

UNIVERZITET U BEOGRADU
FAKULTET POLITIČKIH NAUKA

Nikola Mladenović

**SHVATANJE MEDIJATIZACIJE U
TEORIJI UMREŽENOG DRUŠTVA
MANUELA KASTElsa**

doktorska disertacija

Beograd, 2018.

UNIVERSITY OF BELGRADE
FACULTY OF POLITICAL SCIENCES

Nikola Mladenović

**UNDERSTANDING MEDIATIZATION
IN MANUEL CASTELLS' THEORY
OF THE NETWORK SOCIETY**

Doctoral Dissertation

Belgrade, 2018.

Informacije o mentoru i članovima komisije

Mentorka:

**Prof. dr Snježana Milivojević, redovna profesorka
Univerzitet u Beogradu – Fakultet političkih nauka**

Članovi Komisije za ocenu i odbranu doktorske disertacije:

**Prof. dr Miroljub Radojković, redovni profesor u penziji
Univerzitet u Beogradu – Fakultet političkih nauka**

**Prof. dr Dalibor Petrović, vanredni profesor
Univerzitet u Beogradu – Saobraćajni fakultet**

Datum odbrane disertacije:

Shvatanje medijatzacije u teoriji umreženog društva Manuela Kastelsa

Rezime

Medijatzacijski pristup istražuje međuigru medijskih i komunikacionih promena, s jedne strane, i društvenih i kulturnih promena s druge strane. U fokusu je definisanje uloge medija u tom kompleksnom međuodnosu, koji su proučavali mnogi autori, a istraživači medijatzacije se oslanjaju ponajviše na teorije Entonija Gidensa, Pjera Burdijea i Bruna Latura. Manuel Kastels je takođe fokusiran na odnos medija i društva a u ovoj disertaciji rekonstruiše se njegovo viđenje medijatzacijskog procesa. Kao i istraživači medijatzacije, Kastels polazi od uloge medija i komunikacije kada problematizuje promene u savremenom svetu, a takođe je optuživan za izvesni nedostatak kritičke perspektive.

Istraživanje se u disertaciji obavlja na dva nivoa. Prvo se analiziraju kritičke teorije Frankfurtske škole, poststrukturalizma i kulturnih studija, kao i različite verzije medium teorije, da bi se kritički konceptualizovala interakcija medija, društva i kulture. Potom se okreće analizi Kastelsove teorije. Prateći četiri velike teme studija medija (sadržaj, publiku, tehnologiju i političku ekonomiju), predložena je trijada medijske logike (simbolička, socijalna i tehno-logika), i naglašena potreba za razmatranjem konteksta analiziranog fenomena. Umreženo društvo omogućava sociološko utemeljenje za proučavanje medijatzacije i kritičko razmatranje problema simboličke i socijalne dominacije i uloge medija u reprodukciji moći.

U uvodu su predstavljene glavne karakteristike Kastelsove i teorije medijatzacije, opisan istraživački problem i predložena osnovnu hipotezu. U drugom poglavlju razmotreno je trenutno stanje u proučavanju medijatzacije: institucionalni, kulturalni i materijalni pristup. U trećem poglavlju analizirao sam kritičku teoriju Frankfurtske škole, poststrukturalizam (Bodrijar, Liotar, Delez, Derida), britanske kulturne studije (Vilijams, Hol) i medium teoriju (Inis, Mekluan, Kitler), kako bih kritički nadgradio razumevanje međuigre medija, kulture i društva, te pripremio teorijski okvir za proučavanje Kastelsovog doprinosa shvatanju medijatzacije.

U četvrtom poglavlju ispitano je Kastelsovo viđenje odnosa države, civilnog društva i tržišta, što je neophodno za razumevanje uloge medija. Takođe, razmotrena je

fuzija komunikacione tehnologije, kulture, ekonomije i politike. Kastelsovo viđenje globalizacije omogućilo je analizu korporativnog multimedijjskog sistema, njegovu oligopolističku kao i dinamičku prirodu. Poglavlje je uvelo i koncept masovne samokomunikacije i analiziralo tenziju između korporativnog i korisničkog domena.

Fokus petog poglavlja je kultura stvarne virtualnosti, bazirana na konvergenciji računarske i industrije kulture, informative i socijalnih medija, koji otelovljavaju „istorijski supertekst“ koji po Kastelsu povezuje sve kognitivne obrasce. Mediji su stoga centralni za simboličku moć. Poglavlje razmatra karakteristike ove kulture, svetonazor koji mediji proizvode, kao i ulogu korisnika, bilo kreativnu ili postvarujuću. Poslednja dva dela koncentrisana su na medijatzaciju politike i odnos identiteta i korišćenja medija.

Šesto poglavlje istražilo je potencijal alternativnih društvenih aktera za promene. Pokazalo se da najznačajnije socijalne i kulturne transformacije proizvode najmoćniji akteri, kao u slučaju ratne propagande u Iraku. Razmotrene su medijske promene prvo na samom terenu, na nivou medijacije, potom je usledila analiza o poslovnim odnosima korporativnih medija i političkih aktera, kao i o porastu broja pristrasnih medija. Poglavlje se bavilo i ispitivanjem društvenih pokreta poput Occupy Wall Street ili ekoloških organizacija. Occupy je komparativno analiziran sa dešavanjima tokom Arapskog proleća u Kairu, u pogledu uloge medijskih organizacija, kao i moći masovne samokomunikacije ili neposredne interakcije. Zaključak disertacije detaljnije izlaže kritički model medijatzacije i naglašava Kastelsov doprinos i značaj za razumevanje medijatzacijskog procesa.

Ključne reči: Manuel Kastels, medijatzacija, kritička teorija, umreženo društvo, masovna samokomunikacija, medijska logika, društveni pokreti

Understanding mediatization in Manuel Castells' theory of the network society

Summary

Mediatization research is concerned with theorising the interplay between media and communication change on the one hand, and social and cultural change on the other hand. The goal is to find the media's role in this complex interrelationship. This nexus of influences has been examined by many authors, and mediatization researchers have relied on the findings of sociologists such as Anthony Giddens, Pierre Bourdieu or Bruno Latour. Manuel Castells is a researcher focused on the relationship between media and society. This dissertation seeks to reconstruct his view of mediatization process. His and mediatization research both seek to capture the role of the media in the society, and both have been accused of apparent lack of critical perspective.

The dissertation examines this in two ways. First, by examining existing critical theories, such as Frankfurt school, poststructuralism and cultural studies, as well as medium theory, in order to critically conceptualize the interplay of the media, society and culture. The dissertation then moves to the analysis of Castells' theory. Following four major themes of media studies (text, audience/users, technology and political economy), the dissertation proposes three elements of media logic (symbolic, social and techno-logic), and underlines the need for the context sensitive research. The network society provides the sociological foundation for the mediatization process. It will show its critical potential when it comes to symbolic and social domination and the role of media in the reproduction of power.

In the introductory chapter, I identified the main features of Castells' work and mediatization theory, described the research problem and proposed a working hypothesis. The second chapter discusses the current mediatization research: the institutional, cultural and material approach. In third chapter I examined Frankfurt school's critical theory, poststructuralism (Baudrillard, Lyotard, Deleuze, Derrida), British cultural studies (Williams, Hall) and medium theory (Innis, McLuhan, Kittler), in order to upgrade the understanding of the interplay of media, culture and society, and prepare the theoretical framework for the examination of Castells' contribution to

mediatization.

In fourth chapter I discuss Castells' view of the relation between the state, civil society and the market, which is essential for understanding the media's role. Then I examine the fusion of communication technology, culture, economy and politics. His view of globalization will provide the basis for analysis of corporate multimedia system, its oligopolistic but dynamic nature. The chapter introduces the concept of mass self-communication and analyses the tension between corporate and user domains.

The focus of fifth chapter is the culture of real virtuality, based on the convergence of information and culture industry, news and social media, that embody a great "historical supertext" where all cognitive patterns are connected. Media are at the center of this symbolic power. The chapter examines the features of this culture, the worldview that is produced by the media, as well as the users themselves, their creativity or alienation and the possibility of resistance. Last two parts examine the mediatization of politics and the relation between identity and media use.

Sixth chapter deals with the possibility of change induced by alternative social actors. It shows that the greatest social and cultural change was produced by the most powerful actors, like in the case of Iraq war propaganda. It shows the media changes on the level of mediation, the relation of corporate media and the political actors, as well as the rise of partisan media. Then the chapter turns to social movements such as Occupy Wall Street or ecological organizations. Occupy is compared to the Tahrir square events, in relation to news media role, the power of mass-self and face-to-face communication. The conclusion of the dissertation provides in detail the critical model of mediatization, as well as highlights the Castells' contribution and relevance for understanding the mediatization process.

Keywords: Manuel Castells, mediatization, critical theory, network society, mass self-communication, media logic, social movements

Sadržaj

Abrevijacije.....	10
<i>1. Uvod</i>	
1.1. Problem istraživanja.....	11
1.2. Struktura rada.....	18
<i>2. Pristupi Medijalizaciji</i>	
2.1. Institucionalna perspektiva Stiga Hjarvarda.....	24
2.2. Kulturalna perspektiva Andreasa Hepa i Nika Koldrija.....	35
2.3. Materijalno-tehnološka perspektiva.....	45
2.4. Ka kritičkoj medijalizaciji	52
<i>3. Teorije medija</i>	
3.1. Između industrije i kulture: kritička teorija društva	56
3.2. Hiperrealizam Žana Bodrijara	72
3.3. Liotarova kompjuterizacija postmoderne.....	83
3.4. Dekonstrukcija medija Žaka Deride	94
3.5. Društva kontrole Žila Deleza	105
3.6. Artikulacija medijalizacije: kulturne studije	118
3.7. Logika opštila: medium teorija	132
3.8. Predlog kritičkog modela medijalizacije.....	147
<i>4. Umreženo društvo</i>	
4.1. Uvod	157
4.2. Informacioni grad: čvorište umreženog društva	159
4.3. Država, civilno društvo i tržište	163
4.4. Planetarna mreža i tehnologija	174
4.5. Globalni multimedijiski sistem	187
4.5.1. Konvergencija i masovna samokomunikacija	189
4.5.2. Struktura medijske mreže	195

4.6. Medijativano društvo	203
5. <i>Kultura stvarne virtualnosti</i>	
5.1. Uvod.....	210
5.2. Virtualno: od tehnologije do industrije kulture	214
5.3. Publika: kreacija, interakcija, kontrola	225
5.4. Medijativacija politike	238
5.5. Identitet: od kosmopolitizma do fundamentalizma	254
6. <i>Mreže društvenih promena</i>	
6.1. Uvod.....	265
6.2. Mediji i rat u Iraku.....	277
6.3. Simboličke okupacije Vol Strita i Tahrir trga.....	291
6.4. Medijativacija klimatskih promena.....	307
7. <i>Zaključak</i>	
7.1. Kritička medijativacija.....	323
7.1.1. Simbolička logika medija.....	327
7.1.2. Socijalna logika medija.....	331
7.1.3. Tehnološka logika medija.....	335
7.2. Kastelsova medijativacija.....	341
7.2.1. Umreženo društvo.....	342
7.2.2. Kultura stvarne virtualnosti.....	349
7.2.3. Mreže društvenih promena.....	357
7.3. Kineska konkluzija.....	365
8. <i>Literatura</i>	369

Abrevijacije

- G Derrida, J. (1976). O gramatologiji.
- GG Meklun, M. (1973). Gutenbergova galaksija.
- HA Horkheimer, M. & Adorno, T. (1989). Dijalektika prosvjetiteljstva.
- HR Deleuze, G. & Guattari, F. (2004). A thousand plateaus.
- ID1 Castells, M. (2000a). Uspon umreženog društva.
- ID2 Castells, M. (2002). Moć identiteta.
- ID3 Castells, M. (2003a). Kraj tisućljeća.
- IG Castells, M. (2003b). Internet galaksija.
- MK Kastels, M. (2014). Moć komunikacija.
- NOH Castells, M. (2015). Networks of Outrage and Hope.
- PO Makluan, M. (1971). Poznavanje opštila.
- PS Liotar, Ž. F. (1988). Postmoderno stanje.
- T Williams, R. (2004). Television.

1. Uvod

1.1. Problem istraživanja

Postoji izreka da ništa ne zastareva tako brzo kao ono što je ništa drugo nego samo novo. Medijalizacija nosi sa sobom rizik da postane ili vrlo bitan, gotovo krovni pojam medijskih studija, ili puki trend koji će brzo biti zaboravljen. Široko definisana, kao međudnos medijske i komunikacione promene, s jedne strane, i promena u društvu i kulturi, s druge strane (Lundby 2014), ili kao meta-proces paralelan globalizaciji (Krotz 2014a), medijalizacija pokreće staro pitanje medijskog uticaja na društvo, pokušavajući da izbegne stare propuste i da raščisti teren za preciznije empirijsko istraživanje. No, da li u tome zaista uspeva?

S jedne strane, mi se nalazimo usred velikih promena obeleženih digitalizacijom i globalizacijom komunikacione infrastrukture, ali istraživači medijalizacije još uvek nisu sigurni kakve društvene i kulturne promene su time proizvedene (Mazzoleni 2017). Razlog tome je i što se do prognoze ne može doći tek proučavanjem postojećeg, a ne i zahvatanjem u istoriju medijskih studija, tražeći istoriju samog procesa medijalizacije (Krotz 2017). Sonja Livingston čak beleži čestu praksu utrkivanja da se neko istraživanje objavi pre nego što komunikacioni fenomen, koji je bio predmet istraživanja, ne zastari ili nestane (Livingstone 2015). Kako kaže Stjuart Hol, za miran san potrebni su nam koncepti pomoću kojih ćemo videti “jednu stabilnu i sporo promenljivu sredinu unutar velikih uznemirenja i diskontinuiteta” (Hall 2000: 43). To jest, proučavanje medijalizacije mora da se osloni i na stare socijalne i medijske teorije, ali ostaje upitno koje bi to teorije trebalo da budu. Za neke istraživače to su teorije Entonija Gidensa (Hjarvard 2013), Pjera Burdijea (Couldry 2014), Bruna Latura (Hepp 2013), a ističe se i neophodnost razvijanja političke ekonomije medijalizacije (Murdock 2017), definisanja odnosa prema Karlu Marksu ili Mišelu Fukou, kao i konačnog određenja teorije medijalizacije kao “deteta medium teorije” (Krotz 2014a). Postoji i stalna dilema da li medijalizacijski pristup može istinski da postane kritički.

Jedan od najistaknutijih istraživača Stig Hjarvard dobra je ilustracija problema koje medijalizacija sa sobom nosi. Da bi teorijski uobličio medijsku promenu, on je

shvata kroz pojam medijske logike, svojevrsnog modus operandi medija, i to u jednom od poslednjih radova razume pomoću trijade estetskih, socijalnih i tehnoloških pravila medija (Hjarvard 2014a: 219). U prošlosti su članovi trojstva neredovno bili ekonomska, institucionalna, ekspresivna ili estetska logika (Hjarvard 2008 & 2013), ali uvek su, dakle, postojali načini na koje su mediji svojim delovanjem oblikovali društvenu i kulturnu promenu, pri čemu je taj odnos bar u načelu zamišljen kao dijalektički. Pošto Hjarvard elemente trojstva menja u zavisnosti od toga koju oblast (masmedije, korporacije, digitalne platforme) posmatra, jasno je da ne postoji jedna nepromenjiva medijska logika (Hjarvard 2014a), kao i da su mediji uvek vođeni svojim načelom profesionalizma, bilo u informativi ili sektoru zabave, kao i učešćem publike (Hjarvard 2013: 26), posebno u novim, digitalnim okolnostima.

Time se već nazire tenzija između medijatzacije s jedne strane, i različitih kritičkih pristupa i medium teorije. Prva primedba bi svakako bila da za kritičku teoriju ne postoji neki ekonomski aspekt medijske logike, već je ekonomija sveprisutan faktor, altiserovski rečeno, u poslednjoj instanci. Ona oblikuje kompletno trojstvo socijalne, simboličke i tehno-logike, štaviše, to su u digitalnoj eri tek analitičke razlike. Ako simbolička logika ukazuje na vid medijske konstrukcije stvarnosti, svetonazora i načina ponašanja (Hjarvard 2013), svaka kritička teorija zapitaće se o ideološkom uticaju takve medijske logike. Budući skeptična prema vrednosnoj neutralnosti i pozitivizmu (Fuchs 2013: 13), kritička teorija će oprezno razmatrati i medijski profesionalizam. U slučaju socijalne logike, kako se medijske organizacije pozicioniraju u društvu dobija poseban fokus za kritičke teorije koje nastoje da istraže sredstva komuniciranja u društvu kao celini (Lazarsfeld 1941). Samim tim, ako se ispituje učešće publike, koje je sve raznovrsnije, konfliktna priroda društva valja biti uvažena. Konačno, tehno-logika je stalna tačka spoticanja, jer pred istraživačima digitalizacije, datafikacije ili socijalnih mreža uvek stoji znak opasnosti u vidu tehodeterminizma, iako je jasno da su novi medijski fenomeni oblici veze između znanja i moći i stoga bitni za reprodukciju kapitalizma.

To jest, valja razmotriti sve “transformacije stvorene učešćem medija u generalnoj cirkulaciji simbola u društvenom životu” (Silverstone 2007: 109). Silverstonovo ukazivanje da je reč o generalnoj cirkulaciji pokreće pitanje razumevanja samog koncepta medijatzacije. Koliko elemenata ima u definiciji medijatzacije kao

međudnosa promena u medijima i komuniciranju i promena u društvu i kulturi? Da li je reč o promenama u četiri domena (mediji, komuniciranje, društvo i kultura) ili dva, kao medijsko-komunikacione i socio-kulturne promene (Hepp 2013: 31)? Hepp čak definiše medije kao „socio-kulturne institucije komunikacije“, a zajedno sa Fridrihom Krocom (Hepp & Krotz 2014: 3) vidi medijizaciju kao „komunikacionu konstrukciju socio-kulturne realnosti“ koja se manifestuje u medijima, što dodatno komplikuje stvari. Možda je *međudnos* ključna reč, koja uopšte ne raspoznaje bitno distancirane domene? Rečju, ako je medijizacija određena dijalektikom navedenih promena, onda nad njom stalno visi pitanje da li ćemo tu dijalektiku shvatati funkcionalistički i idealistički, ili ćemo je, po starom materijalističkom običaju, obrnuti na noge.

Da bi mediji formirali sopstvenu logiku i započeli proces medijizacije moraju zadobiti relativnu autonomiju u odnosu na ostatak društva, a to znači da se medijizacija mora odrediti i prema kritičkim viđenjima takve autonomije. Međudnos medijskih, komunikacionih, društvenih i kulturnih promena zaista se može promišljati na mnogo načina, i zato ne čudi nabrojanje imena teoretičara od Karla Marksa preko Pjera Burdijea do Maršala Mekluana. A može se reći da kritičke pristupe krasi i još fokusiranije poimanje tog međudnosa, kao i znatno sofisticiranije poimanje dijalektike. Kritička teorija društva, poststrukturalizam i kulturne studije, uz ponovno čitanje medium teorije, mogli bi da medijizaciju znatno izdignu iznad nivoa trenda i prevrednuju njenu trojaku logiku, kao i viđenje publike i profesionalizma.

Kritički pristup bi ukazao da li treba govoriti o četiri dimenzije promena ili o jednom prepletenom, umreženom fenomenu. Pritom je jasno da bi time samo bio kritički sagledan međudnos tih promena, čime bi se omogućila i formulacija različitih prognoza budućeg razvoja, ali ne bi bio ispunjen empirijski zahtev medijizacije. Ako i pretpostavimo da mediji proizvode ideološki pogled na svet, sastavni su elementi socijalnih odnosa, i tehnološki podupiru određeni društveni ili politički aranžman, time još nije opisana stvarno postojeća medijizacija. Ona treba da ukazuje na “istorijske razvoje koji su se desili ili se dešavaju kao medijska promena i posledica te promene, ne samo kao pojava novih medijskih formi, već i kao promena svrhe medija uopšte” (Krotz 2007: 258). Empirija bez teorije je slepa, ali koncepti izdvojeni od stvarnosti nisu ništa manje problematični. Ako simbolička, socijalna i tehno-logika medija utiče na sociokulturne promene, to valja razmotriti u okviru kritičke paradigme, kako bi modus

operandi medija dobio adekvatne obrise. Potom bi sagledavanje medija u različitim kontekstima upotpunilo shvatanje procesa medijalizacije. Uravnotežiti odnos empirije i teorije jedan je od preduslova da medijalizacija zadobije trajniji status.

Teoretičari medijalizacije trenutno ulažu značajne napore da uče od svojih prethodnika ili socioloških perspektiva, a pritom se suočavaju sa problemom sopstvenog određenja naspram globalizacije. Autori poput Voltera Lipmana se spominju kao prvi istraživači strukturalnog odnosa medija i društva, iako nisu koristili termin medijalizacija, dok je Habermasova transformacija javne sfere poslužila pri teoretizaciji medijalizacije politike (Hjarvard 2014a). Čak i sociološki klasici, poput Maksa Vebera i Ferdinanda Tenisa (Averbeck-Lietz 2014) proučavali su interakciju medijske i drugih sfera društva. Da bi ispitali međudnos u srcu medijalizacije, istraživači nastoje da se oslone na neku sociološku teoriju, pogotovo ako ta teorija promišlja i ulogu medija i neizbežni proces globalizacije. Paško Bilić (2015) drži da medijalizacija kao metateorija mora da referiše na druge metateorije, na primer refleksivne modernizacije Entonija Gidensa i Ulriha Beka, te političke ekonomije medija Roberta Mekčesnija, kako bi se kompletirala teorija međudnosa medijskih i komunikacionih naspram društvenih i kulturnih promena. Svakako, jasno je da navedeni autori nisu sasvim kompatibilni, što osećaju i istraživači u bliskim oblastima, poput Halina i Manćinija (Hallin & Mancini 2004), koji razlikuju istraživače koji vide modernizaciju kao proces diferencijacije društva na polja ili institucije sa izdvojenim funkcijama, naspram kojih stoje autori poput Habermasa i Burdijea koji ističu proces de-diferencijacije, ili kolonizacije određenih polja, što je bliže kritičkoj perspektivi, jer ukazuje na hijerarhiju, odnos moći među poljima.

Naravno, vidimo da ime Manuela Kastela često izostaje. Hjarvard priznaje da bi sociologija i medijske studije trebalo međusobno da razmenjuju znanja, ali da je to za sada marginalno pitanje s izuzetkom Kastelove teorije (Hjarvard 2013: 6). Međutim, Hjarvard smatra da dublje sagledavanje medijalizacije kao modernizacijskog procesa (Ibid: 7) paralelnog globalizaciji ili urbanizaciji tek predstoji. Drugi, pak, ističu da Kastelova teorija globalizacije u svom srcu nosi medijalizaciju (Ampuja 2012), ali to tumače kao Kastelovo redukovanje društvenih na medijske promene. Kastels se najčešće samo usputno spominje kao neko ko je medijsku perspektivu integrisao u sociološku teoriju, i možda bi mogao da bude od koristi za medijalizaciju (Krotz 2009:

27). Andreas Hep se nešto konkretnije oslanja na Kastelsa prilikom razmatranja društvenih zajednica u medijalizovanim društvima, razvijajući pojam komunikacionih mreža (Hepp 2013: 83). Hep takođe priznaje važnost Kastelsovog nalaza o doprinosu novih medija globalizaciji ekonomije, posebno oslanjanje svetskih berzi na uvećanu razmenu informacija i znanja (Hepp 2015: 39). Međutim, Hep zajedno sa Nikom Koldrijem vidi Kastelsovu teoriju kao niz ekstravagantnih tvrdnji o mrežnim temeljima društva, brisanju vremena ili informatičkim transformacijama ljudskih zajednica (Couldry & Hepp 2017).

To jest, predstavnici medijalizacije kritikuju Kastelsa na isti način na koji i sami trpe kritiku. Reč je o kritičkim nedostacima teorije, njene socijalne ontologije i problema tehnološkog determinizma. Naravno, najistaknutiji istraživači medijalizacije ulažu velike napore da uvažavaju delovanje tehnologije ali u što snažnijem socijalnom kontekstu, i eksplicitno odbijaju sve što bi ličilo na tehdeterminizam. Ipak, pri proučavanju medijalizacije ispitivanje tehnologije neretko se pokazuje kao neizostavno, i približavanje medijskom materijalizmu je vremenom sve češće i neminovno s porastom interesovanja za delovanje medijalizacije u digitalnoj sferi. Hjarvard se i pri izučavanju medijalizacije na televiziji oslanjao na Mejrovica (Hjarvard 2013), dok je kasnije razmatrao odnos digitalizacije i komercijalizacije (Hjarvard & Kammer 2016), upravo tipičan za medium teoriju. I ostali istovremeno pokušavaju da negiraju materijalističku stranu svojih istraživanja, ali to postaje sve teže kada socijalno postaje efekat “tehno-ekonomske materijalnosti”, koja prikriva da jedna ekonomski vođena digitalna infrastruktura u stvari proizvodi društvene mreže, taj naizgled istinski socijalni život (Couldry & van Dijck 2015). Dakle, istraživači medijalizacije ujedno odbacuju jednostranosti medium teorije, ali u novom medijsko-komunikacionom okruženju pokušavaju da se izbore sa datafikacijom, digitalizacijom i drugim elementima logike novih medija, tražeći ljudski interes ili motiv iza tehnologije, iako je to i ideja medium teorije, čak i Mekluana, koji je i u *Poznavanju opština* insistirao na istovremenom proučavanju prirode medija i kulturne matrice, što je vodilo ideji medijske ekologije. Tako i Hjarvard traži način da proučava kako medijske tehnologije oblikuju i bivaju oblikovane od strane društva (Hjarvard 2014b: 133).

Stoga Manuel Kastels nije jedini koji pribegava objašnjenjima stvarnosti koje će kritičari priželjkivati, gurajući svoje mete uvek između kritičke Scile i

tehnodeterminističke Haribde. Spomenuti Koldri isprva je kritikovao Kastelsovu teoriju umreženog društva zbog nestanka socijalnog u “mlakoj kibernetičkoj metafori” (Couldry 2012), tako da su sva pitanja svedena na umrežavanje ljudi i stvari i programiranje tih mreža, što Koldri smatra “tankim diskursom”, da bi par godina kasnije i sam tvrdio da tehno-ekonomski sistem zaista pokušava da socijalno kibernetički kontroliše. Kristijan Fuks (Fuch 2009: 96) to poredi sa nekad popularnim i opasnim biološkim metaforama, koje samo zamagljuju sagledavanje društvene celine i nude bihejvioristički uprošćeni model, gde sam internet kreira društvenost (Fuchs 2013: 84) ili generiše socijalne proteste (Fuchs 2014). Time postaje poslednji u nizu koji vide “puzajući tehnodeterminizam” kod Kastelsa koji tehnologiju uvodi kao jedan od elemenata društvene strukture (Weber 2006), ili esencijalistički shvata tehnologiju kao aktera i zanemaruje žive subjekte (van Dijck 2005, Dahlgren 2013). Kastelsa smatraju i za slavljenika informacionog društva (Garnham 1998), koji izvodi zaključke iz same tehnologije interneta, kojoj se pripisuje potencijal da nadigra političku i korporativnu moć i osnaži društvene pokrete (Curran et al 2012).

