе, које функције људског ума подстичу, какве далекосежне промене узрокују, које проблеме отварају. Од одговора на ова питања зависи да ли ћемо живети у истински слободном друштву или у нечему што ће се само звати демократија. Време за таква питања код нас је управо сада.

THE CENTURY OF THE SELF: THE ROLE OF THE MEDIA IN THE AGE OF GLOBALIZATION

Summary: This paper presents a critical analysis of the effects globalization has on the US media. The title, The Century of the Self (which is also the title of the famous 2002 BBC series written and directed by Adam Curtis) refers to the neo-liberal ideological concept which rests not on the concern for the well being of the general public and society as a whole, but on the right to success of the ‘liberated’, self-centered and self-preoccupied individual. The epigraph used in this paper illustrates how, in the spirit of this ideology, even the most prestigious universities, the purest charitable institutions and the

largest hospitals in Great Britain put profit above ethics and invest their employees' pension funds in the weapons industry. It confirms that profit-making has become the accepted social end which justifies any of the means employed to reach it, and any of the consequences which may attend it. In the sphere of public life the implementation of the neo-liberal ideology has brought about the liberalization of the media market, transforming it into a venue for constant and merciless profit-driven market competition. The media industry has developed in accordance with laissez-faire commercial imperatives, without the benefit of constructive governmental focus or incentives to work for the interests of the general public. The media analysts quoted in this paper (such as the sociologists Pierre Bourdieu, Jean Baudrillard, and Joost Smiers, and media theoreticians Neil Postman, Robert McChesney and Herbert Schiller) all criticize the corporatization of the media and their subservience to the political and financial interests of the power elites in America. They offer strategies which the public services (especially television) could use in the future, for the true benefit of humanity and not for the political control and financial profit of the corporative owners only.

Key words: public, private, globalization, corporation, deregulation, freedom of information, engineering consent

Литература:

- Baudrillard, Jean (1987) *L'autre par lui-même* (Paris: Gabilée)
 Bourdieu, Pierre (1996) *Sur la télévision: suivi de L'emprise du journalisme* (Liber - Raisons d'Agir, Paris)
 Бурдије, Пјер (1999) *Сигнална светла, прилози за отпор неолибералној инвазији* (Завод за уџбенике и наставна средства, Београд)
 Clark, Tony (1995) *Dismantling Corporate Rule. Towards A New Forum Of Politics In An Age Of Globalization* (San Francisco: AK Press)
 Dewey, John (1999) *Liberalism and Social Action* (New York: Prometheus Books)
 Hamelink, Cees (1994) *The Politics of World Communication* (London: Sage Publications)
 Hooks, Bell (1994) *Outlaw Culture. Resisting Representations* (New York and London: Routledge)
 Lippmann, Walter (2004) *Public Opinion* (NY: Dover Publications Inc.)
 Mander, Jerry (1993) *Metatechnology, Trade And The New World Order* (San Francisco: AK Press)

- McChesney, Robert W. (2001) *Rich Media, Poor Democracy. Communication Politics in Dubious Times* (Chicago: The New Press)
 Орвел, Џорџ (2006) *1984* (Чигоја штампа, Београд)
 Postman, Neil (1986) *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business* (New York: Penguin Books)
 Schiller, Herbert I. (1989) *Culture Inc. The Corporate Takeover of Public Expression* (New York and Oxford: Oxford University Press)
 Smiers, Joost (2003) *Arts Under Pressure: Promoting Cultural Diversity In The Age Of Globalization* (London: Zed Books)
 Šušnjić, Đuro (2004) *Ribari ljudskih duša - ideja manipulacije i manipulacije idejama* (Čigoja štampa, Beograd)
 Zinn, Howard (2001) *A People's History Of The United States: 1492 - Present* (New York: Harper & Row)
 Зин, Хауард (2004) *Историјски огледи о америчкој демократији* Светови, Нови Сад

Текстови из новина и часописа:

- Jan Neverdeen Pieterse, „Globalisation as Hybridisation”, *International Sociology*, јуни 1994.
 Riccardo Petrella, „Litanies de Sainte Compétitivité”, *Le Monde Diplomatique*, фебруар 1994.
 Lawrence K. Grossman, „These Airwaves are Public Property”, *International Herald Tribune*, 24. август 1995.

Базе података:

- www.mnsi.net www.medialens.org
www.truthout.org www.stopbigmedia.com
www.opendemocracy.net www.media-democracy.com
www.globalismnews.com www.informationliberation.com
www.informationclearinghouse.info www.globalresearch.ca
www.democracynow.org www.pbs.org/moyers/journal/
www.democraticmedia.org www.indymedia.org
www.freedomfight.net www.throwawayyourtelescreen.wordpress.com