

Miomir Petrović*

Univerzitet Megatrend, Fakultet za kulturu i medije i Fakultet za umetnost i dizajn
Beograd
Srbija

KATODNE ISTINE. MIROSLAV COLIĆ: AMERIČKI SLON

Prikaz

UDC 340.134: 621.397.13(73)(049.3)

Čovek današnjice koji u skladu sa svojom voljom ili češće *uprkos* svojoj volji *misli globalno a deluje lokalno* (mada je pretpostavljeno da ne dela uopšte), budući da se njegova svest poput bilijarske kugle neprestano odbija i kreće po dijagonali - odnosno u dihotomiji Građanskih potreba i Globalnih prava - ne može a da se ne upita: da li vreme u kome živimo obeležava zloupotreba demokratije ili pre *upotreba* demokratije? Odnosno, pitanje koje se samo nameće može se definisati i na jednostavniji način: da li demokratija (američkog i evroatlanskog tipa), demokratija kraja prošlog i početka ovog veka - ta globalna transmisija deklarativnih prava suočena sa mehaničkim preprekama glomazne administracije na bilo kom društvenom nivou - tek s vremena na vreme *dopušta* da bude ZLOupotrebljena... ili je, pak, stvorena da bi uvek i po pravilu bila UPOtrebljena (*upotrebljavana*)? Na način iz koga takozvani *benefit* izvlače isključivo multinacionalne korporacije a ne zajednica slobodnom voljom udruženih građana. Uz napomenu da i državu, u savremenom i globalističkom značenju te reči možemo shvatiti kao multinacionalnu korporaciju.

S jedne strane, zvaničnici slobodnog sveta nas uveravaju da demokratija ponekad zaista biva zloupotrebljena, što je sasvim prirodno budući da se, kažu, radi o društvenoj organizaciji procesualnog a ne kanonskog tipa. S druge strane zdrav razum pokazuje da su ređe pojave njenog pravilnog ili humanog (okrenutog zajednici ali i pojedincu kao delu zajednice) funkcionisanja. Odnosno, da je njena upotreba, na ovaj i ovakav način ne samo legitimna već i neizbežna. Na način koji *običnog građanina*, koji nema direktnu korist od određenih postupaka mehanizma a koji (mehanizam) upravlja njegovim i životom društvene zajednice, zbunjuje do te mere da postaje apatičan a time i apolitičan.

Briljantna studija mladog autora Miroslava Colića, „Američki slon“, u izdanju Instituta za uporedno pravo iz Beograda iako prvenstveno pisana kao istraživanje zakonodavnog profila televizije u SAD, služeći se profilisanom naučnom metodologijom i postavljajući pred čitaoca mnogobrojne značajne regulativne odluke raznih federalnih regulatornih agencija (s posebno korisnim uvodom u kome se na malom prostoru ocrtavaju osnovne crte istorije pravnog ustrojstva SAD),

* Univerzitet Megatrend, Fakultet za kulturu i medije, Goce Delčeva 8, Beograd; fakultet za umetnost i dizajn, Bulevar umetnosti 29, Beograd; email miomir.pe@sbb.rs

kombinujući ih sa mislima poznatih svetskih kulturologa i sociologa ali i nizom plastičnih primera o zloupotrebi prava na informisanje, zalazi u gore navedene teme ali evocira i promišljanje o mnogo širem aspektu od same regulatorije medija. A možda se radi o oksimironu, budući da medija u savremenom svetu predstavljaju ne samo odblesak tog sveta već i anticipaciju ustrojstva koji nas tek čeka, služeći privikavanju i sužavanju horizonta očekivanja prosečnog građanina zapadne hemisfere? Pri tome, treba napomenuti i to da je termin Zapadni Balkan, kao pre nekoliko godina termin SEE (South East Europe), floskula/odrednica načinjena kako bi se građanstvo ovog, možda nešto tužnijeg dela sveta lakše priviklo na *transnacionalni progresizam* jednog novog ustrojstva.

Navodeći u svojoj studiji da, kada je reč o elektronskim medijama mi zapravo često govorimo o samom *advertajzingu*, odnosno reklami (propagandi) autor kaže: „Kada se govori o prisustvu propagandnog programa na televiziji, mora se imati na umu manipulativna uloga reklame. Manipulaciju bismo mogli predstaviti kao konstruisanje poruke koja sama proističe iz strategije laži. U manipulaciji se ne teži dokazivanju, odnosno razmenjivanju mišljenja, već njegovom nametanju. Manipulacijom se na silu želi prodreti u nečiji duh da bi se tamo usadilo neko mišljenje ili ponašanje. Pri tome, čovek obično nije svestan prisile. Za razliku od fizičkog nasilja koje izaziva eksplicitno očiglednu reakciju, psihološka ili kognitivna prinuda je uspešnija zbog svoje prikriivenosti.“

Ovom tvrdnjom, vezanom za propagiranje određenih potrošačkih potreba, Miroslav Colić otvara put koji će nas u asocijativnom luku lako dovesti do političkih ideja kao robnih marki koje takođe treba reklamirati, odnosno, duboko ukoreniti u svest konzumenta elektronskih medija. Nekoliko desetina stranica dalje, autor navodi: „Najpoznatiji primer zloupotrebe medijske moći je FOX NEWS, kuća u vlasništvu Ruperta Merdoka, a pod uredništvom Rodžera Ejlisa, bivšeg Niksonovog i Reganovog savetnika za medija. FOX je bila jedina TV kuća koja je, 2000. godine, objavila Bušovu pobedu na predsedničkim izborima, dok su se na Floridi još uvek prebrojavali glasovi. Čovek koji je 'izračunao' pobedu Republikanaca bio je službenik ove kuće, ali i bratanac Džordža Buša. Da li je ovo zaista bila slučajnost?“, lansirajući ideju, odnosno moguću interpretaciju po kojoj ništa što deluje kao da nije slučajno, kada je reč o medijama, nikada (i) nije slučajno.