U stvari, mnogi ostaju u uverenju da je Kastelsova teorija nekritička i administrativna (Fuchs & Sandoval 2013: 57). Vrsni sociolozi poput Antonija Gidensa (Giddens 2006) ili Zigmunda Baumana (2007) ističu da Kastels zanemaruje neka kritička pitanja prilikom ocenjivanja slabljenja birokratske moći usled nadolazeće elektronske komunikacije ili preceñjivanja kvaliteta novih oblika društvenosti u virtualnom prostoru. Mark Poster (2001) drži da kod Kastelsa konfliktna priroda društva potpada pod pojam identiteta i društvenih pokreta, ne zahvatajući dublje u problematiku samih medija, a postoje i primedbe da Kastels ignoriše delo Noama Čomskog i njegovo viđenje uloge biznisa i politike u medijima (Stalder 1998). Kao što vidimo, zapanjujući je broj istaknutih istraživača koji kod Kastelsa vide samo tehnologijom potpomognute poželjne, demokratizujuće i liberalne efekte, ali zanemaruju njegovu kritičku stranu, niti vide razmatranje karakteristika tehnologije izvan problema determinizma. Deluje da se ponavlja ista dilema koju imaju Halin i Manćini u vezi de-diferencijacije ili Habermas u vezi kolonizacije, a na šta bi celovitija kritička perspektiva trebalo da nađe odgovor.

Navedene problematike su povezana pitanja. Ako Kastels stvarno nudi simplifikovani tehnodeterministički model onda teško da kao takav može da bude kritički teoretičar, ma koliko neke kritičke teorije uvodile analizu tehnologije u svoje

okvire. Ako, pak, nudi analizu dominacije i moći, ako razmatra mogućnosti sociokulturne promene i prikazuje generalne društvene trendove, ne krijući simpatije prema antiglobalizacionom ili ekološkom pokretu, onda teško može biti puki tehnološki determinista. Ako u potpunosti odbaci tehnologiju i posmatra je kao “crnu kutiju” da bi ispunio stroge kriterijume nečije socijalne ontologije, onda time više gubi nego što dobija, posebno pri analizi globalnih trendova. Ako je društvena moć značajan deo procesa medijalizacije, *pitanje kako umreženo društvo i kultura stvarne virtualnosti strukturiraju odnos medijske i komunikacione promene, s jedne, i društvene i kulturne promene, s druge strane*, svakako zaslužuje analizu. Medijalizacija je određena međuodnosom ovih promena. Kastelsova teorija može da osvetli materijalno-tehnološku i kritičku stranu medijalizacije. Takođe, promene mogu da budu konkretnije opisane zahvaljujući Kastelsovim empirijskim istraživanjima, kao što i konstruktivna kritika može da razjasni i produbi određene pojmove Kastelsove teorije, ako slučajno iste ne poseduju zadovoljavajuću kritičku oštricu.

Osnovno istraživačko pitanje stoga je: *Kako Manuel Kastels razume medijalizaciju?* Trebalo bi očekivati odgovor kakva je međuigra kulture, društva, medija i komuniciranja, te kakve promene su se desile, dešavaju ili se mogu desiti. Da li je uloga medija kod Kastelsa tehnodeterministička, kako vele kritičari? Da li je moguća plodna i kritička diskusija o povezivanju medijalizacije sa pojmom umreženog društva i njegove kulture stvarne virtualnosti? Kakva je uloga društvenih pokreta u globalnim transformacijama? Da li Kastels može da obogati shvatanje medijalizacije? To su sve pitanja koja se postavljaju u okviru predmeta istraživanja: *shvatanja međuodnosa medijskih i komunikacionih naspram društvenih i kulturnih promena u Kastelsovoj teoriji umreženog društva*. Dakle, glavna hipoteza rada je da se medijalizacija odigrava u sklopu globalnih društvenih transformacija, zbog čega razmatranje složene međuzavisnosti navedenih sfera promene treba da se situira u odnosu na teoriju Manuela Kastelsa i to: umreženog društva kao globalne društvene strukture, kulture stvarne virtualnosti kao medijsko-kulturne infrastrukture tog društva, kao i razmatranjem aktera društvenih promena, posebno emancipatorskog potencijala subjekata tih promena. To će biti upotpunjeno ispitivanjem kritičkih pristupa i medium teorije, koji su oblikovali Kastelsovo delo.

Cilj istraživanja je pronaći Kastelsov doprinos savremenim debatama o medijalizaciji, preciznije odrediti delovanje medijskih struktura i društvenih aktera, kao i osvetliti kritičke aspekte teorije koji mogu obogatiti razumevanje medijalizacije. Cilj je rekonstrukcija procesa medijalizacije u teoriji umreženog društva Manuela Kastelsa, koja bi ujedno otkrila kritičku crtu, socioteorijsko utemeljenje i kompleksnije viđenje tehnologije u njegovoj teoriji. Kritički kapacitet njegove teorije može se proveriti jedino pomoću nesumnjivo kritičkih pojmova (kritičke teorije društva, poststrukturalizma i kulturnih studija), a istraživanje multimedijske infrastrukture umreženog društva valja osloniti i na medium teoriju, kojom se Kastels koristi. Analizom međuodnosa medijske i komunikacione naspram društvene i kulturne promene u navedenim pristupima bi se i sama medijalizacija integrisala sa relevantnim teorijama (Krotz 2014b), kao i obezbedila preduslove za dublje sagledavanje potencijalne Kastelsove uloge: “povezivanja koncepta medijalizacije sa institucionalnim transformacijama visoke modernosti” (Hjarvard 2014a: 211).

1.2. Struktura rada

Ovaj rad ima sedam poglavlja. Uvodni deo opisao je istraživački problem, predmet, glavnu hipotezu i cilj rada. Drugo poglavlje izložiće trenutno stanje u istraživanju medijalizacije. Diskusija će omogućiti da se kasnije jasnije razume Kastelsovo shvatanje medijalizacije. Pratiće se uobičajena podela u pristupima i predstaviće se: institucionalna perspektiva Stiga Hjarvarda (glava 2.1.), kulturalni¹ pristup Andreasa Hepa i Nika Koldrija (2.2.), te materijalno-tehnološko viđenje

¹ Postoji terminološka dilema da li treba pisati kulturni ili kulturalni, pošto srpski jezik ne vidi razliku među tim rečima. No, predložio bih da se termin kulturalni odnosi na vrstu argumenta, a kulturni na samu oblast istraživanja. U političkoj nauci, strukturalni argument objašnjava svoj fenomen kao efekat društvene strukture i blizak je markizmu i teoriji racionalnog izbora, dok kulturalni ili ideacioni argument prilazi fenomenu kao kompleksu uvreženih praksi i proživljenog iskustva. S druge strane, Stjuart Hol (Hall 1980: 66) u kulturnim studijama razlikuje dve paradigme, strukturalističku i kulturalističku, gde prva prati Altiserovu rekonstrukciju Marksove baze i nadgradnje i Levi-Strosovu antropologiju, tako da svojevrсно “ideološko nesvesno” formira kategorije kulture, dok druga insistira da je kultura ono svakodnevno proživljavano u

medijalizacije (2.3.). Hjarvard se oslanja na teoriju strukturacije Entonija Gidensa i smatra da medije treba posmatrati kao institucije, koje stvaraju stabilne okvire za ljudsko delovanje, imaju svoja manje ili više formalna pravila i specifičan način alokacije resursa. To vodi ka posebnoj medijskoj logici, koja je modus operandi medija, i ima svoj simbolički, socijalni i tehnološki aspekt. Takođe, Hjarvard otkriva da su mediji vođeni kako načelom profesionalizma, tako i učešćem publike.

Predstavnici kulturalne perspektive izraziće sumnju u postojanost, odnosno monolitnost takve logike. Hep medije posmatra kao kalupe odnosno matrice koje strukturiraju društvene interakcije, što se odražava na same subjekte i proizvedena značenja, a potom i na društvenu moć. Takođe, oslanjajući se na teoriju Bruna Latura, Hep nalazi medijske mreže koje odražavaju veze ljudi, objekata i značenja, jer su za Latura objekti ili aparati podjednako akteri. Hep uvodi pitanje odnosa medija prema društvenoj moći, a laturovski okvir problematizuje i ulogu tehnologije, čime se otvara mogućnost za doprinos kritičkih i medium teorija izučavanju medijalizacije. Koldrijevo viđenje medijalizacije, utemeljeno na teoriji Pjera Burdijea, ponudiće izvesnu analitiku moći, naglasiti problem dominacije i izneti tezu o medijima kao obliku meta-kapitala. Meta-kapital nastaje konvergencijom više društvenih polja i njihovih simboličkih kapitala, to jest ulaganjem različitih polja u jedno, centralno mesto, koje može biti država ili mediji. U slučaju medijalizacije, u pitanju je koncentracija simboličke moći medija.

Materijalno-tehnološka perspektiva se, pak, najviše približava tehnodeterminizmu, i isprva je karakteriše snažno isticanje ideje o totalnoj medijalizaciji, odnosno tehnologizaciji kulture i društva. Iako su i drugi pristupi počeli da se suočavaju sa sveopštom digitalizacijom i globalizacijom medija, materijalno-tehnološka perspektiva to posmatra kao vid prožimanja aparata i socijalnih praksi. U glavi 2.4. biće sažeti mogući prigovori posmatranim razumevanjima medijalizacije, čime će se pripremiti pregled kritičkih teorija i medium pristupa u trećem poglavlju. Pratiće se Hjarvardova trojaka podela na simboličku, socijalnu i tehnološku logiku medija, i biće predložen kritički fokus na simbolički sadržaj, materijalne karakteristike digitalnih platformi i njihove korisnike. Koldrijeva ideja medija kao meta-kapitala

međudnosu ljudske svesti i životnih uslova, to jest, gde su ljudi aktivni subjekti više nego oblikovani strukturama.

govori o konvergenciji društvenih polja, što je otklon od institucionalnog pristupa koji naglašava diferencijaciju polja. Glava 2.4. će da pokrene pitanje Koldrijevo razumevanja strukturne pozicije i delovanja medijskog meta-kapitala. Biće ukazano i na ulogu medijske tehnologije, kao posebne dimenzije medija (Krotz 2015), te će treća glava problematizovati, sem klasičnih kritičkih pitanja, i odnos novih i starih medija, kao i probleme privatnosti i kontrole.

Treće poglavlje cilja na to da bi, oslanjanjem na kritičke pristupe i medium teoriju, trebalo da očekujemo da bolje razumemo trojaku logiku medija. Ako su mediji usled komercijalizacije zadobili relativnu autonomiju, kako onda to izgleda iz perspektive Frankfurtske škole (3.1.), gde je industrija kulture glavna institucija, a njena simbolička logika obeležena ideološkim sadržajem? Kako se to odnosi na Habermasovu teoriju javne sfere? Ili, kako razumeti tehnološku i socijalnu logiku u okviru Benjaminove ideje o tehničkoj reprodukciji i oslobođenju masa? Simboličku logiku medija razmatrali su i poststrukturalisti: Bodrijar (3.2.) kroz simulaciju i simulakrume ili Liotar (3.3.) kroz jezičke igre; dok su Derida (3.4.) i Delez (3.5.) ponudili korisne uvide o mogućim pravcima razvoja korisničkog domena. Kulturne studije (3.6.) se ističu u razmatranju ideološke prirode simboličke logike medija, kreativnog ponašanja publike, a takođe pomoću koncepta artikulacije mogu da pokažu i kako se stvara medijski meta-kapital. U slučaju tehnološke logike, sem medium teorije (3.7.), o njoj mogu dosta da kažu i gore navedeni autori, posebno Delez sa svojim konceptom društva kontrole, ali i Liotar, promišljajući performativnost informatičkih sistema u postmodernom stanju. Naravno, razumevanju socijalne, tehnološke i simboličke logike medija svi analizirani pristupi su ponešto doprineli, i u stvari je nemoguće nekom pristupu pripisati doprinos u rekonstrukciji tek tehnološke ili simboličke logike, budući da su to u digitalnoj eri prilično analitičke podele, koje čine realno jedinstven kompleks. Predloženi model kritičke medijatizacije na kraju trećeg poglavlja (3.8.) pokušaće da objedini sve nalaze, a to će se još preciznije učiniti u samom zaključku disertacije.

Kastelovoj teoriji prilazimo u četvrtom poglavlju, koje bi trebalo da se posveti nejasnoćama u pogledu same funkcije medija u umreženom društvu, njihovog odnosa prema drugim društvenim intucijama, kao i konturama samog svetskog korporativnog medijskog sistema. Kratko će biti predstavljena rana Kastelsova istraživanja u oblasti sociologije urbanizma (4.2.), na čemu Kastels dalje gradi svoje viđenje dominantnog

toka globalizacije kao umrežavanja velikih gradova. Pokazaće se da Kastels odbija harmoničnu doktrinu savremene levice o svojevrsnom uravnotežavanju birokratije, civilne sfere i tržišta (4.3.), gde bi mediji obavljali značajnu ulogu u ovoj trostranoj demokratizaciji. U stvari, mediji su pre spona između ekonomske, kulturne i političke moći, i kao deo metamreže društva doprinose “metadruštvenom neredu” (ID1: 500) i “varvarsko-nomadskoj dinamici” tog društva (ID2: 361). Ispitaće se fuzija komunikacione infrastrukture, tržišta, kulture i politike, gde tehnologija za Kastelsa postaje poseban deo globalne društvene strukture (4.4.). U tom delu teorije Kastels na tragu Harolda Inisa istražuje planetarnu sinhronizaciju privrede, kao i specifičan globalni trougao moći, bogatstva i tehnologije. Takođe, označavajući umreženo društvo kao privredno-tehnološki hibrid, čije je načelo apstraktni instrumentalizam čiji je tehnički vid računar, Kastels demonstrira svoj dug kritičkoj teoriji. To dodatno dobija na snazi tezom da je umreženo društvo određeno bipolarnom suprotnošću Mreže i Sopstva, odnosno globalne mreže i partikularističkih, ukorenjenih identiteta koji pružaju otpor kolonizaciji. Četvrto poglavlje završiće opisom korporativnog multimedijskog jezgra (4.5.), procesa umrežavanja proizvodnje, distribucije i marketinga, kao i deregulacije, koncentracije vlasništva i širenja oligopola. Takođe, pojava masovne samokomunikacije pokreće problem uvezivanja demasifikovane publike, digitalnih platformi i marketinga, te će poglavlje ispitati nestabilan odnos korporativnog i korisničkog domena, gde će akteri koliko sarađivati toliko se i međusobno eksploatisati.

U fokusu petog poglavlja je kultura stvarne virtualnosti, koja izrasta iz takve konvergencije socijalnih mreža, informativne, računarske i industrije kulture, tako da su svi kulturni izrazi povezani u “golemi povijesni supertekst”. Kastels, oslanjajući se na Bodrijara, smatra da to vodi ka stvaranju “zajedničkog kognitivnog obrasca” (ID1: 398), čiji je primer infotejment, kao mešanje pravila proizvodnje sadržaja iz nekada različitih sfera, te treba razmotriti moguće posledice življenja u takvom “višestranom semantičkom kontekstu” (ID1: 399). U pitanju je “koegzistencija svega” (ID1: 402), gde se stvarnost sve više obuhvata medijima, koji su sada primarni izvori životnog iskustva. Budući da medijatzacija podrazumeva medijsku proizvodnju svetozora, poglavlje će pokušati da rekonstruiše Kastelsovu ideju virtualnosti kao proizvoda medijske i komunikacione promene (5.2.). U kulturi stvarne virtualnosti istaknuta pojava je i nastanak korisnika kao simultanog pošiljaoca i primaoca, koji je za Kastelsa

centralna figura Internet galaksije, te poglavlje postavlja pitanje koliko je korisnikovo učešće pasivno, postvareno, kreativno ili otporaško (5.3.). Virtualnost je kontekst i za medijaciju politike, odnosno prilagođavanje političkih aktera specifičnoj logici komercijalnih medija, njihovom naglašavanju zabave, emocija i sukoba, te će biti razmotreno Kastelsovo viđenje medijacije politike (5.4.), vezano za masovne i digitalne medije. Konačno, fundamentalizam je nešto što Kastels registruje u informacionim mrežama, naspram prognoza istraživača medijacije o daljem širenju procesa sekularizacije. Završno poglavlje pete glave (5.5.) analiziraće odnos identiteta i upotrebe medija, pri čemu će biti opisani kako kosmopolitski tako i fundamentalistički primer.

Predmet šestog poglavlja su mreže društvenih promena. Naspram prethodno razmotrenih korporativnih ili ekstremističkih mreža, ovde je fokus na potencijalu alternativnih subjekata društvenih promena, oličenih u društvenim pokretima oslonjenim na komercijalne medije i masovnu samokomunikaciju. Razmatrana su i ograničenja takvog delovanja u određenim situacijama. Kastels kao najbolji primer medijativne društvene promene ističe Bušovu ratnu propagandu u Iraku (6.2.), koja je uvela novitete već na nivou medijacije, tako što su novinari živeli i radili sa trupama, što je značajna razlika u odnosu na izveštavanje s ratnih područja devedesetih godina. Posledica je bilo otkrivanje novinara kao dela establišmenta i prepoznavanje poslovnog interesa medijske organizacije u njenoj saradnji, a ne kritičkom nadzoru državne administracije. Fenomen pristrasnih medija Kastels prepoznaje kao najmoćniji mehanizam društvenih promena danas, koji su u slučaju Iraka nadjačali delovanje društvenih pokreta.

S druge strane, okupacije trgova u Kairu i Njujorku (6.3.) pokazaće kreativno korišćenje digitalne tehnologije, simbiozu novinara i građana, kao i umrežavanje socijalnih i masovnih medija u borbi za društvene alternative. Biće zabeleženo i okretanje analognim i neposrednim oblicima komunikacije, što je posebno oličeno u simboličkim okupacijama stvarnih mesta. No, pokazaće se i slabosti masovne samokomunikacije, prvenstveno preveliko oslanjanje na digitalne medije, takozvani klikativizam i odacivanje hijerarhije i autoriteta u organizaciji protesta. Poslednja tema ovog poglavlja (6.4.) je distorzija klimatskog diskursa u sudaru medija i javnog rezonovanja. Ispostaviće se da uobičajeno novinarsko izveštavanje nanosi štetu

prosvetiteljskom aspektu bavljenja klimatskim promenama, jer se emocionalni i trivijalni popularni diskurs suprotstavlja naučnom konsenzusu. Ulazak zelene kulture u industriju zabave, kao i oslanjanje na selebritije kao ekološke aktiviste, paradigmatičan je primer medijskih konstrukcija koje su udaljavaju od onoga što možemo nazvati prosvetiteljskom istinom.

Završno poglavlje disertacije detaljnije će izložiti simboličku, socijalnu i tehnološku logiku medija, i pokušati da zaokruži kritički model medijalizacije (7.1.). Model predstavlja sublimaciju istraživanja i poslužiće za konačnu procenu Kastelsove teorije u njena tri vida, umreženog društva, kulture stvarne virtualnosti i mreža društvenih promena (7.2.). Zaključak će pokazati relevantnost Kastelsove teorije za istraživanje medijalizacije.

2. *Pristupi medijizaciji*

2.1. Institucionalna perspektiva Stiga Hjarvarda

Polazeći od teorije strukturacije Entonija Gidensa, Hjarvard (Hjarvard 2008:106) predstavlja medijizaciju kao posledicu uticaja medija na društvo i kulturu u smislu adaptacije različitih institucija i procesa ne na nešto njima spoljno i izdvojeno, već upravo na medije, koji postaju sastavni deo tih fenomena. Usled nove medijsko-komunikacione situacije, institucije su promenile svoj karakter, funkciju i strukturu. Takođe, mediji su ne samo integralni za određene institucije i procese, već su i sami polu-autonomna institucija, koja nameće sopstvenu *ekonomsku, simboličku i tehnološku logiku* na druge delove društva. Ta specifična "medijska logika" u stvari je vid delovanja jedne institucije u drugim sociokulturnim oblastima. Kao ilustraciju, Hjarvard navodi sposobnost medija da ugroze autoritet škole i političkih institucija, tako što i sami učestvuju u proizvodnji znanja, doprinose njegovoj dostupnosti, a oblikuju i agende i različite društvene interese. Hjarvard naglašava da time institucije ne gube političku moć, već da se prilagođavaju medijskoj logici, koja rekonstruiše funkcionisanje drugih institucija.

Ipak, Hjarvard ne smatra da je svaki uticaj medija na kulturu i društvo primer medijizacije, budući da mediji mogu na različite načine doprinosti društvu kojem se nalaze, ali da njihovo delovanje može da se podvede i pod neki drugi termin. Tako slučaj štamparske prese, koja je omogućila direktan i intiman odnos pojedinca i Biblije, što je svakako dovelo do nekih promena u religiji i kulturi, po Hjarvardu nije dovelo i do medijizacije religije, u smislu da je novi medij nametnuo sopstvenu logiku na religiju kao instituciju. Medijizacija je zamišljena kao proces u kojem mediji postaju neizostavni za samo delovanje drugih institucija, pri čemu rađanje protestantizma za Hjarvarda nema ključni izvor u samom mediju knjige. Socijalna interakcija između ili unutar institucija mora da se odigrava preko medija, tako da oni postanu značajni činioци u svakodnevnom delovanju tih institucija. Štaviše, mediji su i sami postali nezavisna institucija, što im je dalo snagu da u doba kasne modernosti snažno utiču na

druge institucije. Hjarvard ne primećuje stanje medijizacije u slučaju protestantizma koji se vraća knjizi, gde vernik ne mora da bude u interakciji sa drugim vernicima već upravo sa knjigom, a na čemu, primera radi, i Jirgen Habermas (1969) gradi ideju literarne sfere kao prosvetne prethodnice javne sfere. To jest, možda postoje religijske i druge prakse izmenjene tehnološkom logikom medija štampe, na primer razvoj intrapersonalne komunikacije, koju Hjarvard i ne razmatra, dok Habermas na primer insistira da je pisanje dnevnika, to jest eksperimentalan razgovor sa samim sobom, bio bitan za razvoj literarne i javne sfere. Intrapersonalne komunikacije je svakako bilo oduvek, kao i identifikovanja sa likovima iz narodnih predanja, ali knjiga, a još više dnevnik, zasigurno je morala da proizvede neku sociokulturnu promenu.

Ovo svakako ne znači da Hjarvard greši, koliko da se neki njegovi uvidi čine nekompletnim, a što on vremenom neretko i ispravlja. Tako u knjizi pod naslovom *Medijizacija kulture i društva* Hjarvard (Hjarvard 2013:1) nudi opširnije viđenje ove "istraživačke agende" i "novog socijalnog stanja", u kojem koriguje prethodne tvrdnje. Sada ističe da koncept doprinosi razumevanju širenja medija, njihovog prožimanja, kao i uticaja na društvene institucije i druga polja, shvaćena u burdijeovskom smislu, kao arene u kojima agenti zauzimaju specifične pozicije. Medijizacija sada prati dugoročne strukturalne promene same uloge medija u kulturi i društvu, tako što *mediji prisvajaju određeni autoritet da definišu stvarnost, i samim tim oblikuju obrasce ponašanja* (ibid:3). Time Hjarvard razrađuje sopstveni pristup, naglašavajući važnost stvaranja interpretativnih okvira, odnosno medija kao proizvođača zajedničkog pogleda na društvo, što je blisko i kulturalnom viđenju medijizacije, ali što Hjarvard smatra komplementarnim svojoj institucionalnoj perspektivi.

Ipak, Hjarvard se drži istraživanja *srednjeg obima*, u zasebnim sociokulturnim domenima, izbegavajući generalizacije. On smatra da iako je medijizacija makrosocijalni proces ona se ne može proučavati na tom nivou, jer se gubi analitički fokus i olako iznose totalizujuće tvrdnje o uticaju medija i strukturalnoj transformaciji njihovog odnosa prema kulturi i društvu. Beznadežan je svaki pokušaj da se odredi nezavisna varijabla koja ostvaruje svoj uticaj u svim društvenim procesima, već Hjarvard smatra da je moguće samo formulisati okvir za *teorijsko razumevanje interakcije medija, društva i kulture*, kao i niz polazišnih pretpostavki za dalja istraživanja. Za Hjarvarda je od najveće važnosti da medijizacija ne izgubi kontakt sa

sociologijom, koja je često marginalizovala pitanje medija. Ipak, upitno je izbegavanje institucionalne perspektive medijatzacije, koja se oslanja na Gidensa, da razmatra makro nivo, pogotovo što Gidens (Giddens 1984: xxvi) ne smatra mikro nivo temeljnijom niti supstancijalnijom analizom, a i sam se bavio sasvim globalnim pitanjima (Gidens 1998). No, Hjarvard (Hjarvard 2013: 6) takođe priznaje Kastelsov pristup kao zavidan pokušaj integracije medijske i sociološke perspektive, i poziva na zajedničko razmatranje medijatzacije kao modernizacijskog procesa, tako da i tu ostaje upitan njegov konačan stav.

Hjarvard nastoji da se odredi prema drugim viđenjima medija i modernizacije, za koje smatra da suviše širokim potezima oslikavaju društveni razvoj, ali imajući u vidu prethodne napomene, njegovo odbijanje je dvosmisleno. Prva, *civilizacijska perspektiva*, medijatzaciju vidi kao meta-proces medijskog oblikovanja međuljudskih odnosa i promena u ponašanju, koji su akumulirani u dužem vremenskom periodu, i kao takvi mogu biti posmatrani kao poseban proces civiliziranja. To bi svakako uključilo i protestantizam u razmatranje. Hjarvard je skeptičan jer prati Gidensa koji smatra da je sociologija nauka o modernim društvima, no Gidens svakako nije oštro razdvojio antropologiju ili istoriju od sociologije, niti promišljanje razvoja ideja vidi kao nešto marginalno u društvenim naukama (Giddens 1984: xxxv). S druge strane, *medium teorija* ističe holističku perspektivu i formatiranje komuniciranja putem dominantnog opštita, uz slabiji fokus na upotrebi medija i njihovom sadržaju, dok civilizacijska perspektiva to vidi kao tehnodeterminističku tendenciju, te posmatra uzajamni odnos kulture i tehnologije u specifičnim kontekstima. Reklo bi se da Hjarvard (Hjarvard 2013: 12) prilično plastično prikazuje medium teoriju kao pristup koji nimalo ne razmatra ljudsko oblikovanje tehnologije, te na tome gradi argument da medijatzacija zaobilazi te boljke, ali on ipak ističe da srodnosti postoje. Ništa u startu ne mora biti odbačeno, i društvena interakcija ima prednost u odnosu na čistu makro perspektivu. Takođe, čak i Gidens (Giddens 1984: 262) ima dvosmislen odnos prema Mekluanu, prihvatajući da postoji neka *veza između karakteristika medija i prirode društvenih odnosa*.

U stvari, Hjarvard priželjkuje preciznost koju ne vidi u civilizacijskoj perspektivi, te svodi medijatzaciju na fenomen kasne modernosti, smatrajući da u ranijim periodima ne može da se govori o medijima kao zasebnim institucijama, niti na

njihovim značajnijim uticajima na društveni razvoj. Njihova transformativna moć u stvari je pojačana u dvadesetom stoleću, i Hjarvard smatra da tu počinje razvojna faza društva koju medijalizacija treba da obuhvati. Ipak, on se distancira i od *postmoderne teorije*, koju posmatra kao drugu od krajnosti između kojih pokušava da smesti sopstveni pristup. Radikalnost Žana Bodrijara, kojeg navodi kao primer, za Hjarvarda (Hjarvard 2013: 14) se ogleda u nastanku sasvim simboličkog sveta, hiperrealnosti koja uklanja razlikovanje između fikcije i stvarnosti, toliko da naše percepcije sveta odavno ne odgovaraju realnom stanju stvari. Hjarvard u načelu prihvata da neposredovana realnost nije sociološki značajnija od medijskog sadržaja, i da Bodrijara ne treba shvatati bukvalno, ali ga istovremeno i odbacuje s primedbom da francuski mislilac u stvari govori o dezintegraciji same realnosti i gubitku sposobnosti društva da uopšte uvede red u haotičnu cirkulaciju simbola, što je u skladu sa Gidensovim stavom o decentriranju subjekta, ali ne i o njegovom nestanku u univerzumu znakova (Giddens 1984: xxii).

