



На мрежи и у мрежи

Током 2000. године дневне новине су од огласа приходовале 29 милијарди долара, а током 2011. тај приход свео се на пет милијарди

Сања Домазеј

Почетак 20. века упамћен је и по речи-ма Јозефа Пулицера: „Наша република и њена штампа устаће и пасти заједно. Цинична, плаћеничка, демагошка штампа произвешће временом једнако недостојан народ.” Метју Фландерс, коментаришући Пулицерову антиципацију, пише да су век касније медији постали истовремено и цинични и плаћенички и демагошки до те мере „да више не подупиру демократску политику него је активно подривају”. Но ово је само једна од бројних круцијалних тема о којима пише професор **Славиша Орловић** у својој новој књизи *Надзирање демократије* (ФПН, Клио, 2023). Скоро се на нашој јавној сцени није појавило овако темељно и изванредно написано штиво, где аутор промишља шта се догодило с политиком и демократијом под утицајем медија, у којој мери је развој, пре свега електронских медија, довео до трансформације политике и демократије, колико су медији у служби грађана бранитељи јавног интереса, а колико су манипулативно средство – инструмент у служби власти... Орловић поставља кључна питања – да ли је форма у савременом друштву угушила, заташкала, прекрила садржај, како медији информишу у доба дезинформације, као и да ли досежу до истине у време постистине, колико су „Јутјуб”, „Гугл” и „Твитер” поједноставили живот грађанима, а у исто време омогућили властима надзирање грађана?

„Живимо у доба када је”, према Карлу Фридриху, „демократија вероватно најконтроверзнија реч која се користи у савременим политичким дискусијама.” Такође, живимо у доба дигиталне револуције и појаве нових медија. Друштво данашњице је „умрежено друштво” (Мануел Кастелс). Орловић истиче да је „све више информација и података, али је све теже сналажење са њима”. „Путем веба (World Wide Web) сви смо на мрежи и у мрежи”, наводи Орловић и додаје да је појава интернета довела до новог оптимизма за ревитализацију новинарства, „али се испоставило да очекивања нису реална”. „Вести се лакше производе, брже шире и јефтиније дистрибуирају, но интернет је површина без

дубине и не само да не смањује тензију између комерцијализма и новинарства већ је и заоштрава. Интернет је одузео економску базу новинарству и постао конкуренција адвертајзингу.” Током 2000. године дневне новине су од огласа приходовале 29 милијарди долара, а током 2011. тај приход се свео на пет милијарди. Такође, оно што се сматрало некада фактором разноликости веба – испоставило се као монопол, јер људи редовно посећују веома мали број сајтова. Наиме, 35 посто свих посета мрежама отпадало је током 2012. године на „Гугл”, „Мајкрософт”, „Јаху” и „Јутјуб”.

Медији и политика су у узајамном утицају, свака савремена политика увек тражи публицитет. Аутор истиче да у политици медији „мобилишу, (mobilization), медији убеђују (persuasion), а они који контролишу медије углавном и побеђују”. У међувремену, на сцену су ступили зачетници пропаганде, пи-ара и спиновања, које Фоа дефинише као „професионалне загађиваче јавног морала” и истиче да се данас суштина проблема налази у разлици између стварних чињеница и начина на које су оне представљене у медијима. Живимо у време када смо изложени „рату перцепција”, када је спин постао истовремено софистицирано средство, не само за усмеравање домаћег јавног мњења већ и за амбиције на међународном плану. Спиновање – „контрола информација и медијска манипулација добили су статус оружја у хладним ратовима”. Спин доктори данас креирају како околности, тако и одговарајућу климу и амбијент да се прихвати идеја коју политички субјект жели да „прогура” и промовише.

Орловић у *Надзирању демократије* посебно поглавље посвећује теми о томе како су медији од контроле власти дошли до креирања свести и напомиње да су медији у последњих стотинак година значајно променили схватање политике и демократије. Док су стари медији били средство контроле власти, (нови) друштвени медији постали су инструмент за надзирање грађана. „Интерес јавности остао је у сенци комерцијализације и таблоидизације... Комерцијализација говори о приоритету приватног профита над јавним интересом.” Демократски оријенти-

сани грађани све се више третирају као *пойрошачка јублика*. Политика медиократије, е-демократије и нет-ократије испуњена је формом, али лишена је садржаја. „Квалитетно управљање замењено је управљањем утисцима. Уместо лидера, производе се политичке звезде.” Медији намећу популизам као укус масовне публике. Овај комерцијализацијски пут доводи до стварања плошне популистичке политичке културе. О томе Умберто Еко пише: „Грађани не реагују. Они су само позвани кад треба да играју улогу народа.” Орловић истиче да присуствујемо „тихом медијско-маркетиншком убиству политике”, где се уместо политичког маркетинга ушетала пропаганда, демагогија мења политичке програме, а манипулација и лажна обећања изборне кампање. Више се не креира политика, сада се широм света креира публицитет, „промовисање политике постало је важније од њеног спровођења (имплементације)”. „У том процесу губи се суштина, као и осећај за јавно добро”, напомиње аутор и додаје:

„Конзумеризам је свео човека на оно што купује, појединац се од ја преводи у ми. Као епилог, у потрошачком друштву се приватизују профити, а национализују губици. Орвелово Министарство истине постаје *фабрика кристала* и место где се обликује *контрола људске душе*.” Присуствујемо бодријаровској спектакуларизацији псеудореалности, где контрола свести има за циљ „да робови заволе сопствену неслободу”. Орловић истиче: „Цивилизацију књиге заменила је цивилизација слике. Човек који не чита је прочитан... будући атомизовани појединац”, само делић у механизму великог управљача, машине моралног и етичког заборавља.

Надзирање демократије Славише Орловића написано је инспирисано великим идејама и у славу истих, као и због могућности промене, где аутор констатује да, иако је демократија под опсадом, криза може бити шанса за промене, уколико одбијемо да живимо наметнуту слику света и поретка и усвојимо, за почетак, филозофију неслагања, која је увек друштво водила напред.



Славиша Орловић,
„Надзирање демократије”, ФПН,
Клио, 2023.