Naravno da gore navedeni citat kod prosečnog čitaoca – ovog teksta ali i studije o kojoj je reč – neće izazvati bilo kakvu eksplozivnu reakciju *prepoznavanja* (u onom smislu u kome Aristotel tvrdi da je *prepoznavanje prelazak iz neznanja u znanje*) ali i ta hipotetička misao pisca ovih redova rečito govori o tome da je savremeni građanin sistematski (i to putem medija) pripreman da sfere politike i medija prihvati kao nepopravljive i interesne u lošijem smislu te reči. Ipak, ova konstatacija govori i o tome da je sistemsko gušenje malih i nezavisnih medija, u bilo kom regionu savremenog sveta, posledica neoliberalnog kapitalističkog ustrojstva u kome sve

mora biti korporacijski *umreženo*. Koncentracija vlasništva, kada je reč o medijama SAD, dovela je do globalnog trenda u kome, prirodno, autocenzura postaje opasnija kategorija od cenzure.

Pre svega, autor navodi reči publiciste Bila Mojersa koji - reagujući na reči Kevina J. Martina, predsedavajućeg Federalne komisije za komunikacije SAD izrečene 23. oktobra 2007. godine, koji se zalaže za ukрупnjavanje medijskog kapitala - kaže: „...svedoci smo prevage prava vlasništva (property rights) nad ljudskim pravima (human rights)!” Da je taj trend globalna pojava možemo posvedočiti i kada promišljamo o apatiji koju u Srbiji, kao slobodni građani, emitujemo kada je u pitanju rad bilo koje državne agencije koja se zalaže za „slobodu” ili „borbu protiv korpucije i monopola”. Odnosno neslaganje koje ne emitujemo.

Kako možemo pročitati u studiji „Američki slon” profesor političkih nauka na Katoličkom univerzitetu u Luvanu, Belgija, Rikardo Petrela, promišljajući fenomen globalizacije koji „podrazumeva internacionalizaciju finansijskih i ekonomskih tokova” sažima u ‘šest zapovesti’: „Prva zapovest je da treba da razmišljamo globalno... Druga je da dokazano dobri metodi proizvodnje treba da se povinuju novim tehnologijama, koje podupire slepa vera u digitalizaciju. Treća je da se ljudska priroda treba posmatrati kao igra u kojoj postoje samo pobednici i poraženi... Četvrta je da države treba da liberalizuju svoja tržišta, i da nije dozvoljena zaštita ničega što se smatra vrednim. Peta zapovest je da treba ukloniti sve zakone. Šesta zapovest je da sve što je u javnom domenu treba privatizovati. Privatna svojina stvara bolje mehanizme za postizanje *sreće i radosti* (podvukao autor teksta) nego bilo koja druga javna intervencija.” Nužno se postavlja pitanje nisu li raznorodni *Reality Show*-ovi kojima je bombardovan i naš medijski prostor samo priprema za mentalnu situaciju u kojoj grupa ljudi, suočena s konkurencijom (drugim plemenom) treba da učini sve kako bi složnim snagama eliminisala konkurenciju a kada ta konkurencija biva elimisana pojedinac čini sve kako bi potkazao i elimisao dojučerašnjeg saveznika?

Da li je to samo psihološka priprema za korporacijski, novi vid rada u kome građanin navodno slobodno „udružuje svoj rad” sa ostalim radnicima kako bi, nakon prvih uspeha svoje kompanije, bio primoran da se bori za svoj opstanak? „Vodeće američke televizijske mreže (NBC, CBS, ABC i FOX) promovišu interese državnih i korporativnih struktura, a da bi ih zaštitile, one fabrikuju informacije i predočavaju iskrivljenu sliku stvarnosti... Uistinu, stvarnost definišu oni koji njome vladaju a ne oni koji je najbolje poznaju. Naime, razumevanje stvarnosti se potiskuje u korist vladanja stvarnošću, a ljubav prema istini ustupa mesto volji za moć”, konstatuje Colić.

Da se u vezi sa naslovom ove studije ne radi trapavom ili osionom o slonu u staklarskoj radnji, već o filigranski precizno emitovanom sistemu regulatorija koje polako ali sigurno guše ne samo slobodu govora već i slobodu „posedovanja” prava

na istinu govori i autentično poreklo ovakvog, nesumnjivo provokativnog naziva – reč je o umetničkoj instalaciji konceptualnog umetnika Benksija koji je 2006. godine u Los Anđelesu postavio eksponat koji se sastoji od simulirane dnevne sobe u čijem je centru postavljen slon prefarban u isti nametljivi, ružičasto-pozlaćeni dezen tapeta. Pojava, dakle, koju i pored njene obimnosti i prostorne dominacije ne vidimo, ili još gore ne umemo da primetimo. Nije li to priča o našem vremenu u kome je autocenzura opasnija od cenzure? Priča o vremenu u kome katodna cev (namerno upotrebljavam termin koji predstavlja reliktna nekadašnje televizijske tehnike, iako se godinama upotrebljava drugačija, digitalna tehnika) predstavlja jedini izvor istine. Izvor koji se, izgleda, mora kontrolisati kako *prekrasni novi svet* u kome živimo ne bi bio izbačen iz ravnoteže. Da li je zaista tako?