Nakon što se distancirao od civilizacijske, medium i postmoderne perspektive, smestio medijalizacijski proces u kasnu modernost, opredelio se za teoriju srednjeg obima i viđenje medija kao institucija, Hjarvard se okreće centralnom problemu definisanja medijalizacije. Pre svega, pod tim se podrazumeva zavisnost kulture i društva od takozvane medijske logike, tako da društvena interakcija postaje nezamisliva bez medija. Ali Hjarvard (Hjarvard 2013: 17) odbacuje linearnost i jednodimenzionalnost te logike, već ukazuje na "*institucionalni, estetski i tehnološki modus operandi medija*", njihove metode distribuiranja resursa i pravila *funkcionisanja*. To bi značilo da mediji nisu puke tehnologije već socijalne, čak estetske forme (Ibid: 19). Tako zamišljeni mediji svojom logikom određuju formu društvene interakcije, ali budući da Hjarvard smešta svoju perspektivu u institucionalne okvire taj put nije jednosmeran. Posledice medijalizacije ne mogu se opisati kao čista kauzalnost, budući da zavise i od karakteristika samih medija i od konteksta u kojem operišu. Medijska organizacija i simboli mogu delimično oblikovati neku društvenu aktivnost, što bi bio vid *indirektne medijalizacije*, dok bi kompletnija konverzija sasvim neposredne interakcije (poput igranja šaha) u medijsku aktivnost predstavljalo slučaj *direktne medijalizacije*.

U tom ključu valja posmatrati medije kao institucije. Naime, Hjarvard u institucijama vidi stabilne okvire za ljudsko delovanje i komuniciranje, nešto predvidljivo, na osnovu čega može da se prikaže reprodukcija u jednom društvu. Ovakvo viđenje institucija utemeljeno je na teoriji strukturacije Entonija Gidensa, kod kojeg su struktura i delanje u dinamičnom odnosu. Oni se međusobno konstituišu, tako da se akteri prilikom delanja koriste postojećim strukturama kako bi postigli sopstvene ciljeve, a takođe mogu i da unesu promene u same strukture. S druge strane, strukture nikad nisu date već se reprodukuju stalnom ljudskom akcijom. Strukture su najtrajniji delovi društva, jedan “*virtualni poredak*” koji postoji samo u praksama (Giddens 1984: 17) i *povezuje mesta i vremena u društvu ili među društvima*. Pritom su institucije upravo najznačajnija ekstenzija vremena i prostora, koja kroz rutinu obezbeđuju društvenu reprodukciju.

Institucije su postojani element, i karakteriše ih skup formalnih ili neformalnih pravila, i poseban način alokacije resursa. Pravila omogućavaju da se oblikuju očekivana ponašanja, da različite situacije postanu predvidljive unutar institucija, i da se samim tim sankcionišu nepoželjna delanja (Hjarvard 2013: 22). U snazi postavljenih pravila ogleda se i sama autonomija institucije, koja ili funkcioniše kao nečiji instrument ili pokazuje određeni stepen nezavisnosti. Sve od ogovaranja, ismejavanja ili kritike do zakona i regulatornih politika čini pravila jedne institucije, po kojima se ona izdvaja od ostalih. Pravila određuju i autoritet, odnosno onoga ko će unutar institucije kontrolisati materijalne resurse. U slučaju medija, resurse će činiti i inženjerski, tehnički i organizacioni elementi, kao i samo ljudstvo, u koje Hjarvard (Ibid: 23) ubraja i primaoca, u smislu da i oni moraju da ispune neophodne uslove kako bi postali publika, makar to podrazumevalo samo hardver i posvećenu pažnju. Budući da mediji shvaćeni kao institucija poseduju ili kontrolišu navedene resurse, i nameću svoja pravila drugim društvenim institucijama, Hjarvard smatra da mu to omogućava da precizno odredi nivo postignute medijatzacije u raznim oblastima društva.

Isprva su mediji služili drugim institucijama, i to je ključni Hjarvardov argument kada tvrdi da je medijatzacija pojava kasne modernosti. Sve dok je reč o npr. partijskoj štampi u skandinavskim zemljama, mediji su očigledan instrument drugih institucija, jer su neretko redakcija i tehnološki resursi u stvari deo političke stranke. Sve dok razvoj medija ne krene u pravcu stvaranja javnih servisa ne može se govoriti o

osamostaljivanju. Mediji dostižu status kulturnih institucija (Ibid: 24), u smislu da dobijaju zadatak ne samo da edukuju stanovništvo, već i da predstavljaju opšte interese, da balansiraju između partikularnih interesa i obraćaju se generalnoj javnosti. Takođe, štampa usled komercijalizacije napušta ranija ograničenja, prilagođavajući se željama publike. Hjarvard smatra da su mediji time napravili korak ka udaljavanju od drugih institucija, i stvorili prostor za profesionalizaciju novinarstva, što je poseban set pravila pomoću kojih mediji brane sopstvenu relativnu autonomiju.

Sada su mediji ti koji postavljaju limite drugim institucijama, tako da se i društvena interakcija određuje u odnosu na njih. Same društvene uloge dobijaju vrednost proporcionalno sposobnosti da pribave dovoljno medijskog prostora (ibid:29). Akteri mogu da vrše više uloga simultano, ali i da iskoriste medije zarad sopstvene koristi, bilo u smislu odnosa prema drugim učesnicima društvene interakcije, bilo u smislu definisanja realnosti. Mediji, dakle, pomažu akterima da optimizuju sopstveno delanje, bilo zbog smanjene potrošnje ličnih resursa što je krasilo neposredno komuniciranje, bilo zbog lakše kontrole razmene informacija. Pogotovo kada ljudi imaju sve više mogućnosti da sami proizvedu sadržaj, produkcija društvenih odnosa sve više postaje medijsko pitanje. To je, po svemu sudeći, razrađena Gidensova (Giddens 1984: 261) misao da *društvene promene oblikuju kako proizvodne snage tako i autoritativni resursi, koji doprinose organizaciji u vremenu i prostoru, proizvodnji tela u fukoovskom smislu, kao i kroz koordinaciju ljudi, uz stvaranje životnih šansi za individualni razvoj i izražavanje*. Hjarvard (Hjarvard 2013: 26) napominje i da je *medijska logika dvostrana, i zasniva se na medijskom profesionalizmu i aktivnosti publike*, ali ne pojašnjava u kakvom su oni odnosu, niti šta to znači za proizvodne snage i autoritativne resurse.

Mediji, pored tri navedene funkcije, i skladište autoritativne resurse, i tako sabiru i kontrolišu znanja i informacije, što proizvodi kulturnu globalizaciju (Gidens 1998: 80), gde mediji postaju suštinski element refleksivne modernosti, informisanog suočavanja sa savremenim krizama. Zato je za Hjarvarda (Hjarvard 2013: 33) generalni efekat medijatzacije u stvari virtualizacija društvenih institucija, koje više nisu isključivo vezane za neku teritoriju. Politika se ne odvija samo u parlamentu ili ministarstvima, ne obrazuje se samo u školi, mesto stanovanja nije isključivo porodični dom u kojem se vrše karakteristične uloge. Reč je o iskorenjivanju klasičnog društvenog

iskustva. *De-teritorijalizacija* podrazumeva kompleksnije društvene veze i povećanu kulturnu refleksivnost, budući da ljudi više ne mogu isključivo da deluju u lokalnom ili nacionalnom kontekstu. Gidens čak iznosi zanimljivu mekluanovsku tvrdnju da je elektronska komunikacija “izmenila postojeći odnos između sadašnjosti i čulnih organa ljudskog tela” (Giddens 1984: 174). Interaktivne prakse umnogome su organizovane na većim distancama, i učesnici su fizički odsutni, što je sada već radikalizovana odlika modernosti. Istovremeno delovanje centrifugalnih i centripetalnih medijskih sila usložnjava svaku situaciju, koja iziskuje promišljeniji odgovor, ne samo ponavljanje gotovih obrazaca ponašanja i oslanjanje na stabilne organizacije.

Hjarvard (Hjarvard 2013: 37) govori o složenoj sociokulturnoj geografiji, u kojoj mediji dobijaju poseban značaj. Oni stvaraju pogled na svet, formiraju *zajedničko iskustvo* na osnovu kojeg se grade zajednice i identiteti. Takođe funkcionišu kao *specifičan interfejs između ali i unutar institucija*. I treće, učestvuju u konstituisanju *političke javne sfere*, u kojoj institucije mogu da se bore za svoje interese, brane ih ili pribavljaju legitimitet. To što mediji formiraju interpretativne okvire postavlja i *pitanje ideološke moći*, privilegije definisanja stvarnosti i, samim time, proizvodnje dominacije. Hjarvard (Ibid:39) spominje Nika Koldrija (Nick Couldry) kao reprezenta kritičkog viđenja medijatzacije kulture, ali smatra da konstrukcija zajedničkog iskustva može imati i pozitivne aspekte, te se donekle distancira od Koldrijeve "monolitne koncepcije medijske moći", jer uvek postoje druge institucije koje mogu da se suprotstave medijima. No, valja naglasiti da su kod Gidensa dominacija i označavanje povezani (Giddens 1984: 32), i da je moć kako prepreka slobodi tako i njen posrednik, stoga Hjarvard zanemaruje da su u kritičkoj teoriji druge institucije tek drugi ideološki aparati. To jest, iako je hegemonija rezultat sudara različitih interesa i institucija, to i dalje ne znači da konačan oblik koji mediji dobijaju nije vezan za određenu koncepciju moći. Naprotiv, sam Hjarvard (Hjarvard 2013: 39) se slaže da je glavna konsekvencija medijatzacije "zajednički iskustveni svet", ali propušta da uvidi da je Koldri upravo to i rekao. Razlika između njih je pre što Koldri stoji na strani francuskog strukturalizma, i manje je sklon da veruje u funkcionalističke korekcije medijske ili bilo koje druge moći.

Kako iz ove perspektive izgleda medijatzacija politike, odnosno strukturnog odnosa politike i medija? Kao što je medije predstavio kao instituciju, tako i pod politikom Hjarvard (Hjarvard 2013: 43) podrazumeva kako formalne organizacije poput

parlamenta i partija tako i procese kao što su izborne kampanje. U političkoj instituciji se odigravaju građanske rasprave, kao i susreti političkih aktera sa novinarima. Medijalizacija se pojavljuje kao integracija medija i njihove logike sa svakodnevnim političkim praksama, te mediji delom učestvuju u formulisanju političkih programa i legitimizaciji političkih odluka. Akteri koji žele da sprovedu svoje političke ciljeve moraju se prilagoditi pravilima medijske institucije, da se upoznaju sa kriterijumima selekcije vesti, sa načinom izražavanja, kao i odnosa koji medij uspostavlja sa svojom publikom.

Hjarvard (Ibid: 47) pritom iznosi zanimljivo, ali donekle, reklo bi se, kontradiktorno *protivljenje tvrdnji da su komercijalizam, politički paralelizam, ideološka pristrasnost i novinarski profesionalizam međusobno suprotstavljeni*, pošto u skandinavskim zemljama koegzistiraju bez većih problema. No, to deluje neusklađeno sa ranijim stavom da su mediji ili instrumenti ili polu-nezavisne institucije, i da kao instrumenti ne mogu da sprovode medijalizaciju društva. Ako instrumentalizovani mediji ipak mogu da nameću izvesnu medijsku logiku to nas približava kulturalnom viđenju medijalizacije. Time se ponavlja neslaganje Hjarvarda i Koldrija, budući da i dalje ostaje otvoren problem da li se Hjarvardove institucije mogu u toj meri međusobno korigovati, pa da odustanemo od Koldrijeve monolitne koncepcije moći? Izgleda da se time otvara pitanje odnosa svih strukturnih dimenzija društvenog sistema: dominacije, označavanja i legitimacije (Giddens 1984: 31), a što zahteva kompleksnije razmatranje pozicije medija u društvu. Primera radi, Halin i Manćini (Hallin & Mancini 2004: 286) ipak upozoravaju da spoj komercijalizma i političkog paralelizma itekako može da ugrozi profesionalizam, pogotovo u kontekstu većih pritisaka konkurencije, kada se pribegava senzacionalizmu i tabloidnom infotejmentu.

Za Hjarvarda je najznačajnije polako *novinarsko osvajanje autonomije, napuštanje uloge pasivnog izveštavanja, razvijanje istraživačkog i analitičkog novinarstva, kao i kritičkog monitoringa vlasti*. Ovo se poklopilo sa tranzicijom države blagostanja i korporativne demokratije ka liberalnijim političkim okvirima, tokom koje su stare partije izgubile moć kako nad građanima tako i nad medijima (Hjarvard 2013: 50). U međugri tržišta i države mediji su dobili nezavisniju ulogu u oblikovanju javnog mnjenja, tako što više nisu tek odražavali političke interese, već su samostalnije frejmovali politička pitanja, pre svega u skladu sa proklamovanim profesionalizmom,

ne vršeci direktan politički uticaj. Mediji su zauzeli centralno mesto kako između različitih političkih aktera, tako i prema publici, aktivno učestvujući u komunikaciji. Novinski tekst predočava stavove političara u kritičkom svetlu, tako da publika ne samo da dobija validne informacije, nego i politička elita dobija povratno mišljenje, prema kojem može da organizuje i svoje buduće delanje. Štaviše, *profesionalno izveštavanje nije jedini pokazatelj medijalizacije politike, već je to sve više i čuvanje kapija u novim uslovima hiperprodukcije informacija na internetu, kao i razvoj komentara, odnosno kolumni, kao sve popularnijeg žanra*. No, u kompleksu političkog paralelizma i komercijalizacije, uz skeptičnost prema monolitnosti Koldrijeve teorije, ostaje nejasno šta je za Hjarvarda najverovatnija medijska logika. Na primer, Habermas (1969: 90) odnos medija i vlasti posmatra kao vid političkog obračuna sa ciljem postavljanja društveno-ekonomskih pravila, tako da komercijalni i birokratski akteri, u skladu a sopstvenim interesima, imaju različita viđenja čuvanja kapija, profesionalnog izveštavanja i komentarisanja.

Drugi aspekt medijalizacije politike Hjarvard (Ibid: 65) oslanja na medium teoriju, prvenstveno rad Džoše Mejroviza (Joshua Meyrowitz), koji *između javnog i privatnog nalazi jedan srednji, mešoviti region*, čijem stvaranju doprinose masovni mediji. Televizija funkcioniše tako da sasvim različite ljude okuplja unutar istog komunikacionog prostora, problematizujući tradicionalne uloge kako u domaćinstvu, tako i u drugim oblastima života, nudeći zauzvrat *hibridne oblike, koji obuhvataju kako javno, tako i intimno ponašanje*. U slučaju političara, koji su imali svoj zatvoreni, medijima nedostupan prisniji krug, i po potrebi nastupali pred javnošću, sada je politička kultura tako ustrojena da se novinari neće više interesovati samo za političke poruke, već će se fokusirati i na lične živote političara. Ova *personalizacija politike* zahteva od političara da sebe predstavlja u klasnom ili ideološkom smislu, već ga primorava da gradi imidž ljudskosti, osećajnosti i otvorenosti. Takođe, to će učiniti politiku više *konverzacionalnom* (Ibid: 69), budući da će se ličnije i emocionalnije teme podjednako obrađivati kao i čista politička pitanja, toliko da će se društvenost političara, sam nastup, više vrednovati od same suštine rečenog, na šta je ukazivao i Maršal Mekluan (Marshall McLuhan) poređenjem debate Kenedija i Niksona na radiju i televiziji. Ipak, Hjarvard je svestan opasnosti koju donosi ovako neformalno ophođenje prilikom pronalaženja rešenja za ozbiljne društvene probleme, te da romantizacija

opuštenijeg dijaloga može da prikrije i neke autoritarnije tendencije izvesnih političkih grupa. Imajući u vidu Habermasov politički obračun, perssonalizacija i konverzacionalizacija politike, odnosno okretanje informative ka industriji zabave, može biti deo nečije strategije.

Hjarvard ne pojašnjava kako su se mediji izborili sa komercijalizacijom, ali kasnije donekle koriguje svoje viđenje, nakon dijaloga sa drugim pristupima medijatzaciji. Zamereno mu je da je model suviše funkcionalistički, i da je društvo vrlo plastično razdeljeno u sistem institucija, pri čemu mediji formiraju sociokulturni diskurs, šireći svoju logiku u druge institucije (Hepp 2013: 45). Sada posmatra medijatzaciju kao "*inter-institucionalni proces prema kojem su određene medijacione prakse pod uticajem više institucionalnih struktura*" (Hjarvard 2014a: 203). To jest, u prostoru između institucija dolazi do *prožimanja njihovih logika*, a informisanje, komuniciranje i društveni odnosi sve više dolaze pod kontrolu medija, njihovih pravila i resursa, mada će institucije svakako nastaviti da sadrže *više heterogenih, čak i kontradiktornih logika*. Institucije obezbeđuju interpretativni vodič za pojedince, odnosno smisao, norme ili obrasce ponašanja. Pojedinci mogu da se kreativno ophode prema postojećim značenjima i normama, a u slučaju masovnih medija njihove kreativne mogućnosti svedene su na interpretativne okvire, pošto teško da direktno mogu da utiču na komunikativne resurse i pravila, koji su izvan njihovih domašaja. No, s pojavom interaktivnih i mobilnih medija, ta informaciona koordinacija koju mediji vrše u različitim institucijama postaje sve više niz ličnih "*mikrokoordinacija*" (Ibid: 210). Ipak, i mikrokoordinacije mogu biti obeležene tehnološkim i ekonomskim faktorima, čak i dominantnim diskursnim režimom, te reflektivni subjekti ne moraju biti glavni učesnici medijatzacije.

Tome uprkos, Hjarvard sada priznaje i *nad-institucionalni, socijetalni nivo medijatzacije*, na koji ukazuje Koldri. Hjarvardova trojaka logika, koja je isprva sadržala institucionalni, ekspresivni i tehnološki aspekt (Hjarvard 2008: 126), ili tehnološki, simbolički i ekonomski (Hjarvard 2013: 136), sad poseduje socijalnu, estetsku tehnološku logiku (Hjarvard 2014a: 219), zavisno od posmatranog slučaja. Time i Hjarvard uviđa da sa digitalnim medijima logika dobija raznovrsnije oblike. Primera radi, mreže poput Facebook-a deluju daleko od gore spomenutih pravila i medijskih resursa. To su najčešće poluprivatne mreže prijatelja, sa uvek specifičnim

načinom cirkulacije informacija i manje poznatom svrhom komuniciranja. Na ovom nivou teže je odrediti komunikativne funkcije medija i fokus je više na pojedinačnim organizacijama ili individuama (Ibid: 223). Ipak, pošto je to sastavni deo svakodnevnog, medijski zasićenog života, Hjarvard ipak prihvata mogućnost nad-institucionalne perspektive. To i nije suprotstavljeno Gidensu (Giddens 1984: 11), koji naglašava problematiku trivijalnih delanja i nenameranih posledica, tako da mnoštvo slučajnih praksi može proizvesti nešto neočekivano. Hjarvardovo insistiranje na rutinskim elementima koji konstituišu moć medija ne treba da gubi iz vida Gidensovu "*dijalektiku kontrole u društvenim sistemima*" (Ibid: 16), gde i podređeni mogu da utiču na gospodare, ali i da medijizacija ne može da se posmatra kao proces u kojem gospodari gube moć.

Međutim, onda kada se medijizacija posmatra dvostrano, kao inter-institucionalni proces, oblikovan od strane više institucionalnih logika, i kao proces izvan skupa društvenih institucija, Hjarvardov pristup gubi na specifičnosti. Naime, dosta iznesenog o odnosu medijske i socijalne promene već je rečeno od strane Džeja Blamlera i Majkla Gurviča (Blumler i Gurevitch 1997), s tim što oni više naglašavaju proces nego samu strukturu. I oni prepoznaju posredujuću ulogu medija između različitih društvenih podsistema, od kojih preuzimaju kako sadržaj tako i publiku, uz stalno praćenje najnovijih trendova. To je njihova kreativna uloga obrade novih ideja i informacija, prilagođavanje interesima i mentalitetu publike, što bi rezultiralo i novim perspektivama i problemima. Čak i pretpostavke medijskih profesionalaca u kom smeru bi se tražnja publike mogla pomeriti, uz stalnu refleksiju o "duhu vremena", čine medije vodećim društvenim organizacijama (Blumler i Gurevitch 1997:123). Pritom to Blamler i Gurvič čine *bez eksplicitnog institucionalističkog okvira*. Oni razmatraju kako uspostavljanje novinarskog profesionalizma, tako i sklonost populističkim i depolitizovanim formama usled komercijalizacije i diverzifikacije medija. Takođe, tehnologija uvodi novine u prikupljanje, obradu i slanje poruka, što ostavlja posledice na same masovne medije. Uz demasifikaciju i tehnologizaciju slobodnog vremena, Blamler i Gurvič sumnjaju da će mediji zadržati svoju integrativnu moć, u smislu proizvodnje zajedničkog kulturnog iskustva.

Pored toga, zadobijanje medijske pažnje i prilagođavanje medijskim standardima predstavljeno je fleksibilnije nego u Hjarvarda, koji insistira na visokom

profesionalizmu. Nekim standardima svi akteri željni medijskog prostora moraju da se povinuju, moraju znati kako se predstavljaju značajni događaji i problemi, kako se pribavlja javna podrška, ali Blamler i Gurvič posebno ne ističu da su to neutralni novinarski standardi, implicitno prihvatajući da će pristrasnost ostati stalna boljka. Samim tim, oni mogu posmatrati oportunističke infiltracije aktera i njihovu uspešnu samopromociju u medijima, a da ne zaključe da je to primer gubitka institucionalne autonomije, budući da je reč o "ratu" političara i novinara, koji u izbornim kampanjama moraju da se bore protiv negativnih poruka ili tematskog sužavanja debate. Dovoljno je da političari prilagode svoje delanje medijskoj logici, a da to ipak značajnije ne remeti njihov politički program, niti ih gura u ideološki centar, što se videlo i u kampanji Donalda Trampa, koja je po analitičarima televizije PBS izrasla iz medijske kulture američkog rvanja. Nije jasno kakav bi stav imao Hjarvard prema Trampovim frejmovima, uvezenim iz svojevrsnog „medijskog sporta” u informativu, koji prati personalizaciju i konverzacionalizaciju politike, ali ne i pristojnost i vrednosti srednje klase, oličene u simboličkoj logici medija. Umesto istraživačkog i analitičkog novinarstva imamo medijski spektakl.

S druge strane, mediji se od političara mogu braniti stvaranjem prostora za same građane, koji žele da iznesu sopstveno mišljenje u popularnim programima. Ova "talk show demokratija" svakako ima i negativnih strana, npr. pretvaranje političkih procesa u pop-kulturne narative sa dobrim i lošim momcima, a naspram rešavanja pravih problema građana. Štaviše, iskustvo sa Trampom još jednom pokazuje da su upravo i pop-kulturni okviri, poput Trampove instalacije američkog rvanja u političko-medijsku sferu, u stvari primer prilagođavanja političara izvesnoj medijskoj logici, koja nije zasnovana na novinarskom profesionalizmu. Rečju, moguće je da u ovakvom razvoju svi gube, i novinarstvo svoju ulogu u građanskom društvu, i političke elite u racionalnom rešavanju problema, dok se istovremeno u populističkim formama bore za glasačko telo. Pritom ne treba zaboraviti da su komercijalni mediji ipak pro-tržišni akteri koji priželjkuju da društvu postave adekvatna pravila. Ali Hjarvard se do sada nije podrobnije pozabavio mogućim vezama komercijalnih medija, marketizacije ekonomije i ideološke hegemonije. Samim tim, medijatizacija može da zadobije raznovrsnije forme nego što Hjarvard pretpostavlja, no u oblastima gde je njegova institucionalna perspektiva primenjiva, ona svakako treba biti iskorišćena.

2.2. Kulturalna perspektiva Andreasa Hepa i Nika Koldrija

Reč je zasigurno o viđenju koje je blisko britanskim kulturnim studijama Rejmonda Vilijamsa i Stjuarta Hola, te pokušajima sinergije sa kritičkom teorijom društva kod Dagleasa Kelnera, ali se ponajviše zasnva na radovima Pjera Burdijea i Bruna Latura, naspram gore pomenutog Gidensa. Kulturalna perspektiva naglašava *neformalne prakse* više nego Hjarvardov institucionalizam, i u snažnijoj je vezi s pojmom *medijacije*, budući da se oslanja na kulturne studije i donekle reorganizuje njene argumente. To što je medijatzacija za Andreasa Hepa, jednog od glavnih predstavnika ove perspektive, u stvari *tranzicija ka medijskoj kulturi*, a ne na transferu jedne institucionalne logike u drugo društveno polje, nosi poseban značaj. Kao i kod Koldrija, medijske, komunikacione, društvene i kulturne promene mogu biti povezane tananijim, suptilnijim i kompleksnijim nitima, i takvo tkanje ne mora uvek zadobiti jasne i čvrste oblike.

Tako postavljen problem zahteva definisanje pojmova medija i kulture, budući da tranzicija podrazumeva *medije kao matricu ili kalup* unutar kojeg se kultura razvija. Mediji su, stoga, sem tehnološkog sredstva, takođe i "*socio-kulturne institucije komuniciranja*" (Hepp 2013: 4). To jest, Hepa ne interesuju mediji u opštem smislu, kao internet ili štampa, već kao posebni listovi ili sajtovi, koji su deo veće društvene strukture. Komuniciranje je stoga uvek simbolička interakcija u posebnim uslovima, gde generalne karakteristike medijsko-tehnološkog sistema imaju manji značaj. Kulturu onda razumevamo u kontekstu proizvodnje značenja koja su svakodnevno društveno konstruisana. *Kultura obuhvata klasifikatorske sisteme, odnosno diskurzivne formacije koje pokušavaju da organizuju znakove u posebne obrasce, nailazeći uvek na otpor.* Mnoštvo praksi, čiji su odnosi međusobno kontradiktorni, deluju istovremeno, te rezultirajuća simbolička konstelacija jeste u stvari proizvod odnosa moći. Hepa najviše interesuje moć medijskog oblikovanja kulture, mada proces svakako nije jednosmeran.

Hep se ograđuje od stavova *kritičke i medium teorije* koje podrazumevaju moćne medije. Opisi ovih pristupa kod Hepa su prilično šturi, što ih redukuje na njihove manje ili više anahrone aspekte. U prvom slučaju, industrija kulture, koja proizvodi masovne kulturne fenomene, naglašava pseudo-individualnost i pasivnost publike, pretvorene u

potrošače osujećene u nastojanju da kritički misle. Industrija standardizuje elemente svakodnevnog života, odnosno reprodukuje konformistički obrazac ponašanja. Stereotipi, više nego eksplicitna ideologija, vladaju u masovnoj kulturi. Hep smatra da kritička teorija ne traži kontradiktornost u kulturi, već se koncentriše samo na njenu industrijsku kolonizaciju, te naglašava kako shematizovanu, omasovljujuću stranu kulture, tako i njenu ulogu kao sveprisutnog resursa sa kojim pojedinci mogu i da pregovaraju. Hep u stvari dijalektikom, metodom kritičke teorije, problematizuje neke nalaze te iste teorije, gubeći iz vida celinu koju takva perspektiva pokušava da zahvati. Medijska kultura, dakle, nesporno poseduje izvesnu dinamičnost, koja po Hepu (Hepp 2013: 16) izmiče iz vidokruga i medium teoriji, tako što sociokulturnu promenu suviše oslanja na ideju dominantnog medija, umesto na kompleksnijim aranžmanima u kojima bi se uzelo u obzir više faktora, mada Hep ne pokazuje da li medium teorija zaista to i čini. Na sreću, Hep svakako ne raskida ni sa kritičkom niti medium teorijom, ali ih smatra manje fleksibilnim u procenjivanju postojećeg stanja medijske kulture.

Shodno složenijem i protivrečnijem viđenju procesa, Hepu ne odgovara ni ideja unitarne medijske logike, bliske institucionalnoj perspektivi Stiga Hjarvarda, zamišljene prvenstveno kao logike masovnih medija i njene infiltracije u druge oblasti. Logika se razume kao moć komunikativnog oblikovanja naše percepcije društva, odnosno sposobnosti stvaranja određenog interpretativnog okvira, koji nameće ograničenja delovanju drugih institucija. Usvajanje medijske logike u drugim institucijama dolazi nakon tehnološkog proširenja komunikacije u vremenu i prostoru, medijskog posredovanja određenih društvenih aktivnosti, i amalgamacije kao zamagljivanja razlika između medijskih i ostalih praksi. Tome Hjarvard pridodaje institucionalizaciju medija, opisanu u prethodnoj glavi, kojom se dodatno umanjuje heterogenost medijskog uticaja. Umesto linearne, jednodimenzionalne logike, koja sasvim autonomno širi svoj uticaj, Hep (Hepp 2013: 46) smatra da bi valjalo *medijatizaciju posmatrati kao formu strukturiranja društvene interakcije, uzimajući u obzir problem moći, delovanje samih subjekata i značenja koja oni pripisuju svojim akcijama*. Ali pitanje moći, tog jezgra kritičke teorije, biće samo marginalno ispitano.

Medijatizaciji, dakle, valja dijalektički pristupati (Hepp 2009), i *analizirati medije unutar kulturne promene*. Premda medijatizacija jeste prvenstveno koncentrisana na moć medija, oni nisu usamljeni pokretači u društvenom polju, već je promena uvek

višedimenzionalna. Međuodnos medijsko-komunikacione i socio-kulturne promene vrlo je promenljiv, te valja jasno ukazati kakva to medijska i transformacija simboličkih formi može da dovede do sistematskih promena u kulturi i društvu, koji i sa svoje strane doprinose jednačini. Štaviše, ono što Hep želi jeste da *utemelji medijaciju na mnoštvu medijacija*, odnosno susreta sličnog, tenzija i premošćavanja različitog, to jest *reorganizacija konekcije između društvenih aktera i medija*. Medijacija, primera radi, nastoji da u specifičnim lokalnim kontekstima suoči atomizovane i kolektivizovane elemente, uniformnost i kreativnost, što govori o bogatstvu aktera koji u komunikacionom odnosu učestvuju. Ali Hep ne spominje ko su ti akteri, kakve interese predstavljaju i da li se i za šta bore. Mnoštvo logika, konfliktnih ili integrativnih, deluju simultano, pa se u konstantnim pregovorima međusobno rekonstituišu, ali nije jasno šta je njihov proizvod, na primer, da li je to hegemonija? Tako Hep (Hepp 2013: 38) i Holov model kodiranja i dekodiranja smatra značajnom konceptualizacijom procesa medijacije, u smislu da *medijacija podrazumeva neprekidno kretanje značenja, otvorenu cirkulaciju znakova, u okviru čega se može locirati medijacija kao transformacioni proces*. Ali tu je Hol neko ko ne postavlja pitanje o povratku potisnutih i ponovnom otkrivanju ideologije.

Hep uopšteno opisuje medijaciju kao nedovršen i dugoročan “metaproces”, koji se može predstaviti generalnim teorijskim konstruktima. Hep panoramu Bruna Latoura smatra najpogodnijom u tom pogledu. Laturovo stanovište, koje Ivana Spasić (2007: 46) naziva materijalno-semiološkim, istražuje *mreže kao opipljive veze ljudi, objekata i značenja, tretirajući ljude i stvari podjednako kao aktere*, jedinice diskursa sa specifičnom ulogom. Izvori delanja stoga nisu samo živi subjekti, nego bukvalno bilo šta što doprinosi razvoju posmatrane situacije, ono što donosi nešto novo, neku razliku, i modifikuje mrežu. “Svaka stvar koja modifikuje postojeće stanje jeste akter” (Latour 2005: 71), objekti su ne samo ravnopravni već bez njih nema ni objašnjenja društvenih asimetrija i problema moći. *Materijalne stvari su za Latoura deo društvenog poretka, to jest, poretka nema bez mašina ili odeće*. Tehnologija je kako pozadina za delanje, tako i nešto što prožima ljudsku egzistenciju. Jasno je, dakle, antiprosvetiteljsko detroniziranje čoveka, oduzimanje privilegije i posmatranje zajednice kao celine, u kojoj akteri mogu biti i neživi. Valja izaći iz “zatvora socijalnog” (Ibid: 114) kako bi se video kako istinski izgleda stvarni svet.

Mreža se uspostavlja procesom prevođenja, kojim akteri uspeavaju da se međusobno povežu. Reč je o prilagođavanju različitih volja, interesa, identiteta, tako da se mnoštvo volja predstavi sa što manje glasnogovornika, što se može postići spletkama, ubeđivanjem, čak i nasiljem, ali prilikom čega i dominantna volja biva reformulisana da obuhvati ostale. Pritom akteri moraju dobrovoljno ostati u mreži, prihvatiti da je očuvaju i na neki način brinu o njoj. Kao što vidimo, Hep ne imenuje te aktere, iako u načelu prihvata da će neko u mreži dominirati a ne e vladajućima prilagođavati, tako da se metafora mreže eksplicitnije ne dotiče njenih jačih čvorova. Mogu se očekivati rekombinovanja i prespajanja, budući da je mreža ponajviše to kretanje i prestrojavanje, odnosno koncept pomoću kojeg se nešto može opisati, a ne sam entitet koji se opisuje. Društvo koje se objašnjava pomoću mreža pokazuje se kao vrlo nestabilno i dinamično, kako inovativno tako i destruktivno. U stvari, *distorzije, propadanje i promene su pravilo u Laturovoj sociologiji, a institucije su izuzeci*. Takvo društvo, na osnovu rečenog, ne može biti posmatrano samo iz ugla potencijalne političke emancipacije, tako što bi sociologija izbacivala čitave aktere, pogotovo neljudske, iz onog “društvenog” (Spasić 2007: 58). No, u svom trudu da prihvati i objekte kao društvene aktere Hep ostavlja nejasnim kako ta mreža povezuje moć, subjekte i značenja.

Dakle, ako se držimo Latura, *medijacija podrazumeva “asocijacije između heterogenih elemenata”* (Latour 2005: 5), koje u nekom trenutku mogu da zadobiju oblik medijalizacije. *Socijalno za Latura*, kako on sam kaže (Ibid), *nije lepilo već ono što je slepljeno, to jest, ne datost već ono što se stvara*, a što je proizvod povezivanja materijalnih i ljudskih elemenata, tako da je institucija tek jedan momenat u tom procesu. Latur govori o “*moći objekata*” (Ibid: 83) prema kojem se živi svet upravlja. Njegova interesantna ilustracija sa babunima pokazuje kako on vidi delovanje neživih stvari. Naime, u kontrolisanim uslovima, gde svi babuni dobijaju jednake i redovne obroke, i ne postoje materijalni resursi zbog kojih bi se razvili sukobi, odnosi moći će naći novi oblik, odnosno, babuni će “lepim ponašanjem” nastojati da izbore poziciju u grupi. To ne znači da su materijalni uslovi sasvim odredili ovo preuređenje odnosa među babunima, ali za Latura znači da isti više ne mogu da se ignorišu. Andreas Hep u stvari traži ekvivalent ovome u vidu medija, koji bi oblikovali ili “ukalupili” ljudske odnose, ali ih ne bi u potpunosti odredili, pogotovo ne u vidu određene institucije, što bi

bilo nešto isuviše stabilno i bliže konceptu nego stvarno postojećem stanju. Laturov ekstremni zaključak da su “*stvari, kvazi-objekti i veze istinsko središte socijalnog sveta*” (Ibid: 238) jeste u temelju potrage za asocijacijama koje ne sadrže samo socijalne elemente, već podjednako medijsku tehnologiju.

Laturova panorama stoga bi bila jedna redukcija sveta na specifičnu sliku, prikaz celine, narativ koji bi naglasio proces medijatzacije. Premda Hep zaobilazi Laturove napade na kritičku sociologiju, on zadržava viđenje mreže sastavljene od objekata i ljudi, koje smatra komplementarnim pristupu Rejmonda Vilijamsa. Vilijams medije tretira istovremeno kao tehnologije i kulturne forme, izbegavajući ekstreme poput autonomne proizvodnje društva od strane tehnologije, ili totalne marginalizacije medija u proučavanju društvenih promena. Tako tehnologija može deliti uticaj sa ljudskim nameravanim delanjem. Štaviše, društvo i tehnologija mogu međusobno da se određuju i proizvode promene koje nisu ni determinističke niti sasvim konstrukcionističke. *Ulančavanje ljudi i ne-ljudskog, stvaranje jednog društvenog odnosa između stvari i aktera, jeste preduslov postojanja mreže kao skupa sila. Mediji kao deo lanca učestvuju i u stvaranju mreže, koliko kao složene, institucionalizovane ljudske prakse, toliko i kao tehnološki aparat. Medije, dakle, ne možemo predstaviti bez delanja, štaviše, za Latura je tehnologija način da socijalno ostavi trag koji istraživač može da prati (Latour 2005: 119). Ali možemo zamisliti njihov specifičan doprinos kao kalupa budućeg razvoja, pre svega kroz institucionalizaciju i refikaciju komuniciranja.*

“Sile medijskog modeliranja uvek moraju da se istražuju u svom odnosu sa ljudskim delanjem, posebno (ali ne i ekskluzivno) komunikativnim delanjem... Modelirajuće sile medija su prvo artikulisane u sopstvenoj aproprijaciji kao proces kulturne lokalizacije. Mediji, kao postvareni i institucionalizovani okviri sastavljeni od brojnih komunikativnih delanja, postaju ‘moćni’ u isprepletanim praksama; i ovaj proces nije kauzalan niti autonoman, već realizovan kroz oblikovanje delanja” (Hepp 2013: 60). Mediji kao kompleksi “zgrušanih” praksi realizuju svoj modelirajući potencijal na različiti način u različitim komunikacionim situacijama. “Ovaj potencijal e prvo razvija kroz proces aproprijacije, koji karakteriše mnoštvo praksi koje značajno prevazilaze uobičajenu ideju 'korišćenja' nekog posebnog medija” (Ibid: 60). Komuniciranje ne može biti razdvojeno od ne-medijskih oblasti, već moć komuniciranja počiva na njima, nameće svoju volju ili ne uspeva u tome. Društveni odnos je, dakle,

uvek najverovatniji izvor komunikacione moći, nešto što daje trajnije osnove komunikacionim praksama, odnosno podršku pri konstrukciji realnosti. Međutim, za sada volju za moći u ovoj teoriji poseduju samo babuni. Odnosno, mi ne znamo kakvi odnosi su izvor komunikacione moći, niti ko društvu nameće određena pravila i prakse. Znamo samo da se društveni odnosi sada održavaju putem medija.

Hepova glavna briga upravo je pitanje šta se dešava sa onim resursima koji su najznačajniji za proizvodnju značenja, posebno kada kultura i društvo postaju nezamislivi bez medija. Rečju, kada dolazi do svojevrsne *društvene konstrukcije medija kao samog centra društva*, kada i druge institucije doživljavaju medije kao središte poretka, te i sama kultura počiva na medijskoj infrastrukturi. Hep smatra da kultura kao skup klasifikatorskih sistema i diskurzivnih formacija, unutar kojih se konstantno proizvode i artikulišu značenja, s medijskim posredovanjem prerasta u *translokalni zbir kulturnih obrazaca*, koji dotadašnje društvene svetove medijalizuju, čine ih zavisnim od medija. U današnjem svetu, to se prvenstveno odnosi na grupe koje žele da prevaziđu geografsku udaljenost, bilo da su to dijaspore ili politički subjekti, poput društvenih pokreta, koji su usled globalizacije i sami planetarno rašireni, a koji pomoću promena u svakodnevnom ljudskom ponašanju pokušavaju da sprovedu izvesnu političku ili društvenu promenu. U potrazi za identitetom, pokreti se oslanjaju na medije, tvoreći imaginarnu zajednicu i transformacione projekte, nastojeći da redefinišu dominantne kulturne obrasce. No, Hep se pojašnjava kako je do ideološke hegemonije uopšte i došlo.

Kritičko viđenje medijskih kultura stoga je vezano za pitanje ove kulturne artikulacije, stalnog pokušaja prevrednovanja obrazaca. Samim tim, interesantan je i problem veze kulturnih artikulacija sa odnosima moći, upravo u smislu toga šta će biti konstruisano kao kulturni centar, kakve komunikacione prakse će biti institucionalizovane i postvarene, i čemu će mediji obezbediti postojanost. Štaviše, upravo su *mediji te institucionalizacije i refikacije komuniciranja* (Hepp i Hasebrink 2014: 257). *Infrastruktura, tehnologija i interfejsi ograničavaju dalje komunikaciono delanje, a oni sami su proizvod odnosa moći*. Stvorene komunikacione figuracije suštinski su tematski okviri koji usmeravaju komuniciranje i tome shodno simboličko konstruisanje realnosti. Tako je medijalizacija u Andreasa Hepa ili Fridriha Kroca (Krotz 2014a: 137) zamišljena kao jedan od procesa koji pokreću današnja društva,

naime, individualizacije, komercijalizacije ili globalizacije. Njihova međuigra mora u početku biti uzeta u obzir, kako bi se medijalizacija apstrahovala kao zaseban proces. Ipak, ostaje upitno da li i kako taj proces reprodukuje dominaciju.

U kulturalne okvire smešta se i viđenje medijalizacije Nika Koldrija, koji svoju perspektivu temelji na teoriji polja Pjera Burdijea, koji je inače u ambivalentnom odnosu prema Latorovom radu, bivajući mu uzor u ranoj i suparnik u kasnijoj fazi. Ipak, Burdije i Latur, prilagođeni medijalizaciji Hepa i Koldrija, mogu se posmatrati komplementarnijim nego inače. Za Koldrija Latur ostaje nedorečen u pogledu otvorenosti i složenosti kulture, koju kategorija mreže uz negiranje socijalnog ne može pravilno obuhvatiti. Bogatstvo socio-kulturne sfere, a naspram Latorove teorije akteramreže, za Koldrija je bolje obuhvaćeno burdijeovskim pristupom. Ono takođe pokušava da desubjektivira dejstvenika, ne daje mu sasvim aktivnu i slobodnu pokretačku snagu, već ga smešta u situacije dubokih *socijalnih asimetrija*, privilegovanih dominantnih i osujećenih dominiranih, tako da se različite pozicije u društvu „simbolički prevode” u životne stilove i oblike shvatanja, zapažanja i procenjivanja (Burdije 2008: 156). Za Burdijea je, kao i za kritičke teoretičare, ostalo bitno pitanje odnosa između nečije društvene pozicije i svesti, tako da ljudi ne deluju u skladu sa sopstvenim interesima i ne prepoznaju sebe kao subjekte suprotstavljene postojećem poretku. *Usled konfliktne prirode društva i trajnih borbi za moć, nejednaka distribucija simboličkih formi podjednako je važna koliko i ekonomski aspekt dominacije*. Štaviše, dominacija se ispoljava na različite načine u posebnim poljima, u skladu sa njihovim specifičnim logikama, te je centralističko gledanje na dominaciju kod Burdijea otežano. Umesto središta, imamo *prelamanje dominacije kroz razna polja i njihove simboličke kapitale*, bilo da je to obrazovni, ekonomski, kulturni ili politički kapital. Ne postoji, dakle, ujednačena totalizacija društva, niti možemo znati koji kapital će biti najzastupljeniji i najcenjeniji u nekom društvu, mada valja naglasiti da Burdije prihvata snagu „ekonomske osnove posmatrane društvene formacije” (Burdije 1999: 168), ali smatra da je to pre početak nego zaključak nekog istraživanja.

Habitus, koji predstavlja izvesni sistem internalizovanih dispozicija, kognitivnu strukturu pomoću kojih se ljudi orijentišu u društvu, razvijaju određena očekivanja i sklonosti, rezultat je zauzimanja neke pozicije u društvu i nesvesno usvojen kao iskustvo, odnosno način mišljenja koji ograničava slobodu pojedinca i usmerava ga da

vrši sopstvenu ulogu (Ricer 2009: 282). To ipak zavisi od količine i strukture kapitala, odnosno zastupljenosti neke vrste kapitala u društvu, te nivoa uključenosti aktera u tu strukturu. Pozicioniranost je stoga od presudnog značaja. U vrlo *nestabilnom i izdiferenciranom društvenom prostoru*, koji je kod Burdijea zamišljen kao niz relativno autonomnih polja, neke oblasti poseduju kapacitet da logiku svog funkcionisanja nametnu drugima. Neko polje može da postigne toliku autonomiju da uspeva da nametne svoje norme i sankcije mnoštvu aktera, no čak i tada ostaje podložno zakonima “ekonomskog i političkog profita” (Bourdieu 1993: 39). Samim tim, trenutno dominantno polje može da pokuša da reprodukuje sebi svojstvene odnose sile i u drugim poljima, koji te odnose, usled relativne autonomije, ipak konfigurisu u „preobličenom vidu“ (Birešev 2013: 50), a pored toga najdominantnija polja zadržavaju neki stepen uticaja. Dakle, *dominacija se ispoljava na pluralistički način*, pri čemu je i stvarnost specifično konstruisana, više rasparčana, nego jedinstvena.

Iako ovako zamišljena teorija polja ima teškoće da obuhvati pitanje medija, Koldri pokušava da pomiri Burdijeove ideje sa medijacijom kao meta-procesom, posebno sa simboličkom moći medija, budući da je reč o totalizujućoj tendenciji koja ne odgovara viđenju izdiferencirane dominacije, razbacane u mnoga polja društva. Premda mediji mogu u nekim slučajevima biti pivotalni, pogotovo kada cirkulišu znanja specijalizovanih polja ka široj publici, oni su takođe heteronomni, zavisni prvenstveno od ekonomskih pritisaka, što bi, sagledano zajedno, podrazumevalo i povećanu ranjivost ostalih polja koji u cirkulaciji učestvuju. Ovakvo viđenje samih burdijeovaca Koldri (Couldry 2003) pokušava da koriguje poimanjem *medija kao meta-kapitala*. On primećuje da je i unutar takve teorije polja primećena *tendencija ka konvergenciji čitavog niza polja*, pogotovo u kontekstu sve promenljivije društveno-ekonomske sredine. Već u ispitivanju odnosa novinarskog i političkog polja nastaje problem kako je moguć tako direktan uticaj jedne na drugu sferu, kada bi moralo doći do nekog rekonfigurisanja, odnosno preoblikovanja logike, ako se namerava zadržati princip relativne autonomije polja. Kako bi se obuhvatila sva složenost odnosa politike i novinarstva, možda čak mora da se postulira svojevrsna cirkularna logika. Može se formulisati i zajednički novinarsko-politički prostor, ali se tako u ime konvergencije narušava prvobitno zamišljena diferenciranost društva.

Pozni Burdije kao da registruje jednu snažniju i obuhvatniju simboličku moć konstruisanja društvene realnosti, koja modifikuje i samu teoriju polja. Burdije se vraća ideji simboličkog sistema koji može da legitimizuje svetonazor kompletnog društva. Koldri smatra da se kod Burdijea to pre svega odnosi na *državu*, koja kao *koncentrisani i akumulirani skup raznih kapitala može da odredi kakve će odnose imati različita polja, da odredi razmensku vrednost njihovog kapitala, i šta uopšte predstavlja kapital u određenom polju*. To jest, društveni odnosi već jesu simboličke interakcije, odnosno “komunikacijski odnosi koji u sebi sadržavaju poznavanje i prepoznavanje”, kao i “odnosi simboličke moći u kojima se realiziraju odnosi snaga između govornika odnosno između njihovih grupa” (Bourdieu 1992: 13, 14). Država određuje legitimne načine izražavanja i sankcioniše nepoželjne jezičke razmene. Za Koldrija, mediji takođe poseduju takvu vrstu meta-kapitala, te kao i država mogu uticati na oblik habitusa kao “matrice opažanja, vrednovanja i delovanja, i omogućava izvršavanje velikog broja različitih zadataka” (Burdije 1999: 162). *Medijske reprezentacije od ključnog su značaja, jer svojom obradom informacija, bilo proizvodnjom kognitivnih frejmova ili agenda-settingom, mogu da restrukturiraju funkcije drugih polja u društvu*. Ovim bi bila potvrđena *koncentracija simboličke moći medija*, i povezane Burdijeove (2000) ekstravagantnije naučno-popularne tvrdnje o medijima sa njegovom istančanim teorijom polja.

Koldri (Couldry 2014: 231) naglašava da time socijalno kod Burdijea ne postaje unitarno, niti da mediji mogu efikasno funkcionisati u svakom polju, ali da dinamičnost i višedimenzionalnost društva u “doba medija” mora biti sagledana u sklopu medijatiizacijskog procesa, budući da danas ljudi svet konstruišu i uz pomoć medija. S druge strane, medijatiizacija je zainteresovana za transverzalne efekte medije, odnosno transformacije u više polja društva, što je možda bilo teže registrovati prilikom prvobitnog razvijanja teorije polja. Kao i država, mediji poseduju meta-kapital pomoću kojeg uređuju odnose između drugih polja i njihovih kapitala. Štaviše, akteri u drugim poljima mogu da se oslone na medijske resurse prilikom uspostavljanja dominacije u sopstvenom polju. Plastičan primer je prednost ‘TV analitičara’ koju je moguće unovčiti i u akademskom polju, mada je svakako pitanje društvenih pokreta relevantnije za Kastelsa, čija je teorija, za razliku od Burdijea, manje fatalistička u pogledu političke emancipacije.

Ipak, ostaje nejasno na šta na kraju Koldri cilja sa idejom medijskog metakapitala. Ako je, kao i kod države, reč o koncentraciji različitih kapitala u jedan sistem koji ih definiše i određuje im razmensku vrednost, medije to ne čini autonomnim institucijama u hjarvardovskom smislu. Dok se Hep fokusira na haotično mnoštvo praksi, gde je jasan oblik izuzetak od pravila, a da pritom ne razmatra slabost takvog mnoštva da se suprotstavi nosiocima moći, Koldri insistira na konvergenciji niza polja i monolitnoj moći medija, bez razjašnjenja u kakvom su odnosu državni, privredni i medijski metakapital. Takođe, Koldri zanemaruje analizu metakapitala digitalnih medija, gde medijske reprezentacije ne konvergiraju već i divergiraju, istovremeno raspiaju medijske sadržaje koje mogu da proizvode svi ali na drugom nivou koncentrišu svoju simboličku moć putem praćenja i kontrole korisnika, tako da i digitalni mediji doprinose opstanku postojećih hijerarhija.

Možemo stoga reći da je institucionalna podvrsta medijatizacije skladnije razvijena, i da kulturalna perspektiva ne uspeva sasvim da konsoliduje sopstveni argument, ali da je neverovatno širenje kompjuterom posredovanog komuniciranja nedovoljno uklopivo u Hjarvardove okvire. Stoga se medijatizacija nalazi između institucionalizma koji nije uvek upotrebljiv, i pokušaja da se u kulturalnoj perspektivi razviju koncepti kojim bi se mogli razmotriti komplikovani društveni odnosi. Kampanja Donalda Trampa pokazuje nedostatke Hjarvardove pozicije, budući da Tramp zaobilazi klasične medijske institucije i preko društvenih mreža ne samo da šalje sopstvene poruke, nego one bivaju korigovane od strane miliona njegovih pratilaca (Tufekci 2016), retvitovima, lajkovima i drugim pokazateljima popularnosti. Time stari i novi mediji ulaze u protivrečan odnos. Ne samo da televizijske mreže deluju nemoćno pred Trampom, već on svoju poruku istinski proizvodi u interakciji sa tviterašima, kako samim brojem retvitova tako i komentarima istih. Ispostavlja se da je on političar koji je putem društvene mreže sasvim u kontaktu sa svojim biračkim telom, da je komunikacija dvosmerna, i da tako ojačana poruka dolazi do televizijskih mreža. Tu institucionalni pristup pokazuje svoju ograničenost, kao i slučaju drugih kulturnih fenomena koji ne mogu dostići nivo institucije ali jesu medijski oblikovani.

2.3. Materijalno-tehnološka perspektiva

Za prethodne perspektive može se reći da se oslanjaju ili na institucionalizovanu medijsku logiku, ili da pokušavaju da komunikacione promene razmotre u više različitih konteksta (Hepp i Hasebrink 2014: 250). Pritom je institucionalno viđenje pretežno vezano za studije masovnih medija, dok je kulturalni pristup otvoreniji za nove komunikacione platforme. No, iako najmanje zastupljena i razvijena, materijalna ili tehnološka perspektiva ističe se po najvećem insistiranju na samim tehnološkim objektima, i neophodnosti revizije medijatiizacijskog procesa usled digitalizacije medija. Za zastupnike materijalno-tehnološke strane, druge perspektive gotovo sasvim zanemaruju da u svakom trenutku medijskog komuniciranja imamo posla s tehnologijom. Nils Fineman (Finnemann 2014: 298) čak zamera Andreasu Hepu čudnu definiciju medija kao sociokulturnih institucija, i totalno zanemarivanje internet protokola i medijskih tehnologija, pogotovo nakon što su digitalni mediji uneli značajne promene u postojeću konstelaciju.

Fineman naziva medijskom matricom samu *materijalnu strukturu koja svuda univerzalno nameće iste prostorno-vremenske granice i određeni repertoar*. Ipak, matrica može biti upotrebljavana na različite načine, te medijski sistem može zadobiti drugačiji oblik, zavisno od datog društva. To jest, iako je upotrebljivost ograničena karakteristikama tehnologije, njena konačna utilizacija zavisi od brojnih društveno-ekonomskih faktora, kao i kulturnih potreba. Iako Finemanova pozicija poprilično nalikuje kulturalnom pristupu, stav koji on unosi u postavku je upravo Laturova kritika modernističke predrasude o radikalnoj razdvojenosti ljudi i stvari, u ovom slučaju medija. Time u stvari Latur biva iskorišćen na nešto drugačiji način, možda čak i ispravnije, budući da Hepova definicija medija ne naglašava *hibridne veze ljudi i medija*, koje Laturova mreža podrazumeva, a medium teorija ustoličava.

Štaviše, digitalizacija zamagljuje granice između neposrednog i medijskog komuniciranja, kao i između medijskih i ne-medijskih sfera, pogotovo zato što je za medium teoriju i sam govor jedna vrsta medija. Fineman ide dalje od uobičajenog poimanja medija, toliko da sam priznaje da su za njega sve trenutne konceptualizacije restriktivne. Da li je medijatiizacijski problem, primera radi, to što je savremena fizika svoje objašnjenje univerzuma formirala na osnovu podataka dobijenih digitalnim napravama? Da li je naš pogled na svet uslovljen digitalizacijom proizvodnje znanja u raznim poljima, i koliko je to relevantno za medijske studije? Fineman ne daje konačan

odgovor na ovo, ali ostaje pri stavu da se *o medijima ne može misliti kao o izdvojenim entitetima, već kao o stalnim učesnicima u fizičkoj, biološkoj i mentalnoj dimenziji života.*

Istaknutiji istraživač i kritički teoretičar Skot Leš (Lash 2002: 15) još je eksplicitniji. On tvrdi da ljudi pronalaze smisao u interfejsu čoveka i mašine, i da su u odnosu sa sopstvenim društvom i životnom sredinom pomoću tehnoloških sistema. Čak i biološki život ima tehnološku formu, i same pojedince valja zamišljati u sklopu informaciono-komunikacionih tokova. Individue u postmodernom dobu nemaju neki poseban narativni vodič, sem kratkotrajnih informisanja putem interfejsa, u smislu pojedinačnih konsultacija, suštinski internet pretragom kojom se kratkotrajno uvodi red u haotičnu mećavu podataka. Umesto dubljih sociokulturnih veza imamo samo tanke komunikacione mreže, upravo nestanak socijalnog. Kao Bodrijarov učenik, Skot Leš prognozira *informacionu dezintegraciju društvenih struktura*. Čak i društveni pokreti, koji bi trebalo da su usmereni na reformu tih struktura, kao da se guše u samim sredstvima pomoću kojih žele postići cilj. Naime, u intenzivnom informacionom umrežavanju kao da je i početak i kraj takozvanog dobrog života. I kulturne vrednosti obitavaju u interfejsima.

Interesantno je da se i Leš okreće Laturu, ovaj put kao portparolu objekata, čiji mozaik čini stvarnost. Ljudski i ne-ljudski akteri proizvode realnost tkanjem mreža. Stvari učestvuju u medijaciji i na neki način donose sudove unutar mreža u kojima se nalaze. Oni to ne čine samo zato što sopstvenom proliferacijom primoravaju ljudske subjekte na refleksiju. Leš (Lash 2002: 54) smatra da Latur ide dalje od uobičajene privrženosti francuskoj tradiciji utemeljenja logičkih klasifikacija u nelogičkim. “Mnogo radikalnija je ideja da stvoreni objekti, oslobođeni od refleksivnih subjekata, sami preuzimaju na sebe moć refleksivnog suđenja”. Znanje je otelovljeno u objektima.

No, Leš takođe konsultuje i Valtera Benjamina u konačnoj oceni objekata. Latur nalazi emancipaciju i slobodu inovacije u objektima, dočim Benjamin vidi gubitak aure, samog duha objekta. Mehanička reprodukcija uklanja autentičnost i životnost kulturnog artefakta. Mrtvi, sekularni svet objekata svaku estetiku ili istoriju čini nemogućom ili besmislenom, jer preostaje samo raščarani i usamljeni medijski horizont. Ovakvo tumačenje Benjamina, u paru sa Laturom, Leša dovodi do zaključka o *totalnoj*

medijalizaciji, naime, podvođenju društva i socijalne teorije pod paradigmatu medija. Tako umesto postindustrijskog društva ili postmoderne kulture imamo - medije.

Mediji više ne reprezentuju niti interpretiraju već prezentuju. Za proizvodnju dobara informacija neće biti presudna, niti će proizvodnja znanja postati najvažniji faktor, ali ipak će *informacionalnost zameniti društvenost*. Mediji stoga nisu više nešto izdvojeno u odnosu na društvo, koje bi trebalo da predstavljaju, budući da se društvo više ne reprodukuje. Eventualna reprodukcija neutralizuje se konzumiranjem, upada u krizu trošenjem i stvaranjem smeća, i rezultira *brisanjem simboličkog*. Umesto toga imamo hroničnu nestabilnost i promenu, odnosno stanje u kojem je transmisija smisla od generacije do generacije onemogućena, kada, dakle, simboli ne simbolizuju i znakovi ne znače. U kontekstu ovoga Leš (Lash 2002: 216) spominje i Manuela Kastelsa, koji u poznijim radovima zanemaruje proučavanje “režima smisla”. Naspram polja socijalnog, koje funkcioniše kroz značenja, Leš locira Kastelsov fokus na mreže i njihovu operacionalnost. *Tokovi ništa ne znače, oni samo rade*, i Leš ide bodrijarovski daleko da razdvaja parole od langue. Kompjuter ima svoj jezik i nije zainteresovan za smisao onoga što u kompjuter unosimo, već ga svodi na nule i jedinice, tako da individualna parola biva obezličena obradom. Pritom se razbija označujući lanac, svodeći informacione tokove na *čist performans, na algoritam*.

Operacionalni sistem je indiferentan, i nije mu potrebno ideološko opravdanje. Medijalizacija, kao gotovo patološko umnožavanje medija, prosto je “okupirala i rekonstituisala socijalno” (Lash 2007: 72). Društvo u kojem mediji ulaze u sve sfere života više ne funkcioniše tako da reguliše fenomene koji nisu u skladu sa normom, to jest da nameće neka univerzalna pravila. Mediji sami imaju svoj niz instrukcija, koje moraju biti ispunjene, algoritmi moraju da budu sprovedeni, nakon čega je sasvim irelevantno što će se u različitim uslovima proizvesti različite posledice. Ako je pre digitalnog doba postojalo pitanje šta će se učiniti, novu tehnologiju interesuje kako će se nešto činiti, a pritom proći kroz računarski kod.

Po Lešu ne postoji neki univerzalni kulturalni kod, pogotovo ne onako kako je to kritička teorija podrazumevala, tražeći instrumentalnost u različitim društvenim oblastima. Naspram industrijske proizvodnje kulture klišea i standarda, medijalizacija se ostvaruje produkcijom razlike, specijalizacijom produkata i svojevrsnim *samoupošljavanjem potrošača*. Leš vidi Adorna kao kritičara tretmana kulture kao robe,

tako što, kao i priroda, postaje materijal koji se obrađuje pre ulaska na tržište. Umesto forme koja uzdiže i obrazuje, kultura postaje tek sredstvo u kapitalističkom poretku. Savremena medijalizacija fragmentira tu formu, uz pomoć tehnologije rekombinuje njene elemente, a ponajviše “*molekularizuje*” sadržaj (Lash 2007: 78). Informacionalizacija je dekorativna, ostavlja samo površinu i efemernost, na osnovu kojih subjekti u svojoj intimi mogu da se igraju, i eventualno da konstruišu neke lične narative.

Ispostavlja se da je *medijalizacija u stvari tehnologizacija kulture i društva, tako što operacionalnost zamenjuje opšte narative*. Leš smatra da su video igre možda najbolji primer medijalizovanog sveta. Kod njih upravo imamo više operacionalnost nego značenje, imamo izvršavanje određenih poteza, možda čak i kolektivnog iskustva ako se igra na internetu. Postoji osećanje stalne promene, šokova, ali i kontinuiranosti, kao da društvo nešto radi, kao da postoji neka regulacija, a ne *simulatorska mašina*. Leš ostaje nedorečen u pogledu konačne ocene ovako autopojetičkih individua i društava. Uostalom, veći deo materijalne perspektive svelo se na ekstravagantno teoretisanje, i većinu dilema mogu pokriti ranije pomenuti pristupi. Ipak, materijalno ili tehnološko viđenje ističe karakteristično življenje sa medijima, adaptaciju na njih, normalizaciju odnosa, stvaranje kulturalne forme koja bi medije učinila neophodnim tkivom društva, međuljudskih i ljudsko-tehnoloških veza.

Prethodno predstavljeni istraživački pristupi medijalizaciji nevoljno su to priznavali, sa visokom skepsom u pogledu procenjivanja efekata tehnologije. Uobičajen je stav da tehnodeterministi zaobilaze sam proces društvene konstrukcije, te da prakse stvaraju i tkivo samih medija, zbog čega medijalizacija ne može da izučava sociokulturne promene kao posledicu same tehnologije (Couldry & Hepp 2017). Ipak, neko razmatranje tehnologije je prisutno. Na primer, Hjarvard prihvata Mejroviceve nalaze, jer smatra da je on najviše empirijski proveravao teze medium teorije, a oslanjao se i na Gofmanov teatarski model simboličke interakcije i time napravio značajan otklon od tehnodeterminizma. To jest, društvene uloge, koje su ranije imale svoje vreme i mesto, sada su se našle u elektronskoj mešavini vremena, prostora, uloga i statusa, budući da mediji “udružuju mnoštvo nekad različitih društvenih situacija u zajedničko komunikativno kolo” (Hjarvard 2013: 64). Novonastali “srednji region” je ujedno javan

i privatan, i primorava ljude da koriguju sopstveno ponašanje, jer njihova intima se ukršta sa javnim delanjem u potencijalno opasnu kombinaciju.

Za istraživače medijalizacije privlačnost medium pristupa u objašnjavanju karaktera naših društava je razumljiva, ali trebalo bi razmotriti kako mediji kao “kompleksi institucionalnih i reifikovanih komunikativnih aranžmana” (Hepp 2013: 16) zaista proizvode određene efekte. To jest, Hep smatra da valja uvažiti sociokulturne specifičnosti, uzeti u obzir komunikativno delanje i društveni kontest, bez precenjivanja uticaja samih medija, pogotovo stvari ne redukovati na *kulturu jednog medija*, što se veruje da čini medium teorija. Umesto tako ograničene perspektive, Hep smatra da treba razmotriti kontradiktornost medijskih kultura. To jest, kao i Fridrih Kroc, istraživači medijalizacije veruju da za medium teoretičare tehnologija direktno utiče na čovečanstvo, nezavisno od kulture i društva, toliko da se prošlost može podeliti u epohe dominacije nekog medija (Krotz 2014a: 141). Budući da se i u sklopu procesa medijalizacije drži da su mediji značajan faktor jer je svet komunikaciono konstruisan (Ibid: 143), Kroc smatra da je potrebno distancirati se od monolitne medijske logike, koja važi u svim prilikama, te predlaže “*semiotičku definiciju medija*” (Ibid: 144), dvostrano razumevanje medija kao mašina koje su date strukture (*langue*) i kao njihova praktična upotreba (*parole*), koja može biti određena ekonomijom, religijom i slično.

Da li je to baš tako pokazaoe poglavlje o medium teoriji, ali ono što postaje interesantno u skorijim radovima istraživača medijalizacije jeste suočavanje sa novim medijima, gde se *praksa i tehnologija prožimaju*. Postepena erozija zajedničkih prostora za javni diskurs svakako je bila tema i pre digitalizacije, ali kada algoritmi pojedincima serviraju podatke, koje prepoznaju kao bitne individuama a ne kolektivu, cilj informisanja nije formiranje nekog zajedničkog iskustva (Couldry & Turow 2014: 1712). To jest, umesto cirkulacije nekog opšteg paketa fakata, vrednosti i stavova, imamo posla sa logikom novih medija – *personalizacijom* (Ibid: 1711). Takođe, rekonfiguriše se uobičajena podela ideološke produkcije s vrha i otpora odozdo, ali to što individue značajnije doprinose proizvodnji medijskog sadržaja samo na prvi pogled izgleda kao ispunjeno obećanje o medijskom oslobođenju. U stvari, *proizvodnju publike je zamenila proizvodnja podataka* (Couldry & Powell 2014). Jasno je da algoritmi koji prikupljaju o obrađuju podatke imaju komercijalnu svrhu i na manje vidljive načine konstruišu izvesni “socijalni život”, koji je tek efekat “dominantne tehno-ekonomske

materijalnosti” (Couldry & van Dijck 2015), ali se takođe treba zapitati da li može da ima i druge primene.

Konstantno se uvećava analitika, odnosno automatizovano merenje i obračunavanje korisničkih poteza na digitalnim platformama, gde obični ljudi čak prepoznaju korist za same sebe ako tu analitiku inkorporiraju u svoje svakodnevne živote, tako da tehnologija daje okvire različitim aktivnostima (Couldry et al 2016). Množe se brojne čisto medijske zajednice poput “quantified-self” pokreta, gde ljudi svoju posebnost, odnosno podatke o svom psihičkom i fizičkom stanju, unose u baze podataka koje bi poslužile za stvaranje preciznijih zdravstvenih nalaza ili saveta, mada načini na koji će takve medijske prakse uticati na pojedince time nisu iscrpljeni (Hepp 2016: 9). Hepp insistira i na refleksivnom i javnom aspektu ovih individualnih, ali i kolektivnih praksi, gde ljudi u sklopu “duboke medijatzacije” interpretiraju sopstvena ali i tuđa delanja. Konačno, komercijalnu analitiku, poput Twitter-ovog trending algoritma, koji ističe napopularnije i najnovije sadržaje, koriste i aktivisti raznih civilnih organizacija, kako bi njihova poruka postala što vidljivija. Ljudsko prilagođavanje digitalnom tehnološkom aranžmanu je stoga neophodno razmotriti, iako svakako treba imati na umu da je tu tehnologiju proizvela određena interesno ili vrednosno vođena ljudska ruka.

Istraživači medijatzacije već su svesni da su mediji sami postali politička tema, kroz pitanja kontrole informacija, privatnosti ili internet neutralnosti, pa se istom tehnološkom infrastrukturom koriste koliko alternativni subjekti toliko i nosioci društveno-ekonomske moći, koji uviđaju da društveni poredak mogu da održavaju preko baza podataka i algoritama na skriveniji i možda snažniji način nego kroz stara pitanja legitimiteta i normi (Couldry & Hepp 2017). Couldry i Hepp razumljivo su skeptični prema čisto tehnodeterminističkom razmatranju današnjih veza znanja i moći, ali ne mogu da ignorišu da treba preispitati socijalnu konstrukciju svakodnevnog života za novo digitalno doba, gde još nije sasvim jasna uloga medijskih infrastruktura u procesu stvaranja značenja. Za Couldryja i Heppa jasno je da su mediji nekada bili bitni za stvaranje “sveta naših savremenika” (Mitwelt), onih članova zajednice sa kojima nismo bili u direktnom kontaktu, ali sada je i onaj neposredni svet interakcija licem u lice (Umwelt) sve više medijski proživlavan. U tom smislu, mnoge stvari su istraživačima medijatzacije poznate, ali ne deluje dovoljno jasno i precizno obrazloženo šta to u

stvari znači iz kritičke perspektive, i šta ljudi sve mogu da rade u novonastaloj situaciji. Pregled kritičkih pristupa i medium teorije mogao bi to da ispravi.

2.4. Ka kritičkoj medijizaciji

Prikazom istraživačkih pristupa medijizaciji, kao i pregledom kritičkih teorija, omogućeno je da medijizaciju razmotrimo kritički, i ponudimo izvestan model njenog funkcionisanja. Hjarvardov pristup generalno je ispravno postavljen, u smislu da ulogu medija u kulturi i društvu vidi kao infiltraciju medijske logike u rad drugih institucija, u definisanju stvarnosti i oblikovanju obrazaca ponašanja. Ta *logika ima tehnološki, simbolički i ekonomski aspekt*, mada Hjarvard najmanje posvećuje pažnju tehnologiji i konfliktima u simboličkom domenu. Interakcija medija i sociokulturne sfere jeste osnovno polazište čak i unutar kritičke paradigme. *Mediji su postali "resursi ili 'socijalna oruđa' za reprezentaciju informacija, komunikativno delanje i konstrukciju društvenih odnosa"* (Hjarvard 2014a: 204), što kao posledicu ima *deteritorijalizaciju društvenih veza i virtualizaciju institucija* (Hjarvard 2013: 33). Hjarvard zbog svojih funkcionalističkih okvira kasnije sve teže uspeva da objasni socijetalni nivo medijizacije s talasom digitalnih medija, kao i status socijalnih konflikata. On to čini na tipičan način sledbenika Talkota Parsonsa, tako što se konflikti pojavljuju maltene samo u periodima nestabilnosti, između nestanka jednog i uspostavljanja drugog institucionalnog režima, kada različite institucije izbalansiraju sopstvene odnose moći, i dođe do rekonfiguracije pravila i resursa medijskih organizacija (Hjarvard 2014a: 219). Međutim, to ostaju međuinstitucionalni konflikti usled preklapanja njihovih kontradiktornih logika, no time se ne iscrpljuju *ideje društvene dinamike i sukoba, koji su u srži kritičke paradigme* (DeFleur i Ball-Rokeach 1989), kao ni sama Hjarvardova (Hjarvard 2008) teza da su savremeni mediji vođeni sopstvenom publikom, koja je sve više demasifikovana i interaktivna.

Kulturalni pristup medijizaciji otvoreniji je za *neformalne prakse*, kao i za kompleksnije veze između društvenih polja, gde su i *tehnički objekti sastavni deo socijalnog*. U medijima se, dakle, "zgrušava" mnoštvo sukobljenih praksi, odnosno, u

medijima se koncentriše simbolička moć, pošto su društveno konstruisani kao centralni. Moguće je da se politička ili ekonomska moć nametne medijima, ali *mediji će takvu dominaciju reprodukovati na sebi svojstven način*, i postepeno preuzeti primat. Pritom, posledica ne mora biti pozitivna, pošto neka politička odluka, npr. fokusiranje na izveštavanje o kriminalu ili emitovanje rijaliti programa, što isprva depolitizuju građanstvo, kasnije dovode do “oštećenja” socijalnog, u smislu narušavanja svetonazora, načina vrednovanja i delovanja. *Društveni prostor se specifičnim medijskim reprezentacijama oblikuje tako što će procenu vrednosti drugih društvenih kapitala određivati mediji, kao nosioci meta-kapitala*. To podrazumeva da *mediji proizvode projekcije realnosti* (Couldry 2014), da *konstruišu imaginarne promene*, poput percepcije da kriminalaca ili učesnika rijalitija ima znatno više, zbog medijske prezasićenosti takvim likovima.

Kulturalno viđenje medijizacije stoga je znatno kritički razvijenije, mada i dalje to nije kompletno integrisana perspektiva, jer mnoštvo sociokulturnih promena ne uspeva da zahvati bez vezivanja za postojeće teorije, poput Fukoove, Habermasove ili Burdijeove (Ampuja et al 2014: 120). Takođe, *kritička perspektiva morala bi da razmotri pitanja privatnosti, kontrole i alijenacije* (Krotz 2014a: 158), što kulturalni pristup samo delimično obavlja, i to u domenu simboličke logike medija. Tehnološko-materijalna perspektiva, za sada najmanje razvijena, možda bi svojim naglaskom na digitalizaciji i hibridnim vezama ljudi mašina, operacionalnošću ili performativnošću ljudskih delanja, ukazala na sveopštu tehnologizaciju kulture i društva. To znači da bi se morala obratiti pažnja na *četiri dimenzije medija*, gde se locira promena, koja može pokrenuti izvesne sociokulturne procese (Krotz 2015: 149). To su *oblasti tehnologije, društvenih institucija, mehanizma proizvodnje i distribucije sadržaja*. U bilo kojoj od četiri navedene dimenzije može doći do određene promene, koja može da izmeni upotrebu i ulogu medija u kulturi i društvu.

Kritičko viđenje medijizacije moralo bi da rekonfiguriše spomenuta tri aspekta medijske logike (simboličke, socijalne i tehnološke) i četiri dimenzije medija. Džej Blamler (Blumler 2014) vidi bar dva problematična trenda. S jedne strane, on razmatra medijsku logiku tako što ukazuje da, nakon upotrebe pravila selekcija vesti, gde se vrednuju novost, negativnost, iznenađenje ili konflikt, posledica može biti daleko od javnog interesa. Iako postoje i viđenja (Esser & Stromback 2014: 22) da bi mediji na

pokušaje spina odgovorili kritičkom interpretacijom, verovatnija je mogućnost da informacije neće posebno preispitivati. Takođe, frejmovi neće razlikovati krupne i sitne incidente, budući da loša vest i agresivna retorika jesu ono što privlači publiku. Tu su uvek srceparajuće priče (human interest), frejm konflikta, ekonomskih posledica određenog događaja ili prikaza nekog procesa kao strateške igre moći (de Vreese 2014). Uz stereotipizaciju manjina i traženje konflikta, *mediji dugoročno mogu da ugroze demokratiju* (Blumler 2014: 37). Đanpijetro Macoleni (Mazzoleni 2014: 47) anticipira i uspon harizmatičnog lidera, koji bi na talasu tabloidizacije, dramatizacije i personalizacije mogao da iskoristi suviše komercijalizovane i na infotejment usmerene medije.

S druge strane, *“piramidalno viđenje” medija s publikom na dnu valja biti rekonstruisano usponom “običnih ljudi” i njihovih digitalnih naprava* (Blumler 2014: 38), te može doći i do *kolizije različitih medijskih logika*. Takozvana *“medijatzacija 2.0”* (Mazzoleni 2014:44) formira sasvim novu informacionu sredinu, gde je publika izvan kontrole masovnih medija, iako i interaktivne digitalne platforme mogu biti savladane medijskim populizmom. Centrifugalna komunikacija može biti iskorišćena kako od građana tako i od tradicionalnih političkih aktera, koji mogu preskočiti medijsko čuvanje kapija, lakše koordinisati rad svojih organizacija, regrutovati i nadzirati potencijalne pristalice, ali i uvećati participaciju i finansirati se bez ekonomskih moćnika (Schulz 2014: 61). Dakle, sa stanovišta proizvodnje, sadržaj odstupa od pravila, amaterski je, individualizovaniji i emocionalniji. Sa stanovišta distribucije, umesto pošiljaoca i primaoca korisnici su u interakciji (Klinger i Svensson 2014: 9). Logika društvenih medija takva je da usmerava korisnike da prave sadržaj i uspostavljaju višesmernu i haotičnu komunikaciju. Sajtovi dopuštaju i kreativnost i konektivnost, jer im to omogućava da prodaju publiku oglašivačima (van Dijck & Poell 2013: 18). Tako istovremeno postoji situacija u kojoj se daje izvesna sloboda u proizvodnji sadržaja i oblikovanje tog informacionog toka u skladu s interesima samog socijalnog medija. Socijalno mora biti prevedeno u isplativ protokol, tako da nemamo čiste interakcije nego prebrojive lajkove, retvitove i šerove (Ibid: 6). Stoga se traži popularan sadržaj, emocionalne i pozitivne reakcije, ističu se najpraćeniji korisnici, i potom obrađuju podaci zarad tržišne demografije.

Ako su savremeni mediji istinski vođeni publikom onda je kritički aspekt ove veze tek zagreban navedenim promišljanjima procesa medijizacije. Kritičari Hjarvardovog institucionalnog pristupa vide naglašeni funkcionalizam i traže multidimenzionalnost, ali da li to dolazi do suštine kritičke teorije? Za kritičku perspektivu (Šušnjić 1995: 52) *društvo nije stabilan sistem, i neke njegove delove nije ni moguće orijentisati, štaviše, neki delovi žele taj sistem da sruše*. Društvo nije sastavljeno samo iz institucija sa jasno određenim funkcijama, niti su vrednosti sistema opšteprihvaćene. Borba u društvu je stalna, devijacija nije izuzetak već pravilo. Disfunkcija je potencijalno i revolucionarna. Jasno je, dakle, da *kritičke teorije ističu konfliktnu prirodu društva* (Milivojević 2008a, DeFleur i Ball-Rokeach 1989), i da umesto funkcionalističkog modela društvo valja posmatrati kroz model sukoba. Na svim nivoima valja ispitati odnose moći, dominaciju, proizvodnju hegemonije, moguće otpore takvoj situaciji. Svaki aspekt medijske logike i svaka dimenzija medija time mora biti pogođena. Medijizacija mora da uračuna probleme odnosa sa vladajućom elitom, pitanje vlasničke koncentracije, pasivnih gledalaca i standardizovane produkcije koja ne dovodi u pitanje poredak (McQuail 2005: 88). Takođe, čak i kada se publika aktivira i okrene alternativnim stilovima života, još uvek stoji dilema da li to vodi ka ozbiljnijem političkom delovanju (Ibid: 152). Dakle, *kolizija masmedijske i logike društvenih, digitalnih medija*, nije odnos u kojem naspram hegemonije stoje emancipovani i organizovani pojedinci. Štaviše, masovni mediji, uprkos svemu, i dalje ostaju preduslov demokratije (Ibid: 542). U tom svetlu valja ispitati kako kritičke teorije doprinose razumevanju medijizacije.

3. Teorije medija

3.1. Između industrije i kulture: kritička teorija društva

Da li kritička teorija može doprineti razumevanju medijalizacije? Njena multidisciplinarna perspektiva stoji nasuprot fragmentacije akademskih disciplina. Kao i za medijalizaciju, zasebno posmatranje međusobno povezanih fenomena smatrano je nedovoljnim. Jedan mnogostran i dinamičan odnos nije moguće konceptualno ograničavati. Umesto istraživanja izolovanih pojava, kritička teorija je pokušavala da prevaziđe veštačko razdvajanje katedri, i celovito sagleda *odnose između ekonomskog života, psihološkog razvoja pojedinca i promena u kulturnom domenu*. Pritom joj se zamera da se, uprkos plodnom uparivanju psihološke i sociološke analize, pokazala manje suptilnom u razumevanju društva, koje sasvim pada pod kulturnu dimenziju, odnosno sledi iz nje. Ta “*konflacija kulture i društva*” (Peters 2003: 67) možda je osujetila nameru Frankfurtovaca da formulišu teoriju savremenog društva kao celine, ali je svakako istakla neophodnost istraživanja veza između različitih delova društva, i umanjila značaj ekonomskog determinizma.

Privredna dimenzija, dakle, više nije jedini faktor u objašnjavanju društva i kulture. Eksplikativna snaga je bar delom preneti na relativnu autonomiju kulture i medijsku sferu, pa u dijalektičkoj vezi sa ekonomskim uzrocima čini temeljni koncept kritičke teorije (Kellner 1990). Ipak, Marksovi pojmovi robe ili razmenske vrednosti, te njihova infiltracija u neprivredne domene, ostaju polazna pretpostavka. Robna razmena je deo svakodnevnog života, maltene univerzalni društveni odnos, na čemu kritička teorija temelji svoje viđenje kapitalističke systemske logike, koja dominira u svim društvenim poljima. Otkrivanjem totalizujućih elemenata sistema i kontradikcija između njegovih delova, analizirajući konstantne i globalne promene, kritikom postojećeg

otvara se i oblast budućih alternativa. To je značilo da kritička teorija polazi od veze simboličkog i privrednog domena, istražuje na tome utemeljenu dominaciju, pozitivizam i vrednosnu neutralnostu posmatra kroz ideološku vizuru, a naspram pervertirane organizacije društva nastoji da formuliše emancipatornu politiku (Fuchs 2013: 13). Jedno od glavnih pitanja jeste kako su “likvidirani opozicioni i transcendirajući elementi” naših društava i kultura, te zamenjeni modelom jednodimenzionalne misli (Marcuse 1989: 67).

Stoga je bilo važno razmotriti *ekspanziju instrumentalnog uma*, oličenog u sekularizaciji i racionalizaciji života, pretvaranjem društvenih pravila u komande i birokratske procese. No, tržište i administracija nisu jedina osvajačka sredstva. Ljudska svest, socijalizacija i dokolica sve više su pod kontrolom specifične industrije, koja putem medija prenosi dominantne ideje i vrednosti. Kultura, koja je predstavljala način samoizražavanja društva, kristalizujući njegovu organizaciju i postojeće konflikte, sada postaje fabrički produkt. Klasična kultura, oličena u autonomnoj umetnosti, sadržala je trenutke afirmacije postojećeg poretka, kao i njegove kritike. Masovna kultura, pak, razdvaja te momente, naglašavajući forme kontrole. Status quo se, stoga, održava i pomoću medijsko-kulturnih sredstava. Industrija kulture urušava standarde i bezvrednim klišeima udaljava kritičko mišljenje i otpor od objektivnih materijalnih uslova. No, čak i kada to ima privredni uzrok, u skladu s kulturalnim viđenjem medijatzacije, može se reći da je postojalo izvesno prelamanje dominacije, i razvoj specifične logike industrije kulture.

Tražeci odgovore i izvan ekonomske baze, Maks Horkhajmer i Teodor Adorno su se u *Dijalektici prosvetiteljstva* (HA: 5) zapitali kako se odigrao “prijelaz u upravljani svijet”, što je za njih bio znak da je građanska civilizacija doživela slom. Koja je uloga medija, društva i kulture u tome? Kako je, primera radi, u filmskoj tvornici scenario prošao kroz više cenzorskih ruku, i ostavio samo praznoverje, odnosno kako su mase tehnološki odgajane? Kritički teoretičari su smatrali da su pojedinci postali toliko materijalno opskrbljeni i povodljivi, da su samu količinu dobara zamenili sa socijalnom vrednošću. Pogotovo je to došlo do izražaja u sferi kulture, gde su ljudi postajali ujedno spretniji i gluplji, gde je zabava postala “timarena”, te se rasprodaja kulture pomešala sa idejom intelektualnog razvoja, ali tako da je od intelekta prema Horkhajmeru i Adornu preostala samo “varljiva proširenost duha” (HA: 10), čisto

ideološka zavesa koja krije tupoumnost sadržaja i prevarenu publiku. Ipak, to da mediji oblikuju iskustvo i način mišljenja, nude specifična znanja pomoću kojih se orijentišemo u društvu, to jest, poseduju izvesnu simboličku moć, nije nužno poteklo iz ekonomskih interesa. Industrija kulture je institucija socijalizacije, tako da je njen hegemonski diskurs u stvari škola svakodnevnog života (Milivojević 2015: 82). Za Markuzea (Marcuse 1989: 101), industrija je ukinula povesnu dimenziju, koja je opasna i subverzivna, a takođe u raskinute veze epistemologije etike, kako bi se pozitivizam pozabavio pojavnim a ne bitnim istinama (Ibid: 133). Ovakav jezik je ne samo jezik medija, no i “jezik gosspodara” (Ibid: 182). U tome se sastoji i temeljna sumnja kritičke teorije u medijski profesionalizam.

Već ovde počinje dilema da li su Horkhajmer i Adorno mislili na komercijalizaciju ili medijsku standardizaciju kulture. Tako Peters (2003: 64) smatra da je komercijalizacija znatno starija pojava, kao i da samo konzumiranje kulturne robe, odnosno ponašanje publike, kritički teoretičari nisu ni istraživali. Peters istovremeno odbija i monohromni prikaz industrije kulture i njenih zombifikovanih masa, te poziva na suptilnije i dijalektičko viđenje, ali komercijalizaciju drži za manje značajnu metu kritike. S druge strane, Fredrik Džejmson (1974: 51) tvrdi da “danas, kad sam opstanak čitavog privrednog sistema, sa njegovim upravnim, vojnim i sudskim ograncima, zavisi od automatske prodaje proizvoda koji više ne odgovaraju nikakvoj biološkoj a ni društvenoj potrebi i koji su, uz to, najvećim delom istovetni jedni s drugim, psihologija tržišta primorava taj sistem da u svom osvajanju sveta ide do kraja, posizući u poslednje privatne oblasti individualnog života da bi razbudio veštačke potrebe na kojima se zasniva”. Stoga na pitanje “komercijalizacija ili standardizacija?” verovatno najtačniji odgovor jeste da obe deluju istovremeno, a da je *udaljavanje od istinskih potreba svojevrсна posledica razvoja medijskog tržišta*.

To bi značilo da se nikad od kritičke teorije ne može dobiti jednostran odgovor, i da međuodnos medijsko-komunikacione i socio-kulturne promene biva obogaćen protivrečnošću i dinamikom koje kritička teorija ne gubi iz vida. Ponekad se moraju razmotriti čudnovati misaoni slalomi, koji se tek u nekim trenucima osvrnu na medije, te dijalektika prosvetiteljstva stvara široke okvire unutar kojih se može razmotriti medijalizacija, pošto je prosvetiteljstvo sociokulturni fenomen unutar kojeg se razvijala i medijska i komunikaciona promena. Prosvetiteljstvo je obećavalo oslobođenje od

šarlatanstva i iracionalnih autoriteta, magičnih i natprirodnih demona, pozivalo na vladavinu razuma, a svelo se na pitanja izračunljivosti i koristi. Umesto raznorodnosti zavladała je kalkulacija i apstrakcija, brojka je postala “kanon prosvjetiteljstva” (HA: 21). Raščarana priroda ostala je samo objekat kojim se može manipulirati, ali uz postvarenje prirode kao nuspojava pojavilo se i tretiranje ljudi kao stvari. Horkhajmer i Adorno videli su paralelni razvoj osvajanja prirode i gospodarenja ljudima, budući da je jedan isti logički poredak obeležio sve društvene odnose. Matematika se izjednačila sa mišljenjem da bi se sprečio povratak mitologije, ali je time stvoren sasvim novi mit o tome da je sve moguće matematički zahvatiti (HA: 37). Pitanje je stoga da li su za ovo Horkhajmer i Adorno uopšte tražili ekonomsko objašnjenje, a ne kulturalno. No, Hjarvardove medijske institucije, komercijalizovane i vođene profesionalizmom i učešćem publike, zasigurno ne mogu da se iz kritičke perspektive posmatraju kao sasvim autonomne.

Jirgen Habermas je teoriji Horkhajmera i Adorna prirodao istorijsku i sociološku dimenziju. Naravno da su mediji prvobitno zamišljeni kao prosvetiteljska oruđa sa zadatkom da raščaraju društvene mistifikacije, odbace tabue i proglase razum za glavnog vodiča. Ipak, nema sumnje da je medijska sloboda imala specifično zaleđe. Ona je sstvorena ustupcima apsolutnog monarha, kao način da se pomoću buržoazije uravnoteži odnos snaga u zemlji, naspram moći vlastele. Apsolutizam se oslanjao na ekonomski sve jaču srednju klasu, koja je za to ispostavljala sopstvene zahteve (Habermas 1969: 90). Liberalna javna sfera stvorena je u tim predrevolucionarnim tenzijama, kao sfera privatnih ljudi koji javno rezonuju, ali to rezonovanje poprimilo je oblik “*političkog obračuna*” usmeren „protiv same javne vlasti da bi sa ovom prečistili račune o opštim pravilima opštenja u principijelno privatizovanoj ali javno relevantnoj sferi robnog prometa i društvenog rada” (Ibid: 66). Stoga je reč o viševekovnom sukobu državnih aktera i komercijalnih medija, s nagradom u vidu postavljanja društveno-ekonomskih pravila. “Konfrontacija autoriteta i publiciteta kao principa kritičke kontrole vlade” (Ibid: 96) bila je *prosveteljska srž masovnih medija*. Rađanje medijskog profesionalizma bez ovog omenta teško može biti kritički sagledano. Naravno, napuštanjem liberalnog perioda javne sfere i to zadobija nove oblike. Odnosno, kada je buržoazija zauzela vladajuća mesta, ona je konfrontaciji pridodala industriju kulture. Nakon uklanjanja feudalnog protivnika prosvetiteljstvo je izvršilo zaokret ka

instrumentalnom umu, koji je u fokusu *Dijalektike prosvetiteljstva* Horkhajmera i Adorna.

Mišljenje je postalo oruđe koje oblikuje same individue, njihove duše i uzajamne odnose, i *masovni mediji učestvuju u normiranju i naturalizaciji sasvim postvarenih načina ponašanja*. Duhovna potlačenost ide uporedo sa konstantnim privrednim napretkom i tehnološkim otkrićima, kao da samo čovečanstvo pada na antropološki niže stupnjeve (HA: 47), ostaje nezrelo i ograničeno. Naspram umnog života i slobodnog razvoja pojedinaca, prosvetiteljstvo je preraslo u masovnu prevaru, u zaslepljivanje i regresiju masa. pisci *Dijalektike prosvetiteljstva* pritom ne govore o masovnoj obmani kao buržoaskoj zaveri, budući da je vladajuća klasa doprinela dostizanju nekih umetničkih vrhova. Industrija kulture nema puko ekonomsko obrazloženje, iako destruktivna inovacija u proizvodnji veštačkih potreba može biti privredno motivisana, kako primećuje Džejmson, niti je samo u pitanju standardizacija, kako naglašava Peters. Možda ipak postoji izvesna medijska logika industrije kulture. Nema konačnog ekonomskog uzroka koji bi objasnio *model jednodimenzionalne misli i ponašanja* (Marcuse 1989: 30), zašto su baš propisivani jedni stavovi a ne drugi, ili propagirane izvesne navike. Na primer, kritička teorija bi problematizovala samu ideju novinarskog profesionalizma, jer ona svoj koren ima u prosvetiteljstvu. Institucionalna perspektiva medijizacije kao da zanemaruje problem autoritativnog definisanja stvarnosti od strane medija, što je srž kritičke teorije, pošto Hjarvard vidi medije kao oblik monitoringa moćnika i konstruktore neophodnog svetonazora, ali ne vidi ideološku dominaciju kao rezultat. S druge strane, poenta kulturalnog viđenja medijizacije jeste da su mediji konstruisani kao centar društva, da su se razvili unutar opštedruštvene promene, i tek onda zadobili sposobnost da oblikuju sociokulturni razvoj, ali da to ne mora da ima pretežno pozitivne konotacije.

Napuštanje kritičkog rasuđivanja, dakle, ne može se objasniti tek ekonomskom strukturom, ali izbor i nije između vulgarnog materijalizma i Hjarvardovog idealizma. Industrija kulture unutar dijalektike prosvetiteljstva mora biti zamišljena kao poluautonomna pojava. Onaj zaokret koji Horkhajmer i Adorno čine jeste da nije prosvetiteljstvo prosto degenerisalo usled spoljnih faktora, već je i u svom korenu kontaminirano. Oni simbolično prikazuju problematičnost prosvetiteljstva na primeru Homerovog junaka Odiseja, koji se vezuje za jarbol kako bi poslušao pesmu sirena, a da

ne postane njihov sužanj. Sirene, kao oličenje moći prirode, mita, iracionalnog, bivaju savladane tehnikom, to jest vezivanjem i izbegavanjem fatalnog ishoda. Za to vreme, Odiseju podređeni veslači drže vosak u ušima, i svoj manuelni rad uključuju u ukupan projekat svog gospodara, pokazujući i kasniju podelu kako na klase tako i na privilegovane i osujećene u uživanju u plodovima kulture. Šta je za kritičku teoriju čovek ispred kompjutera nego vlač i umišljeni Odisej istovremeno? On svoj prati svoj daily me a ujedno je proizvođač sadržaja neke digitalne mreže. To jest, on, je ekspluatiran u okviru svog medijskog oslobađanja. Takođe, već su stvoreni obrisi atomističkog interesa, pošto se individua osamljuje u odnosu na kolektivitet, tako da Odisej ljude koje susreće već tretira kao instrumente. Otudjenje je već tu, a ne tek kod Robinzona, oba su lukavi homo oeconomicus-i (HA: 72), koji su postvarili svoje odnose s drugima.

No, interes nije dovoljno snažan temelj građanskog društva. Shematizam mišljenja se u potpunosti ustrojava u savremenom dobu, pod geslom zajedničkog i slobodnog života, ali čisto profitom vođena praksa ne može obezbediti neophodnu solidarnost. Treba *pomiriti sentiment sa strukturiranjem sveta po standardima razuma i/ili kapitala*. Horkhajmer i Adorno smatraju da je tako stvoren svojevrsan “*kult osjećaja*” (HA: 99). Prosvetiteljstvo se industrijom kulture na neki način okrenulo protiv mišljenja, bilo da su to prenaplašene filmske ljubavi ili drugačije umetnute emocije. Holivud, dakle, transformiše prvobitnu zamisao o racionalnom strukturiranju sveta, namećući jednu *emocionalnu ideologiju*, kojom bi se legitimisao postojeći poredak. Kritičko razmatranje medijalizacije stoga bi problematizovalo Hjarvardovu medijsku logiku, što bi podrazumevalo ispitivanje obrazaca izražavanja, pokretanje pitanja legitimnih i neprihvatljivih iskaza. Tako je moguće sagledati napredak ne kao proces urazumljivanja civilizacije, nego Horkhajmer i Adorno (HA: 100) nalaze simboličko nasilje, kao razvijanje strahova ili prezira prema nepoželjnim fenomenima, ili konstrukciju odvratnosti prema određenim načinima ponašanja, koji nemaju šta da traže u narednim etapama civilizacije. Medijalizacija ne bi trebalo da barata samo sa racionalnim subjektima i sadržajima, već mora da objasni medijske spektakle, skandale i pragove tolerancije u pogledu cenzure (ili nedostatka iste) agresivnog, lascivnijeg, pa i čisto glupog sadržaja, a da se pritom kritički zapita i u čijem je interesu takva emocionalna ideologija.

Emocionalna srž same industrije kulture biće nanovo otkrivena i promišljena kod Manuela Kastelsa. Kod njega bi trebalo ispitati dokle su se razvile neke klice koje su kritički teoretičari tek naznačili, kao i šta je od njihove dijalektike potvrdilo vreme. No, Horkhajmer i Adorno otkrivaju i ničeanski raskid sa samilošću, pogotovo prema slabijima, tako da emocije služe i za oslobađanje od društvenih stega, predstavljanje nasilja, nepravdi i okrutnosti prirodnim. Iako očito deluje preterano, nakon iskustva fašizma, u takozvanoj *tamnoj književnosti* kritički teoretičari otkrivaju drugu stranu dijalektike prosvetiteljstva, koja nije samo kalkulirajuća, već uživa u razularenosti, u prestupima i sadizmu. “Što je opasnost za onoga gore manja, to će više uživati u mučenju kojim sada raspolaže: tek bezizlazno očajanje žrtve pretvara gospodstvo u užitak” (HA: 119). Valja čak i razoriti porodicu, koja se sopstvenim vrednostima može suprotstaviti određenim društvenim interesima. Umesto proklamovane socijalne harmonije, Horkhajmer i Adorno ističu “*neraskidive veze uma i nedjela, građanskog društva i gospodstva*” (HA: 124), a poroke u delima Markiza de Sada predočavaju kao javne vrline budućeg totalitarizma. Tako istovremeno imamo ganuće, sažaljenje, masmedijsku patetiku, i nedostatak samilosti i okrutnosti. Industrija kulture krije tu stranu prosvetiteljstva. Iako tamna književnost, ili bilo šta slično, svakako nije bila deo industrijalizovane kulture u vreme pisanja *Dijalektike prosvetiteljstva*, možda su njihovi autori ipak tezom o simultanoj patetizaciji i desadovskom potiskivanju emocija anticipirali neke savremene pojave, što bi moglo biti od značaja.

Iz ovog konteksta jasna je Petersova (2003) primedba da Horkhajmer i Adorno nisu razvili sve aspekte kulturne industrije, već su se fokusirali na njeno nametanje sličnosti putem centralizovane i planirane proizvodnje istovetnih dobara. Svi konzumenti tako bivaju zadovoljeni standardnim sadržajem, koji cilja na kontrolu svesti (HA: 127). Standardizacija je, valja podsetiti, oličena i u medijskoj logici, stoga upravo treba biti predmet kritike. Horkhajmer i Adorno doduše već naslućuju i kasnije diferenciranje sadržaja, ali i dalje drže da različitost služi samo za lakšu klasifikaciju potrošača, za potpuniju statistiku, i tome shodnu organizaciju tipova konzumenata. Štaviše, iako se pokušava predstaviti kao tek zadovoljenje istinskih potreba, vrste sadržaja su klasifikovane već na produkcionom nivou. Dela su unapred estetski osiromašena, navodno da bi se smanjila distanca prema gledaocu, u stvari zarad ideološke manipulacije. Čak i izvan umetničke sfere, primera radi, ako se medijalizacija

oličava u izveštavanju koje izbegava raspravu o javnim politikama, a kandidate prikazuje u frejmu “trke konja”, kao takmičare na hipodromu, gde se naglašavaju kratkotrajni potezi ali ne i dugoročne strategije, takva medijska logika u stvari udaljava publiku od realne politike.

Razlika između kulture i života, na kojoj se temelji mogućnost stvaranja “*antiteze društvu*” (Adorno 1979a: 36), želje za stvaranjem boljeg sveta, ovde je filtrirana industrijom kulture koja insistira na nedvosmislenosti, tako da se *kultura i život ne razilaze*. Ukidanje te razlike otežava potencijalno otuđenje od stvarnosti, koju kritički teoretičari priželjkuju. Odatle “ropsko respektovanje empirijskog detalja” jeste “besprijeekorni privid” (Ibid: 371), nešto što suštinski funkcionalizira kulturu, reprodukuje umesto da problematizuje realnost. Sama težnja da se prikaže svakodnevni svet i ništa više od toga jeste pokušaj ukidanja utopijske, kritičke dimenzije, odnosno alternative stvarnosti. Važno je samo udvostručavati već postojeće, čime Horkhajmer i Adorno donekle anticipiraju Bodrijarov hiperrealizam, u smislu da je potrošač apsorbovan mnoštvom banalnih slika života. Stereotipizacija i reprodukcija postojećeg okupiraju i paralizuju gledaoca, on je obuzet pukim imitativnim stilom. Povrh toga, Herbert Markuze (Marcuse 1989: 67) uvodi pojam *desublimacije*, koji podrazumeva da utopijska dimenzija nije prosto nestala, već da ju je realnost bogatog industrijskog društva i nadrasla. Iako problem smešta u psihoanalitičke termine, situacija je razumljiva. Ako pojedinac ne mora da se samo prilagođava, niti odriče ispunjenja određenih potreba, što je manje nedozvoljenog i necenzurisanog, to je manje razloga za sukob sa poretkom (Ibid: 82-84). U pitanju je *kooptacija oslobođenja i represivnog sistema* (Rusconi 1973: 330). I obrnuto, sve dok postoji napetost mogući su i konflikti. To je posebno važna stavka industrije svesti.

Cilj je u stvari da čitav svet prođe “kroz filtere kulturne industrije” (HA: 132), tako da kultura postane surogat društva. Reprodukujući jedno te isto, takva kultura bi garantovala i da neće doći do društvene promene. Mediji su razvili vrlo krut i nekreativan stil, mehaniziran kao i radni proces u industrijskom društvu. Stoga je zabava samo produžetak rada, odnosno njegova kopija, a sadržaj mora biti efemeran kako ne bi umorio zaposlenog, niti ga podsetio da može da pruži otpor. Konstantno se odvija apologija društva, kroćenje revolucionara ili srozavanje morala na dečiji nivo, poput spomenute “trke konja”. Cilj je pseudoindividualnost, čista proizvodnja

pojedinaca kao konfekcije (HA: 161). Načini govora, izbor reči, misli i ponašanja, upodobljeni su modelima kulturne industrije. Ljudi kao da aktivno učestvuju u samoobmani, trudeći se da imitiraju kulturnu robu. "Najintimnije reakcije ljudi su spram njih samih toliko opredmećene da je ideja o tomu što je za njih navlastito očuvana samo u krajnjoj apstraktnosti: personality jedva da im znači nešto drugo do sjajne bijele zube i lišenost znoja pod pazuhom i emocija" (HA: 172). Individualizam biva potisnut od strane fetišizma. Industrija kulture proizvodi samo robu koja doprinosi održanju kapitalističkog poretka i društvenih protivrečja. Skretanje pažnje sa značajnih problema, oblikovanje lažnih potreba i eskapistička zabava karakteristike su nove proizvodne grane. "Mediji ne ruše postojeći pogled na svet - oni ga reprodukuju. Industrija kulture nas prilagođava postojećim društvenim organizacijama" (Held 1980: 94). Kao produžetak spoljnog sveta, kultura prestaje biti nosilac utopijskih nada, niti progresivna ili oslobađajuća. Industrija sprečava razvoj nezavisnih individua, zahteva prilagođavanje i poslušnost, homogenizuje kulturu i publiku, i kao takva vrši fundamentalnu ulogu u društvenoj reprodukciji, posebno u pogledu integracije i dominacije.

Ipak, postoje i manje iskvareni delovi kulture, i Horkhajmer i Adorno pokazuju izvesnu blagonaklonost prema besmislenoj zabavi, poput cirkuskih akrobata ili klovnova, koji odbijaju da svom delanju daju neki smisao, kako bi ih industrija kulture "produhovila" nekim ideološkim klišeima (HA: 148). Karnevalska ekscentričnost nešto je što industrija ne može da obuhvati i procesuirati, i prvobitnu nižu kulturu teoretičari vide kao buntovnički performans, čija sirovost još nije ukinuta ili prevaziđena. Još je moguće locirati neki društveni otpor, možda vulgaran, ali ipak nekorumpiran. Zato i stoji tvrdnja da *mase* nisu stvorile masovnu kulturu već su objekat, odnosno *ideologija industrije kulture* (Adorno 2001: 99). Sama masa, ma koliko groteskna, besmislena ili komična bila, sama po sebi ne mora biti negativna stvar. Iako su privrženi visokoj kulturi, Frankfurtovci su relativno pozitivno gledali na istinski popularno. Isto kao što su isticali svojevrstu "kolaboraciju s industrijalizovanom kulturom", blisku viđenju hegemonije kod Antonija Gramšija, tako je pozni Adorno trasirao put i ka kulturnim studijama, u pogledu mladalačkog izazivanja autoriteta, polisemije i interpretativnog otpora (Peters 2003: 65). Premda se proizvode očekivani obrasci ponašanja to još ne znači da će biti u potpunosti usvojeni kod gledalaca. Posebno kada, da bi privukla

potrošače, *industrija pokušava istovremeno da proizvede ideološku heterodoksiju i neutrališe nepoželjna značenja*, pokazuje se da se antagonizam ne može sasvim eliminisati, i da industrija kulture već sadrži “*antidot za sopstvenu laž*” (Adorno 2001: 181). I kod Markuzea se pojavljuje paradoks da mediji proizvode potrebe kojima sistem ne može da udovolji, što može rezultirati ili frustracijom i revoltom, a možda i “otvaranjem nove dimenzije” slobode, sreće i individualnosti, koji bi negirali kapitalizam (Kellner 1985: 294).

No, valja napomenuti da ovi momenti nisu promenili i generalno viđenje medija kod kritičkih teoretičara. Za Adorna je masovna kultura ipak oblik “oštećenog života”, nešto što je potpalo pod instrumentalnu logiku prosvetiteljstva. Markuze smatra da je ideološka heterodoksija u industriji kulture služi ne samo da neiskreno predočava, odnosno, iskrivljava nepoželjna značenja, već može i “manipulirati kontradikcijom” (Marcuse 1989: 181), prosto od početka konstituisati lažni sukob. Toni Benet (Tony Bennett) smatra da je kritička teorija osuđivala stvarnost, koja je okrivljena kao “nepopravljivo loša, ali je istovremeno i filozofski napravljena besmrtnom” (prema Milivojević 2015: 30). Ponekad to kod Adorna prelazi u prizivanje varvarske askeze, koja bi odbacila prvoklasnu proizvodnju i spektakularne medije, prozrela lažno bogatstvo, prosto demontirala dominantnu kulturu. Takav elitistički Adorno ide u specifične ekstreme, kada traži povratak starim medijima, nekompatibilnim sa masovnom proizvodnjom, nešto pomoću čega bi ljudi mogli improvizovati sopstvena komunikativna delanja. Naspram štampe on veliča medije poput geštetnera ili ciklostila: “Ako je na početku građanske ere stajao pronalazak štamparske prese, onda bi uskoro njeno opozivanje bilo plativo kroz mimeografiju, jedino primereno, neupadljivo sredstvo širenja” (Adorno 1987: 47). Potraga za nekim zlatnim dobom pre masmedija, gde bi mimeograf obezbedio da svet ne postane uniformisan, isto je toliko konzervativno koliko je i na tragu Adornove negativne dijalektike, koja slavi različito i deluje kao “antisustav” (Adorno 1979b:24) protiv totalitarne sistematizacije, odnosno prelaska sveta u “grozote reda” (Ibid: 91), ovaj put medijskog poretka.

Ovde kao da Adorno razmatra ideju Benjaminove mehaničke reprodukcije, mada je ona implicitno kritikovana ili razrađivana u čitavoj Adornovoj teoriji, i može se reći da je na tom planu ostao ambivalentan. U stvari, kritičko promišljanje medija i kulture razvija se u napetosti između Benjamina i Adorna, i kulturna industrija se dotiče

aure, mase i tehničke reprodukcije isto koliko i dijalektike prosvetiteljstva. Stoga i svako razmatranje kritičke teorije medija ne može zanemariti doprinos Valtera Benjamina. Od posebnog je značaja njegovo viđenje medijsko-komunikacionog otvaranja socio-kulturne sfere, odnosno mogućnosti koje medijska tehnologija i praksa sa sobom nose. Ako je Adorno sa ciklostilom tražio gotovo kapilarno prevazilaženje masovnih medija na lokalnom nivou, Benjamin je, vođen sličnim principom, istraživao mogućnosti novih tehnologija. U odnosu na Benjamina kritička teorija kompletira svoju perspektivu, i bar minimalno koriguje primedbu o *zanemarivanju konkretnih medijsko-političkih strategija* (Kellner 1995), koje bi vodile ka humanijem društvu.

Benjamin najeksplicitnije raspršava onu ideju o kritičkim teoretičarima kao elitistima zainteresovanim samo za visoku kulturu, jer se već u startu odriče njenih temeljnih pojmova. Naime, za Benjamina je nekontrolisano spominjanje genijalnosti i stvaranja u kulturi već sumnjivo, nešto što pretenduje na večnost, i što odgovara fašističkoj ideologiji, koja traži takvo grandiozno i duboko utemeljenje. Umesto večne vrednosti, tehnička reprodukcija u stvari u stvari ustoličava sadašnjost, fokusira se na svakodnevno, tako da nam kulturni proizvodi dolaze maltene kao struja i voda u naše domove (Benjamin 1974: 116-117). Benjamina je interesovalo šta se uistinu dešava s kulturom u kontekstu ovakvih tehnoloških promena. Njegova "obuzetost mašinama i pronalascima ne vodi nekoj istorijskoj uzročnosti; ona nalazi drugačije ispunjenje, vodi do teorije modernog objekta, do pojma 'aure'... Ona se u ovom svetovnom univerzumu možda lakše opaža upravo u trenutku svog nestajanja, prouzrokovanog opštim tokom tehničkih pronalazaka, zamenjivanjem ljudskog opažaja mašinama" (Džejmson 1974: 90). Dela su do tada bila nepatvorena i neponovljiva. Moguće je bilo imitirati ih, ali u zanemarljivoj količini. Original je postojao i imao sopstvenu istoriju, gotovo tradiciju pomoću koje se uzdizao nad manje vrednim delima. Izgleda da je tehnička reprodukcija uklonila tu autentičnost. Štaviše, budući da je u fotografiji ruka zamenjena objektivom, da slika na filmu drži korak sa govorom, da je grafika sustigla štamparsku presu, jasno je da su umetnost i kultura ušli u svakodnevni život.

Kopije su mogle biti napadane kao falsifikati, međutim, tehnički reprodukovani proizvod nema tako ponizan odnos sa originalom. U reprodukciji se mogu istaći neki momenti originala nepristupačni ljudskim čulima, i otkriti novi detalji. Samo uvećanje jednog dela fotografije kopija je koja prkosi originalu. Reprodukovano delo gubi

autoritet i postaje predmet kojim se koristi primalac, kojim može da manipuliše, ne samo da se divi. Nestanak jedinstvenosti jeste trenutak nastanka masovne kulture. Menja se i odnos prema kulturnom nasleđu i sam način opažanja. Vlasnik dela gubi moć. Kultura gubi ritualnu vrednost, bio to religiozni, magijski ili sasvim sekularizovani ritual, i počinje da se zasniva na politici (Benjamin 1974:124). Za Benjamina (Ibid: 136) je od presudnog značaja što u sovjetskom filmu mnogi ljudi prikazuju sebe i svoj rad, to jest sprovode svoje *pravo na reprodukovanje*, dok na Zapadu pokušavaju da svedu učešće masa na minimum, ograničavajući ih iluzijama, pokušavajući da spreče da stvarnost zaista prodre do gledalaca, bez posredovanja aure.

Ali umesto razmatranja stava dela prema datim društvenim okolnostima, ili uticaja ekonomske baze na estetsku delatnost, Benjamin postavlja pitanje samog položaja kulture i umetnosti u društvu. Odnosno, reč je o *izučavanju "intersistemske interakcije (među različitim, ali susednim univerzumima)"* (Debre 2000: 101). Upravo međuzavisnost društva i kulture, i otkriće medijske tehnike kao polazne pretpostavke za prevazilaženje suprotstavljenosti estetskog i političkog, jeste značajan Benjaminov doprinos studijama medija, gde pored sociološke perspektive i analiza tehnologije postaje nezaobilazan problem. Ako se neponovljivo delo kulture može bezgranično reprodukovati, *autentičnost originala, takozvana aura, gubi svoj autoritet*, a posedovanje originala, koje je nekad bilo znak moći i društvenog položaja, gubi značaj. Sada pomoću reprodukcije svi mogu posedovati kopiju, indiferentnu i u nekim aspektima superiorniju u odnosu na original. Kopija je pristupačnija, bliža korisniku koji se s njom susreće u sopstvenom domu. Izdvojeno i neosvojivo područje tradicije, koju karakteriše večna vrednost, dovedeno je u pitanje, prevaziđeno tehnologijom. Medijskom likvidacijom autentičnosti, masa je slobodna da prisvoji delo i obesmisli razlikovanje autora i publike. Pravo na reprodukovanje podrazumevalo bi da svako može postati pisac, svako može biti snimljen, stoga masa može i transformisati kulturnu matricu.

Time se razotkriva i pojam autonomnog autora kao primer buržoaske mistifikacije (Gilloch 2002). Ništa više nije nezavisna kreacija, već se stvara u okviru postojećih društvenih odnosa. Benjaminovo vraćanje tvorca i dela u kontekst nije bilo samo posledica otkrivanja tehnološkog aspekta stvaranja, već i uznemiravanjem aure, koherentne i monolitne stvarnosti, radom avangardnih pokreta. Benjamin tu otkriva

montažu, integraciju industrijskih i kulturnih objekata, moć snova i nesvesnog, nelinearnost, decentriranost i hibridnost. Znatno osjetljivija perspektiva vodi Benjamina ka zaključku da kulturna roba može da zasnuje specifične odnose s ljudima, kao i da uspostavlja veze između njih. Samim tim, može da formira i svojevrzne *mreže uticaja, odnosno fetiša koji uzrokuju promenu ljudske percepcije* (Jennings 2004: 26). To može biti i kultura amatera na društvenim mrežama, koji sve više rekonstruišu audiovizuelne materijale i tekstove. Može, dakle, doći do kognitivne zbrke i moralne ambivalentnosti, pogotovo zato što kapitalizam funkcioniše kao upad nečeg nehumanog u ljudske sfere racionalnosti i društvenosti. Na mistifikacije i mitologizacije sveta, odnosno estetizaciju politike, trebalo bi odgovoriti upravo demoliranjem takve aure, koja idejama vladajućih pridaje sakralnu vrednost.

Nasuprot ambivalentnog Adorna, Benjamin gaji znatno nepoverenje prema autonomnoj, visokoj kulturi, gotovo do granice da je smatra estetskim pandanom fašizmu, ili u konstelaciji s njom (Buck-Morss 1977: 148). Adorno nije spreman da ga u tome prati, držeći visoku kulturu značajnijom i dvosmislenijom, kako otelovljenjem dominantne ideologije tako i izrazom društvenih antagonizama i utopijskih nada. I Markuze (Marcuse 1989: 69) smatra da je aristokratska kultura “izražavala svjesnu, metodičku alijenaciju od cjelokupne domene biznisa i industrije” i dovođila do odbijanja kapitalističkog društva. Takođe, Adorno ukazuje da prostom likvidacijom aure novi mediji sa novim inženjerima neće prosto započeti diseminaciju revolucionarnih ideja, nego da alternativna značenja mogu biti neutralizovana, sentimentalizovana, novom aurom otupljena (Gilloch 2002: 149). Holivudski kult zvezda može opčiniti publiku i zadržati kontrolu nad kulturnom reprodukcijom. To jest, činjenice i dalje mogu biti preoblikovane, moguća je hegemonika proizvodnja odgovarajućih značenja, koji bi tvorili poželjan pogled na svet. Asimilacija publike je dodatni momenat, budući da ona može u simulaciji dvosmerne komunikacije da bude proizvedena u saradnika. Digitalne medijske tehnologije ne garantuju rušenje aure, jer takođe prisustvujemo *mistifikaciji korisnika kao autonomnog autora*. Istorija je donekle poljuljala Benjaminovu veru u medijsku tehnologiju.

Shodno tome, sve vodi ka neizvesnoj poziciji ljudi u novoj medijsko-komunikacionoj situaciji. “Naime: ‘približiti’ stvari prostorno i ljudski isto je tako strasna želja današnjih masa kao što je i njihova tendencija da preodole neponovljivost

svake datosti putem primanja njene reprodukcije. Iz dana u dan se sve neodložnije ispoljava potreba da čovek iz najveće blizine dođe do predmeta — u slici, bolje reći u kopiji, u reprodukciji... Orijentacija realnosti na mase i masa na nju jeste događaj neograničene dalekosežnosti” (Benjamin 1974: 121). Taj događaj ostavlja situaciju otvorenom. Masa je ušla u politiku, reprodukcija je otkrila prividnu autonomiju kulture, koja je desakralizovana i sada područje borbe. U tom trenutku nije moguće odrediti konačan ishod, stoga nije sasvim opravdana Adornova kritika Benjaminovog navodno slepog poverenja u moć proletarijata. Važno je samo da *ne treba pretpostavljati da je masa nesposobna i bezumna, ona je pre svega reproduktivnost sama* (Mieszkowski 2004: 42), a kako će se istorijski aktualizovati ostaje otvoreno pitanje.

Benjaminov primer je estetizacija politike kao pokušaj rekonstruisanja aure, koja u fašista prerasta u estetizaciju rata. Rat je u stvari lep, “metalizuje ljude”, svojim “vatrenim orhidejama mitraljeza” i mirisima stvara predivnu simfoniju, kako govore futuristi (Benjamin 1974: 148). Za Benjamina se time pokušava sačuvati postojeći poredak i društveni odnosi, budući da rat mobilizuje masu i tehniku, ali ne dira u svojinu. Štaviše, fašizam osujećuje i samu tehniku, jer se pribojava da bi njen razvoj ugrozio vladajuće snage. Sama primena medijske tehnologije, po uzoru na sovjetski slučaj, otežala bi kontrolu masa, koje bi politizovale samu kulturu, a umetničku vrednost učinile možda čak i uzgrednom. Estetizacija za Benjamina već je gotovo manipulacija, a tretman rata postaje lakmus papir delovanja medija i za kasnije teoretičare, pa i za samog Kastelsa. Benjamin, dakle, nije tehnodeterminista, i dopušta sasvim realnu mogućnost da masa prihvati estetizovani poredak i bodrijarovski upravlja sopstvenim digitalnim ropstvom, zabavljajući se mistifikacijama sopstvene korisničke pozicije. Za kritičku teoriju prodjuzeri bi pre bili “osakaćeni ljudi”, čija je imaginacija reifikovana toliko da bi infrastrukturno podržavanje njihove sposobnosti samoizražavanja na internetu bilo “neobuzdan užas – ne katastrofa kulture, već slobodan zamah njezinih najrepresivnijih tendencija” (Marcuse 1989: 230). Budući da Frankfurtovci slabije barataju s idejom interpretativnog otpora publike, oni bi njeno medijsko oslobađanje u vidu kreativnih internet korisnika dočekali sa možda i preteranom skepsom.

Kakav će biti konačan status masa odlučiće tenzija između fašističke i sovjetske prakse. Pod tim se podrazumeva ukidanje, odnosno održavanje razlikovanja autora i

publike, koje je u skladu sa podelom rada u kapitalizmu, to jest odnosom Odiseja i njegovih veslača. Mediji u postojećem društvu pripadaju kapitalu, oni su snabdevači hegemonije, ali poseduju i potencijal da sopstveni aparat otuđe od vladajuće klase. Benjamin podseća na termin Bertolda Brehta - promena funkcije. Postojeći poredak može da se promeni samo sporom ali konstantnom *refunkcionalizacijom medija*. Uz politički progres neophodan je i tehnički napredak, oslobađanje medija iz stiska kapitala. Umetnika treba da zameni tehničar, koji će se solidarisati sa industrijskim radnikom (Džejmson 1974: 95). Ukidanje jednosmerne komunikacije i distance između pošiljaoca i primaoca uvodi i ideje aktivne participacije publike i proletherske apropijacije buržoaske kulture, što nagoveštava kasnije razmatranje opozicionog dekodiranja u kulturnim studijama. Naspram konformizma i standardizacije koju donosi kulturna industrija, publika oslobođena aure sposobna je proizvoditi nova značenja, biti ne samo potrošač nego i producent. Kod Kastels to se može ponoviti u vidu masovne samokomunikacije i opreznog sagledavanja kompletnog problema.

Benjamin, dakle, priziva radikalnu rekonstrukciju medija, uz klasičnu ogradu da se civilizacija i varvarstvo stvaraju istim oruđima. Stoga i razmatranje savremene situacije iziskuje ambivalentnost. Preostaje konačan odgovor na to da li je internet potvrda kulturne industrije ili slobode? Tako Aleks Ros (Ross 2014) tvrdi da je kultura sve monolitnija i pod pritiskom sve većih monopola, da su diskursi sve zatvoreniji i nasilniji, da pretraživači sužavaju krug tema, a liste najčitanijih sadržaja nameću veliku jednoličnost. Da je tehnologija u zaveri s populizmom smatra i Kristijan Sandvig (Sandvig 2015), koji predlaže tezu o novoj industriji društvenosti, gde su lični sadržaji postali industrijalizovani, tako što se aktivna proizvodnja publike filtrira i kontroliše. Čak i pojam industrije kulture doživljava prevrednovanje, budući da se obe kategorije međusobno približavaju toliko da imamo posla sa tautologijom, a ne prvobitnom fuzijom kakvu su posmatrali Horkhajmer i Adorno. Ideologija je postala analogna softveru, toliko mašinizovana da izraz kulturna logika informatike deluje kao pleonazam (Galloway 2012: 59-69). No, u kontekstu dijalektičnosti kritičke teorije, ove procene valja opreznije koristiti.

Ipak, u slučaju medijatazacije, pokazuje se da se Hjarvardovo viđenje može percipirati kao nedovoljno kritičko. Hjarvard posrće na problemima pozitivizma i vrednosne neutralnosti, dijalektike strukture i društvenog delanja, kao i tinjajućeg

društveno-ideološkog konflikta. Njegova pitanja funkcionisanja institucija ne problematizuju postojeće odnose moći. Tako u slučaju pravila, očekivanih ponašanja, sankcija i uspostavljanja autoriteta, kao da se propuštaju sve lekcije *Dijalektike prosvetiteljstva*. Njegovo poimanje pravila odgovara standardima prosvetiteljstva, ali ne i njegovoj drugoj, pogubnijoj strani, u vidu *stereotipa i klišea*, koje kritička teorija takođe ističe. Habermasov politički obračun otvorio bi prostor za razvoj kritičkog medijatiškog pristupa. U slučaju načina alokacije inženjersko-tehničkih, organizacionih i ljudskih resursa, zanemarene su čitave oblasti koje bi mogle postaviti neke *limite medijima* kao institucijama. Takođe, nekad marginalizovana *tamna književnost*, koja je otkrivala okrutnije aspekte građanskog društva, sada je preko nasilnih umetničkih narativa postala maltene glavnotokovska. Štaviše, mogli bi reći da je Hjarvard zarobio medijatiškiju u konceptu liberalne javne sfere, u smislu da se svesrdno trudi da predstavi medije kao građansku instituciju koja treba da uspostavi političku javnu sferu, ali da zanemaruje proletersku javnost i ostale isključene društvene grupe, niti pojašnjava iracionalnije i emocionalnije medijske sadržaje, što su klasični prigovori koncepciji liberalne javne sfere (Milivojević 2015: 131-139).

To jest, budući da ispušta mnoštvo medijacija iz vida, Hjarvard ne uspeva da sagleda medijatiškiju kao višedimenzionalnu promenu. Ne dolaze do izražaja isprepletane prakse i prožimanje medija, kulture i društva. Kulturalna perspektiva daje uverljivije argumente, i više odgovara i kritičkoj teoriji. Ideja da se dominacija prelama, da nije centralistička, i da u različitim poljima poprima specifične oblike, dodatno ojačava nalaze kritičke teorije, koja onda može razmatrati medije kao forme institucionalizacije i reifikacije komuniciranja, koji u znatno složenijem kontekstu uspevaju da strukturiraju društvene interakcije. Burdijeova ideja habitusa, kao skupa internalizovanih dispozicija, odnosno orijentacija, očekivanja i sklonosti, medijski može biti oblikovana u smeru ka pseudo-individualnosti, kako su to zamišljali Frankfurtovci. To jest, mediji uspevaju putem kompleksnog niza medijacija da proizvedu medijatiškiju - medijsko restrukturiranje funkcija drugih društvenih polja, samom proizvodnjom značenja, oblikovanjem percepcije, odnosno konstrukcijom stvarnosti, pri čemu određeni obrasci delanja i izražavanja mogu biti isključeni.

Konačno, kritička teorija nudi i dva zanimljiva viđenja medija. Jedno traži zaštitu privatnosti, koja omogućava pojedincu da usamljeno kontemplira, što mu

masovni mediji oduzimaju. Tako Markuze (Marcuse 1989: 226) potencijalni nestanak svih komunikaciono-indoktrinirajućih sredstava vidi kao fantastično oslobođenje: “čovjek bi bio gurnut u traumatsku prazninu, gdje bi imao šansu da se čudi i da misli, da poznaje sebe i svoje društvo. Lišen lažnih otaca, vođa, prijatelja i predstavnika - on bi ponovo morao učiti svoju abecedu... Izostajanje djelovanja televizije i srodnih sredstava tako bi moglo početi ostvarivati nešto što nisu postigle unutarnje proturječnosti kapitalizma - dezintegraciju sistema”. Kod Markuzea, dakle, nalazimo nedostajuću dimenziju Hjarvardovog stava da su mediji postali neizostavni za samo delovanje institucija. U sklopu koncepta industrije kulture i jednodimenzionalnog društva, naglašavajući da konstruisani svetonazor može da legitimizuje ili kažnjava određene načine izražavanja i ponašanja, medijalizovana stvarnost proizvodi ne samo dobre orijentire nego i ideološku dominaciju.

S druge strane, Benjamin je zasijao klicu materijalno-tehnološke perspektive sa tezom o mehaničkoj reprodukciji kao otvaranju kapija za ulazak mase u politiku. Već su proizvedene ideje o tehnologiji koja određuje prostorno-vremenske granice i sam repertoar kulture, odnosno na svojevrsan mašinski interfejs preko kojeg su ljudi u kontaktu sa stvarnošću. I dok je informacionalnost danas nešto što se najčešće smatra zamenom za društvenost, u smislu da tehnologizuje socijalne veze, iliti otuđuje samu populaciju od tradicije, Benjamin ukazuje na ambivalentnu poziciju masa u tome, i takva pozicija biće vetar u leđa Kastelsu. Masovni mediji sve teže mogu da odigraju ulogu čuvara kapija, kako to Hjarvard priželjkuje, već socijalne mreže nagrizaju njihovu auru. No, i kad se medijalizacija okrene mnoštvu digitalnih medija i njihovim korisnicima, pitanje razvoja javne sfere i političke emancipacije nije rešeno. Digitalizacija, koju Benjamin nije doživeo, a koja razliva granice neposrednog i tehnologijom ostvarenog komuniciranja, stoga ponovo otvara pitanje statusa masa, koje će Kastels razmatrati u okviru svoje teorije umreženog društva.

3.2. Hiperrealizam Žana Bodrijara

Posleratna ekspanzija konzumerizma umogome je potvrdila neizostavnu ulogu kulture u reprodukciji društva. Ali Žan Bodrijar smatrao je da je potrebna određena rekonceptualizacija kulturne sfere. Dok su kod Frankfurtovacu masovna kultura i

pasivnost potrošača otelovljavali prvenstveno ekspanziju instrumentalnog uma, Bodrijar je umesto industrijske standardizacije u kulturi video sistem objekata. Konzumiranje nije samo jedna konformistička delatnost, no je potrošnja u stvari proizvodna aktivnost koja maltene zahteva specifičan, simbolički rad. Bodrijarova pozicija je između Franfurtske škole, čije nalaze produbljuje, i britanskih kulturnih studija, koje publici pripisuju i sposobnost emancipacije, što će Bodrijarovi subjekti retko postizati. Oni su prvenstveno strastveni konzumenti čija potrošnja ima socijalnu funkciju. Potrebno je uložiti dosta energije da bi se saznalo sve o nekoj robi (objektu) i načinu na koji se koristi, kao i da bi se zaradio novac za kupovinu. Shodno tome, *potrošnja ima manje veze sa dokolicom i zadovoljstvom, koliko sa proizvodnjom društvenog poretka - ona je aktivan način života.*

Roba se i ne pazari iz nekih funkcionalnih razloga već služi održanju socijalne hijerarhije. Nekad televizori a danas mobilni telefoni, male razlike u performansima ili dizajnu naplaćuju se papreno, jer roba diskriminiše. Kupuje se radi prestiža i manifestacije društvenog statusa, tako da veća dekorativnost ili funkcionalna neupotrebljivost robe ukazuje na moć onoga koji je koristi. Štaviše, ukazuje na razliku koju određena društvena grupa želi da proizvede (Baudrillard 1981: 74). Nije reč samo o homogenizaciji i sistematizaciji - konzument se integriše u društvo, ali istovremeno želi da obeleži posebnost svog položaja, telefonom, kućnim ljubimcem, automobilom, odećom. Ovako *sistematično razvrstavanje objekata, koje odražava sliku socijalnih nejednakosti*, svakako bi Bodrijara dovelo to teze o brzom raspoređivanju digitalnih medija unutar opšte populacije i razloga zašto izbor aparata nikad nije bio raznovrsniji. Roba označava položaj i našu posebnost.

To ne znači da Bodrijar razvija koncept aktivnih subjekata koji pružaju otpor, kamoli najavljuju društvenu promenu. Za njih je digitalni jaz sasvim prirodno i poželjno stanje stvari. Ne postoji nikakva težnja da ljudi ravnopravno učestvuju na novim medijskim platformama, da se približavamo tehnološkoj uravnilovki, već sasvim suprotno, sloboda izbora stvara još slojevitije društvo. Potrošači, dakle, nisu pasivni, ali jednodimenzionalnost njihove strategije možda je i izražajnija. Potrošnja, koja je zamenila proizvodnju kao glavni oblik društvenog ponašanja, učinila je dominaciju još uspešnijom - Bodrijar je veći pesimista od Frankfurtovac (Kellner 1989: 19). Nakon lingvističkog obrta, Bodrijar vidi pojedince kao konzumente znakova, koji robom

označavaju svoj položaj, što objašnjava zašto je potražnja neke robe veća od druge. Znakovi, zauzvrat, uspostavljaju hijerarhiju društvenih vrednosti, kroz njih progovara stratifikacija. To jest, primera radi, mobilni telefoni stoje kao članske karte, formiraju jedan sistem objekata u skladu sa određenim kodom. Dakle, ako su hjarvardovski mediji vođeni ne samo profesionalizmom nego i učešćem publike, onda ovakvo razumevanje ponašanja subjekata iziskuje preispitivanje medijatizacije.

I u slučaju medijskih standarda Bodrijar zauzima specifičnu poziciju. Njega ne zanima toliko zbog čega se takav kod uspostavlja, već kako *kod reguliše društvo*, kako se određuje prestiž, kako se uspostavlja moć jednog znaka nad drugim, kako u stvari znaci sve više zanemaruju materijalnu osnovu društva i prate sopstvenu logiku simulacije. Rani Bodrijar se još drži nekog prožimanja proizvodnje i znakova, smatrajući da je razlikovanje ekonomije i ideologije samo terminološka gimnastika. Odnos tržišne i upotrebne vrednosti valja sagledati kao odnos označitelja i označenoga - jer i roba je znak. Proizvodnja i razmena čine sistem komunikacije u kojem kod određuje pravila igre. Stapaju se semiologija i politička ekonomija: "Fantom Označitelja širi se nad svijetom" (Baudrillard 2001: 13). Fiktivna odvojenost znaka i sveta skriva činjenicu da je svet veštački oblikovan i podložan razobličenju. Upotrebna vrednost, navodni stvarni svet pokušaj je naturalizacije nečega što je već virtualno, pokušaj uprirođivanja igre označitelja. Prema Bodrijaru to je u prošlosti bilo moguće, ali sada smo ušli u eru hiperrealnosti. Da li mediji odražavaju ili proizvode sociokulturnu sferu za Bodrijara je problematika vezana upravo za koncept hiperrealnog.

Iz ove postavke proizlazi i Bodrijarova teorija medija i specifično viđenje međuodnosa društvene i kulturne naspram medijske i komunikacione promene. Posebno izoštravanje njegove kritike medija razvija se u odgovoru H. M. Encensbergeru. I on odbacuje rigidnu podelu na bazu i nadgradnju, tako da medije, koji tradicionalno pripadaju domenu kulture, posmatra i kao proizvodni sektor, sa sve većim kontrolnim funkcijama Kapitalistički sistem, prema Encensbergeru (Encensberger 2003), prepoznaje potencijal medija, i čini sve da sabotira socijalističke tendencije, transformišući medije u industriju svesti. Oni mogu pokrenuti masovnu participaciju, ali samo u poželjnim područjima. Za glavnog krivca Encensberger određuje redukciju medija na distribuciono oruđe, tako da je umesto komunikacije cilj puki prenos poruke. Iako je tehnički moguće da svaki primalac istovremeno postane i odašiljač, inženjersko

izdvajanje pošiljalaca ne prati tehniku nego politiku - podela rada na proizvođače i potrošače ponavlja se i u medijskom polju. Hjarvardove medijske institucije bi, dakle, kritička teorija trebalo da posmatra više kao rezultat encensbergerovske sabotaže socijalističkih tendencija nego ukidanja podele rada.

Takođe, Encensberger smatra da valja napustiti orvelijanski mit o totalnoj manipulaciji. U medijskoj sferi levičari sami sebe primoravaju na defanzivu, ne samo zato što potencijal medija tumače kao kapitalističku pretnju, nego i zbog tradicionalnog i navodno bezrazložnog buržoaskog straha od mase. Međutim, za Encensbergera žrtve mogu postati manipulatori. Nema potrebe za zaziranjem od masovne kulture, jer ona je stožer revolucionarne energije. Podruštvljavanje medijske proizvodnje uvek za sobom nosi i oslobođenje mase, koja će razoriti veštačku podelu na pošiljaoce i primaoce. Novina koju pišu njeni čitaoci je budućnost, i karakteristike novih medija biće decentralizacija, interakcija i politizacija. Benjamin ostavlja svoj pečat i u narednoj generaciji medijskih teoretičara. Emancipovani i maštoviti ljudi prevazići će prepreke u vidu hardvera, i Encensberger smatra da nema potrebe biti konzervativan po tom pitanju. Buržoazija samo poseduje medije, ali *mase su u stvari poruka*. Hjarvardove institucije bi time dobile konkurenta u obliku novih medija i njihovih kreativnih korisnika.

Bodrijar (Baudrillard 2001: 30) u tome prepoznaje staru marksističku logiku upisivanja revolucije u stvari, tako što će se uklanjanjem kapitalističkih stega medij distribucije pretvoriti u medij komunikacije. Umesto da se povede ovim putem jednodimenzionalne i optimističke medijatzacije, za Bodrijara mediji ne samo da ne poseduju revolucionarnu funkciju, već nisu čak ni neutralni. *Oni su ne-prelazni, ne-posredujući, ukidaju razmenu, proizvode ne-komunikaciju, zabranjuju odgovor* (Ibid: 32). Potpuno su besmisleni zahtevi za demokratizacijom sadržaja, kontrolom informisanja, preuzimanjem vlasti nad medijima, jer sve to i dalje spada u opšti poredak potrošnje. Svrha, dakle, nije u uspostavljanju mogućnosti odgovora, u razmeni, već samo u preuzimanju, prisvajanju i iskorištavanju medija. Ideja o socijalističkom mediju suprotna je ali komplementarna mitu o kapitalističkoj medijskoj manipulaciji. Može se reći isto i za Hjarvardove medijske institucije, koje se ujedno odvajaju od političkih i korporativnih aktera kako bi pre pročistile medijsko tržište a ne dovele u pitanje takav način poslovanja. Ali Bodrijarov argument ne ide u tom pravcu, već polemíše da nije

vlast nametnula medijima ulogu socijalne kontrole, već oni to jesu sami po sebi. To jest, nije potrebno da određena društveno-ekonomska moć medije pogura u tom pravcu kada i oni samostalno i sasvim uspješno reprodukuju kapitalističke odnose.

Moć medija se ne može preusmeriti, njihov uticaj nije reverzibilan. Ono što prođe kroz medije više nije subverzivno, neutralisano je u znakovima, depolitizovano u simulakrumu. Iluzija je da je moguće transformisati medije, jedino rešenje za Bodrijara je njihovo razaranje. Mediji samim svojim prisustvom obavljaju društveni nadzor u privatnim domovima, izoluju ljude, pošto, kako kaže Bodrijar, ograničavaju njihovu komunikaciju na “govor bez odgovora” (Ibid: 34), jer ljudi više ne razgovaraju. Sve ostalo je za Bodrijara mistifikacija medija kao žrtve nekog političkog poretka, i izmišljanje potrebe za sprovođenjem nekog obrta. Međutim, mediji čak i kod Encensbergera teorijski su ekvivalent političke ekonomije (Ibid: 41). To jest, vladajuća ideologija i levičarski otpor oslanjaju se na teoriju komunikacije, koju je predložio *Roman Jakobson (enkoder - poruka - dekoder)*, a koje komuniciranje predstavlja kao vrlo formalno, “ideološkim kategorijama kojima se iskazuje stanoviti tip društvenih odnosa, upravo onaj u kojem jedan govori a drugi ne, u kojemu jedan ima izbor a drugi jedino slobodu da mu se podredi ili da se izuzme... *Nema uzajamnog odnosa* ni prisustva dvaju termina jednoga u drugome, budući da se i jedan i drugi određuju izdvojeno u njihovu odnosu prema poruci i kodu, ‘intermedij’ koji održava oba u respektivnoj situaciji, na udaljenosti jedan od drugoga, razmak koji je ispunila puna i osamostaljena ‘vrednost’ poruke” (Ibid: 42).

To je za Bodrijara već *simulacija komunikacije*, gde postoji neko kretanje informacija, ali koje kod drži u okvirima “moguće komunikacije”, kojoj nedostaje stvarna spontanost i ambivalentnost pravog komunikacionog odnosa. Naravno, budući da Bodrijar ovo piše dobrih dvadeset godina pre prvih koraka interneta, prognoza bi možda mogla da se problematizuje, ali on je na “*terorizmu koda*” insistirao do smrti, razmišljajući o besmislu odupiranja stisku upravljane komunikacije. *Simbolička razmena je za njega prognana medijskom tehnologijom*, i više se ne mogu očekivati svetkovine, karnevalske i divlje interakcije, razmena darova u primitivnim plemenima. “Praznina masovnog društva naizgled se popunjava ‘virtuelnim zajednicama’. Ali, bez obzira na sve to, masovno društvo istovremeno sve više pati od trajnog gubitka ljudske prisutnosti” (Radojković i Đorđević 2005: 207). Virtualne zajednice bi trebalo da

popune ta mesta gde se nekad nalazila neposredovana stvarnost. Mistična rečenica krije obrnuti platonizam: nije stvarnost tek bleđa kopija ideja, no je pomoću medija osiromašena do nivoa pećine. Pošast modernizacije valja nadoknaditi medijskim reprezentacijama. Naspram jednog haotičnog komuniciranja imamo fiskirane ljude u unapred određenim komunikacionim situacijama, koje odgovaraju Jakobsonovoj formulaciji.

Tako i u slučaju digitalne mreže, pojedinci mogu samo da se predaju kodu, tako što pojedinci dobijaju mogućnost da se izraze, ali time samo dobijamo reprodukciju, odnosno dupliranje znakova. Mreža deluje kao “bioničko ogledalo” koje vrši svojevrсно kloniranje sopstva, čime se stvara “digitalni Narcis”. Ekstravagantnim rečnikom Boudriar u stvari poručuje da izgubljenu društvenost nećemo naći u edijima, koji nude samo naše dvojnike. Boudriar u svojem delu *O zavodjenju* (Boudriar 2001) tvrdi da su ljudi pozvani da postanu mikrosistemi osposobljeni za igru, kadri da regulišu svoje funkcionisanje, ali to nije poboljšanje u odnosu na prvobitnu, medijski neposredovanu komunikaciju. Digitalni Narcis se prikopčava na mrežu, ali kontaktira radi samog kontakta, odnosno njegov jezik nema šta da kaže drugima. Na digitalnoj mreži broj kontakata se uvećava, znakovi hipertrofiraju, održavaju formalnu dimenziju govora, ali samo zarad verifikacije same mreže. Štaviše, mreža će podsticati proliferaciju naših kontakata iz sasvim profitabilnih razloga, jer uvećava lajkove, interakcije i klikove uopšte. Postoji, dakle, utisak da se nešto razmenjuje, neki signal, ali Boudriar smatra da se tako stvara samo privid dešavanja unutar društvene mreže, a da u stvari komunikacije nema, već se pojedinci “samozavode”. Važno je samo da “svatko bude terminal cijele mreže” (Baudrillard 2001: 68).

Komunikacija se, dakle, sakati samim svojom svođenjem na kategorije pošiljaoca i primaoca, a onda se tako neograničeno simulira, kao da će tako proizvesti nešto više od mreže digitalnih Narcisa. Čak ni feed-back nije odgovor, jer puka recipročnost za Boudrijara nije komunikacija. Time što svako postaje odašiljač ne ruši se sistem masovnih medija; samo je “decentralizovani totalitarizam” (Baudrillard 2001: 45). A ako su odašiljalac i korisnik spojeni u jednoj osobi - prosumeru - onda je manipulacija samo interiorizovana. Temeljna medijska promena samo je ona koja te iste medije radikalno ruši. Boudrijarova nostalgija prema neposredovanom komuniciranju dovodi ga do prenaplašenih osuda medija. Iako se poziva na Maršala Mekluana, mediji su za

Bodrijara simulatorske mašine, proizvođači hiperrealnosti, čak i crne rupe u kojima komuniciranje i značenje implodiraju u čistu, besmislenu buku, gde informacija “proždire” komuniciranje i samo društvo. Naspram Mekluanove rimokatoličke fantazije o globalnoj zajednici (Kellner 1989: 70), Bodrijarov protestantizam posmatra medije kao polubogove, koji zavode i otuđuju subjekte, zarobljavaju ih u svetu simulakruma, predestinirajući ih za ulogu terminala u komunikacionim mrežama. Sama transformacija sveta u medijski sadržaj, a naspram filtera kulturne industrije koja je realnost instrumentalizovala, kod Bodrijara predstavlja ulazak u čistu informaciju - virtualno.

Simulacija podrazumeva čisto kruženje znakova, koji su raskinuli vezu sa stvarnošću. Dok je kod Valtera Benjamina znak tek izgubio auru i započeo serijsku proizvodnju potencijalno bezbroj istovrsnih predmeta, Bodrijar (Baudrillard 2001: 76) smatra da je takav industrijski simulakrum prevaziđen, jer je još uvek bio u vezi s originalom. Nastupaju modeli, koji nisu ni u kontaktu sa stvarnošću, koji samo simuliraju svet. Primera radi, pokušaj da se medijski predstavi javno mnjenje i u stvari samo rasplinjava i razara to mnjenje. Imamo samo uzorke, ankete i medije, samo model javnosti, koji odgovara političarima ili marketing stručnjacima, ali više ne predstavlja stvarnost. Samo Los Angeles Times je među većim novinama predviđao pobedu Donalda Trampa. Ankete su javnost prvo svele na brojke i nefleksibilno za i protiv mišljenje, a onda je prevele u pitanje podrške koju statistika ne može suštinski da izrazi. U tom smislu sve može da se više ili manje simulira.² *Javnost je “fantastična hiperrealnost koja živi jedino od montaže i manipulacije testovima”* (Ibid: 89). Mediji stvaraju hologram koji održava veru da društvo i dalje postoji.

Postoji samo “pošast” stvarnog, jedna proliferacija znakova u savremenim društvima koja po Bodrijaru (2001) poprima “kancerozne” dimenzije. Imamo višak stvarnosti, toliko da se konstantno, gotovo nasilno pokušava materijalizovati, odnosno označiti sve, tako da se ništa ne prepusti slučaju, što je za Bodrijara u stvari pokušaj da se spasi sama istina. Reč je o o sveopštem raspadanju stvarnosti, i tome shodnom

² Američka javna TV PBS izbegavala je ankete, što znači da neka sumnja u ovaj vid uspostavljanja javnosti ipak postoji. PBS je izabrala nešto savremeniji pristup, da istakne najtraženije osobe ili termine na Facebook mreži i pretraživaču Google, a što direktno ne govori o podršci nekom kandidatu. Tako u nekoj državi najspominjanija može biti Hilari Klinton, ali da pobednik prajmarisa bude Berni Sanders. U južnim

nastojanju da se radikalno umnože znakovi stvarnosti, kako bi se prikrila sama dezintegracija društva. Čak i vlast paranoidno uvećava znakove same vlasti, i time pokazuje i sopstvenu fragilnost, kao Hilari Klinton sa stotinama medijskih profesionalaca kojima pobeda isklizava iz ruku. Upravo u trenutku slabljenja institucija, one svoje nestajanje pokušavaju da kompenzuju hiperprodukcijom znakova. Najprostiji primer jeste prenos fudbalske utakmice, tako što se upotrebom krupnog plana, različitog kadriranja, montažom, usporenim snimcima, stvara novi, televizijski događaj. “*Ono što je medijalizovano ne dolazi iz dnevne štampe, TV cevi ili radija: to je ono što je reinterpretirano putem značenjske forme, artikulirano u modele, administrirano kodom*” (Baudrillard 1981: 175-6). Za Bodrijara medijska kultura tako postaje neuspešan pokušaj da se obnovi socijalni karakter komunikacije koji je imao živ događaj, pa prenos fudbalskog meča naziva “mrtvim” događajem, koji nastoji da zagreje “mrtvo” telo socijalnog.

Satelizacija planete podrazumeva da je sama Zemlja postala satelit. Stvoren je *univerzum oslobođen svakog smisla*, “u aseptičnom bestežinskom stanju” (Bodrijar 1991: 38). Ma koliko zvučalo ekstremno, to je svakako legitiman način objašnjenja postojećeg društva i njegovog apatičnog stanovništva. Specifično smenjivanje euforije, besmisla i pasivnosti čini publiku neuhvatljivim fenomenom (Baudrillard 1983), ali postaje nešto razumljivije nakon uviđanja da je teško uhvatiti se u koštac sa mnoštvom znakova, medijskim sadržajem koji nije odvojen od stvarnosti, nego nadilazi tu stvarnost. Stvarnost “trune” u susretu sa znakovima, nedorasla je sopstvenom modelu, koji u stvari i ne vodi poreklo od same stvarnosti. *Simulacija više nije predstava nečeg stvarnog nego proizvodnja nadstvarnog* (Bodrijar 1991: 5). Simulacija pokušava da stvori nešto realnije od realnog, komunikabilnije od komunikacije, tačnije od istine, i pritom uništava zbilju. *Virtualna stvarnost pokušava da prevaziđe takve prepreke formiranjem paralelnog, izdvojenog sveta*, poput interneta, ali da li zaista to nije tek novi vid simulacije, gde su botovi samo najočigledniji remetilački faktor?

Koja je praktična novina koju unosi simulacija u medijske doživljaje? Bodrijar iskorištava razlikovanje istinski bolesnog pacijenta i simulanta. Obojica ispoljavaju iste simptome, ali ostaje dilema ko proizvodi “prave”, a ko simulira svoje simptome. Iako

državama građanima je najbitniji stav kandidata o hrišćanstvu, a pobeđivao je pretežno Donald Tramp.

medicina može da nađe druge načine da otkrije ko objektivno boluje, druge sfere su time više pogođene: “*svi ludaci simuliraju*” (Bodrijar 1991: 8). Štaviše, Bodrijar tvrdi da tu i ne može biti suštinskog razotkrivanja nekoga ili nečega, jer simulacija nije ni lažna. Problem koji nastaje u takvom “džinovskom simulakrumu” (Ibid: 9) može se ogledati npr. u neodlučnosti Manuela Kastelsa da konačno odredi vrednost i progresivnost nekog društvenog pokreta. On izbegava osudu Al-Kaide, a u načelu ne može pokazati ni da li pokreti za zaštitu životne sredine opravdano najavljuju ekološku apokalipsu, ili koliko su učesnici Occupy pokreta stvarno socijalno svesni, čak ni da li su pol ili rasa relevantni pojmovi u današnjem svetu. Sve se gubi u pitanjima iskrenosti, simulacije, objektivne ugroženosti, bez konačnog odgovora na pitanje ko istinski poseduje ideološku težinu, ko je stvarno u pravu, ko to misli da jeste, a ko je puki simulant.

U tako neizvesnom svetu Bodrijar smatra da su mediji napustili stadijum ubeđivanja, u smislu klasične propagande, donekle i industrije kulture, i prešli na očajničko uveravanje da oni i dalje govore istinu (Ibid: 33). Tvrdi se: “Vi ste informacija, vi ste socijalno, vi ste događaj, o vama se radi, vi imate reč itd.”. Ali upravo to više nije sigurno onda kada se nešto nerealno zove rijaliti. Da li je Al-Kaida to socijalno, da li je Islamska država taj događaj, da li ekolozi ili feministi imaju pravu informaciju, šta je istina a šta privid i čisto “*panično prisustvo medijuma*” (Ibid: 34)? Ko inscenira komunikaciju a ko ne zloupotrebljava medije? Ko uništava socijalno a ko čini nešto stvarno socijalno? Kao da Bodrijar implicira da iz čistog straha od nestajanja širenjem medija treba nekako da se zaustavi dezintegracija društva. Internet toliko prodire u društvo da ga nalazimo na svakom koraku, da oni možda više i nisu neki “aktivni i delotvorni spoljašnji agensi” neko sam *DNK društva*. “*Ne postoji više medijum u doslovnom smislu: on je sada neuhvatljiv, rasut i izlomljen u stvarnom*” (Ibid: 34). Iako Bodrijar nigde to doslovno ne kaže, pojava interneta, pogotovo njegovih mobilnih oblika, u stvari je poslednji pokušaj da mediji i društvo zadrže neku smislenu vezu, kako ne bi došlo do “*implozije medijuma i stvarnog u neku vrste nadstvarne nebuloze*” (Ibid: 86) - u masu.

Bodrijarov egzotičan stav o masi u stvari zatvara njegovo viđenje medija. On je naziva kristalnom kuglom koju je nemoguće prozreti, koja ne odgovara na političke apele, niti utiče na revolucionarnu promenu. Masa se prosto ne ponaša onako kako bilo

ko očekuje od nje da se ponaša. Kako kaže Bodrijar (1991: 69), od nje se isprva očekivalo da bude udaljena od visoke umetnosti, koja se razvijala u okviru svoje autonomije, i bila radikalno odvojena od društva. Reč je o devetnaestovekovnom viđenju kulture. Nakon postepenog otvaranja visoke umetnosti prema masama, između ostalog i putem medija, od njih se očekivalo da postanu “stado kulture”, koje će biti vođeno i stimulirano, to jest prosvetličano. Do ovog momenta poklapaju se Bodrijarova i Hjarvardova istorija medijske kulture, gde Hjarvard vidi medije kao kulturne i obrazovne institucije, nakon čega su se mediji osamostalili i počeli slobodnije da proizvode specifičan pogled na svet. Međutim, Bodrijar smatra da će masa, naprotiv, usmrtniti tu kulturu, pogubiti njene tradicionalne postavke, njen smisao, odnosno destruktivno postupati sa elementima kulture. U stvari, Bodrijar preokreće konzervativno viđenje mase koja navaljuje na bedeme kulture, jer problematizuje negativni predznak tog viđenja - njeno odbijanje tekovina civilizacije ujedno je i odbijanje kontrole masa. Šta god medijske institucije proizvodile, medijalizacija se registruje u masama.

Medium je po Bodrijaru (1991: 70) zamišljen da “uvuče masu, da proizvede homogeni ljudski i mentalni protok... to je ponovna totalizacija u jedno homogeno slivanje prostora i vremena svih rasejanih funkcija društvenog tela i života, ponovno ucertavanje svih protivurečnih tokova u termine integrisanih kola. To su prostor i vreme cele jedne operacione simulacije društvenog života”. Zar ovo nije opis prosečne organizacije neke društvene mreže na internetu, kroz koju protiču profili ljudi, odnosno njihovih digitalnih i neretko narcisoidnih odraza? Ispostavlja se da medium ističe neke druge karakteristike, naime tzv. “zoom”, odnosno prenaplašavanje aspekata naizgled stvarnijih od same stvarnosti. To jest, novi mediji insistiraju na tome da su se toliko rasuli i izlomili u stvarnom, da su sasvim integrisani u društvo postavši njegov DNK, i kao takvi stvorili izvesnu “pornografsku” eksplicitnost, komunikacioni “razvrat” (Baudrillard 1983: 84, 1998: 130). Dok je odnos ljudi prema spoljnom svetu uvek bio posredovan simbolima, i uvek imao neku vremensko-prostornu distancu prema svetu, i duže vreme za kontemplaciju i udaljenost od posmatranog objekta, sada medium toliko približava stvarnost i publiku da dolazi do svojevrstne implozije.

Tako s jedne strane postoje nastojanja da se “moralizuje informacija” (Baudrillard 2001: 10), dakle, da medij socijalizuje, da kvalitetno izveštava, da

prosvećuje publiku, ali sve je to uzaludno. Bodrijar smatra da će mase sve glatko odbiti, razumnu komunikaciju učiniti bespredmetnom i zahtevati samo spektakl. *Kroz masu uopšte ne cirkulišu smislene poruke, budući da stoji kao crna rupa u kojoj se gubi svako značenje. Suvišno je govoriti o kultivisanju masa, jer one su komunikaciono rezistentne.* Njima čak i ne može da se manipuliše, industrija kulture ne može da ih zaglupljuje, niti ih ideali navode na participaciju. Njihovo povlačenje u privatnu sferu i potrošački mentalitet nije trijumf vladajuće klase - to je odbacivanje političkog. Oni koji takvu poziciju smatraju izvorom revolucionarne energije promašuju poentu - banalnost ne može dobiti smisao. Kod masa nema dominantnog čitanja, one proždiru popularnu kulturu, opiru se bilo kakvoj instrumentalizaciji, indiferentne su prema višim nivoima prosvećenosti, ne pružaju otpor već bespogovorno prihvataju sve.

“Očito postoji izvestan paradoks u toj nerazrešivoj povezanosti između masa i medija: da li mediji neutrališu smisao i proizvode ‘bezobličnu’ (ili informisanu) masu, ili se masa uspešno odupire medijima, izvrćući ili apsorbujući bez ikakvog odgovora sve poruke koje oni proizvode” (Bodrijar 1991: 88)? Bodrijar ističe da je to odbijanje svakog smisla na neki način *otporaška strategija samih masa, koje umesto da se suoče sa indoktrinacijom čine sasvim suprotno - hiperkonformistički je simuliraju, reprodukuju medijske sadržaje do besmisla.* Bodrijar to prikazuje na osnovu ideje Boga, koju vernici suštinski ne razumeju niti žele da shvate, već prosto simuliraju verske prakse, bez držanja do njihove poente. Domaći primer bio bi nesputano slavljenje slave, sa gomilom pravila svetkovanja, ali premalo religijske suštine. Društveni mislioci tako konstantno traže neku energiju ili značenje u masama, ostajući stalno bez odgovora, nalazeći samo “mutave zveri” (Baudrillard 1983: 28). Pokušaj politizacije medija, ili hjarvardovsko nametanje medijske logike, biva apsorbovano, svareno, i onda simulirano od strane masa do u beskraj (Ibid: 29).

Mase preuzimaju društveno, štaviše, one ga nadilaze jer su njegova ekstatička forma (Baudrillard 2001). Kastelsova blagonaklonost prema društvenim pokretima mora razmotriti kako ovo viđenje masa, tako i Bodrijarov (1991: 90) postmodernistički stav da pokreti koji žele da emancipuju masu, da je oslobode, da reformišu sistem, regenerišu smisao, revolucionizuju društvo, u stvari pomažu opstanku samog sistema. Ili obrnuto, kao specijalizovane publike koje deluju opsceno na političkoj sceni, jer su u odnosu na zajedničko društveno iskustvo deplasirane (Milivojević 2015: 126).

Kastelsovi reformistički subjekti moraće se pozicionirati između ova dva ekstrema, pokušavajući istovremeno da ugroze medijski poredak vladajućih, obesmisle hegemonске poruke, a da to ne izazove pad ka bodrijarovskim masama. Verujem da Kastelsova kultura stvarne virtualnosti otupljuje one fantastične elemente Bodrijarove teorije, i daje im konkretniji oblik, a pritom ne pada u fatalizam. Kastels prihvata da recipročnost nije komunikacija, ali ne i da to podrazumeva svemoćnu i obesmišljavajuću hiperrealnost. Medijski sadržaji se nisu radikalno odvojili od stvarnosti, jer za Kastelsa digitalna tehnologija nije toliko monolitna, odnosno, virtualno i realno nisu drastično suprotstavljeni. Bodrijarova preterivanja su, doduše, zanimljiv izbor, a Kastelsov pokušaj provere tih navoda vredan je razmatranja.

3.3. Liotarova kompjuterizacija postmoderne

Premisa da su razvijena društva proizvela stanje koje nazivamo postmodernim danas je gotovo uobičajena, ali Žan-Fransoa Liotar jedan je od prvih koji su proučavali “kulturnu i socijalnu dinamiku digitalnih tehnologija” (Gane 2003: 431). Kompjuterizacija društva u srcu je pitanja kako kultura menja svoj oblik, status i vrednost, kako društvo ulazi u postindustrijsko doba u trenutku kada *mediji rekonfigurišu materiju, um i vreme* (Ibid: 441). Kriza metanaracija, kako je smatrao Liotar, neminovno je uklanjanje univerzalnosti kulture nakon Aušvica, a svoj možda i konačan oblik dobila je u liku informatičkih mašina koje su izmenile samu prirodu znanja. *Kako će se to znanje stvarati i prenositi, ko će ga kontrolisati i imati pristup znanju, kakav je njegov odnos prema moći, i šta uopšte preostaje kada mediji preuzmu na sebe vršenje nekih mentalnih operacija*, jeste problem koji je Liotar pred sebe postavio, i pokušao da reši u delu *Postmoderno stanje* (Liotar 1988), verovatno prvoj kritičkoj teoriji digitalnog doba.

Štaviše, ako je i za njega, kao i za Maršala Mekluana, medij bio poruka, njegov ključan odnos nije bio sa čulima, već sa kulturnim narativima. To jest, onda kada sve mora da se prilagodi informatičkim operacijama, da bude prevodljivo na specifičan programski jezik, kada se standardizuje i stavlja u optičaj odgovarajućim kanalima, za Liotara to je bio uvod u značajnu kulturnu promenu. Bitovi kao informacione jedinice već na inženjerskom planu bivaju raspoređeni prema unapred propisanim pravilima i

određuju mogućnosti kontrole kulture, njene homogenizacije, čak i eventualnog ubrzanja. Nakon prevođenja u mikročipove nastaje čak i dilema “ko zna?”, u smislu da ne mora postojati neki poznavalac, nosilac znanja, već je to *znanje eksteriorizovano, pohranjeno u aparatima*, što olakšava kontrolu i vlasništvo baza podataka, čineći problem političkim (Jameson 1984: xiii). Liotar ispravno počinje sa sumnjom u vrednosnu neutralnost informatičkog jezika i algoritme posmatra kao nekad i narative, u smislu kontrole i opravdanja same kulture.

Za Liotara kultura se određuje u različitim kompetencijama i afinitetima. Šta je istina, šta je pravedno ili lepo, dobro ili srećno ustanovljeno je brojnim jezičkim igrama, koje Liotar smatra temeljnim metodom analize. Jezički činovi otelovljuju minimum odnosa potrebnih da jedno društvo uopšte postoji. Stoga jezički “potezi” između pošiljalaca i primalaca, u kojima nema samo jasnog, konsenzusu sklonog sporazumevanja, već i agonistike, odnosno jezičkih napada, izvrtnja smisla, nametanja novih značenja, stvaraju kulturu jednog društva. Ona sadrži kako denotativne, tako i preskriptivne, vrednosne iskaze, kao i performativne i kreativne poteze. Kakva će biti cela naracija zavisi od navika i običaja jednog društva, ali i otvorenosti za paradokse, neočekivane poteze, pri čemu je ulazak medija u igru još jedan potez među mnogima.

Ovim se Liotar približava i kulturalnom percipiranju medijatzacije. Naizgled banalno pitanje ko zna i šta se od njega očekuje da zna, zasnovano na prethodno povučenim jezičkim potezima, usmerava tvorbu kulture nekog naroda (PS: 36). *Ko zauzima ulogu naratora* uobičajeno se određivalo prema starosti, klasi, polu, izvesnoj društvenoj grupi, na osnovu čega narator postaje kompetentan. On time dobija autoritet da definiše stvarnost. Naracija koju proizvodi ili reprodukuje nudi pozitivne ili negativne modele ponašanja, junake i neprijatelje, uspehe i poraze, legitimišući društvene institucije, određujući njihova pravila i resurse. Priče “određuju šta ima pravo da se kazuje i da se čini u kulturi” (PS: 41). Čak i nauka traži legitimitet u takvim naracijama, s junacima heliocentrizma i njihovoj žrtvi na lomači, kroz neki epski prikaz naučnog razvoja, ili pak, putem novinskog ili TV intervjua (PS: 48). S druge strane, i demokratija je priča u kojoj je glavni junak narod koji raspravlja o pitanjima pravde, jednakosti ili istinitosti, ili se drži separatističkih i konzervativnih priča (PS: 51). Kao i u slučaju kulta osećaja Horkhajmera i Adorna, pripovedanje legitimizuje postojeće društvo.

Liotar, dakle, prvo prikazuje *narativno jezgro kulture*, a onda i njen preobražaj i delovanje novih medijskih tehnologija. *Dve velike naracije, emancipatorska i filozofska*, za Liotara su izgubile svoju snagu. Prvi diskurs jeste prosvetiteljska priča o oslobođenju ljudi. Primera radi, tvrdnja “Vrata su zatvorena” jeste klasičan denotativni iskaz, ali iz njega logički ne sledi preskripcija “Otvorite vrata” (PS: 65). Poziv na oslobođenje od otuđenja i represije, rušenje tradicionalnog autoriteta, borba za nacionalno ili versko opredeljenje, koje onemogućavaju tirani ili sveštenici, jeste *pripovedanje o čovečanstvu kao junaku slobode*, koji se usmerava na put napretka. Liotar drži da ne postoji nikakav naučni denotativni iskaz, koji na taj način može prići da obezbedi legitimitet, stoga su nepristrasne i vrednosne tvrdnje isprepletane kao i kod ranijih, nenaučnih, odnosno “primitivnih” znanja. Odlučivanje o onome što je istinito i vredno neodvojivo je od odlučivanja o onome što je pravedno i lepo. Liotar čak i ne ulazi u to da li je i u okviru emancipatorskog metanarativa postojala neka klasna, polna i slična diskriminacija, već je u najapstraktnijem smislu onaj koji zna - osloboditelj. Liotar smatra da će takvi harizmatični lideri i atraktivne priče igrati sve manju ulogu, ali ne možemo se otrgnuti utisku da to protivreći prosvetiteljskim korenima medijskog profesionalizma, što bi podrazumevalo da emancipatorski metanarativ svakako ne može biti sasvim zaboravljen.

I drugi, filozofski diskurs, za Liotara ne može da nađe snažno opravdanje. Da bi kultura obrazovala naciju u duhovnom i moralnom smislu, mora da bude u skladu sa percipiranim pravednim ciljevima, i da spreči političke zloupotrebe. Mora da postoji neko znanje o znanjima, zajednički temelj sistema, koji će obuhvatiti kulturu, postaviti svaki njen element na svoje mesto u određenoj spekulativnoj hijerarhiji. Reč je o grandioznim, idealističkim filozofskim sistemima, ali i bilo kakvom viđenju koje pretpostavlja neki univerzalni poredak, neko objašnjenje istorijskog razvoja ljudskog znanja i kulture, koji će u okviru celine sagledati određenu poziciju. Emancipatorski model možda i sam ima izvesno viđenje razvoja, ali kod njega je naglašena borba različitih aktera, i može se nazvati i *kritičkim modelom* (PS: 26). S druge strane, sistem podrazumeva organsku celinu, koja svakoj priči ili znanju daje posebnu poziciju i vrednost u kulturnom poretku. No, ovo nije sistem u smislu efikasne mašine koja pokušava da nađe optimalan odnos između inputa i autputa. Naprotiv, *ova metanaracija*

pokušava kulturu i nauku da zaštiti od države i tržišta spekulacijama o putanji duha ili ugroženom vitalizmu, životnim energijama, voljama.

Nakon svojevrsnog poraza ovih naracija, oličenog npr. u Aušvicu, to opadanje pratio je tehnološki razvoj. U oba slučaja, metanarativi pokušavali su da okupe pojedinačne priče ili jezike pod ime emancipacije ili kulturno-naučnog totaliteta, i nakon neuspeha usledilo je “rasturanje jezičkih igara”, kao i stvaranje novih, kojima je teže upravljati. Rascepkane, te igre više nemaju univerzalno važenje. Ono što ne može biti prevedeno u bitove imaće teškoće da nastavi sopstvenu proizvodnju. Tako npr. Robert Brigs (Briggs 2015) primećuje da Liotar naglašava buduću *prevlast transmisionog modela komuniciranja*, kako ga je formulisao Džejms Keri (James Carey), koji samo širi informacije u prostoru. Naspram njega stoji ritualni model, koji reprodukuje društvo u vremenu, to jest održava uvrežene stavove, vrednosti i verovanja, naglašava participaciju, deljenje i druženje. Problematiku ssvakodnevnog života Lotar prepušta drugim pristupima, na primer kulturnim sstudijama. Kod njega je konstruisana simbolička stvarnost, kojom se ritualno konstantno uspostavlja zajednica ljudi, sada ugrožena kompjuterizacijom. Kompjuter je, dakle, novi narator.

Onda kada mašine počinju da obrađuju podatke, određuju pristup informacijama, računaju varijable, one vrše mentalne operacije prethodno pripadajuće samo čoveku. Ta nova “*hegemonika telekultura*” (Lyotard 1992: 49-50) *izdvaja iz vremensko-prostornog konteksta sve ostale kulture*. Redukcijom mišljenja na informatički jezik samo čovečanstvo se dehumanizuje, a sama ideja zajednice obesmišljava. Društveno polje u kojem se učestvuje, formiraju stavovi i uopšte ritualno stvara jedan svet, sada polako gubi funkciju. *Medijska tehnologija reorganizuje kolektivno pamćenje, postavlja ga izvan lokalno-kulturnih okvira*, ali na globalnom nivou to za Liotara nisu istorijski narativi, jer ne unose emociju i smisao u događaj (Ibid: 63). Ljudi su, dakle, limitirani elektronskim signalima, i Liotarov argument ponavljajući se u tezama o dislokaciji ljudi u društvene mreže i iluzornim tehnosvetovima (Barney 2004), onda kada ih ritual više ne reprodukuje.

Iako Liotar ne izjednačava fizičku bliskost i zajedništvo, to jest, za razliku od Bodrijara, ne drži da je postojalo neko zlatno doba neposrednosti, koje je sada medijski eliminisano, on ipak smatra da se nalazimo u izvesnoj “neljudskoj” situaciji. Kulturna memorija je prerasla tradicionalne okvire i putem informacionih tehnologija dosegla

“kosmički nivo” (Lyotard 1992:64). To je *sada umrežena i ničija memorija*, u velikom raskoraku sa prethodno postojećim narativima, pri čemu valja naglasiti da se kod Liotara politička i ekonomska moć sve manje narativno ispoljavaju, već su prevedeni u niz pravila. Takva je *“neljudska” situacija, gde su naši istorijski identiteti poljuljani u vremenu i prostoru* (Poster 2006: 132), a istovremeno deo najčistije kapitalističke civilizacije ikada, što su stavovi koje Liotar deli sa Manuelom Kastelsom. Ono što informacione tehnologije čine jeste skladištenje podataka, odnosno razvijanje jedne *“božanske” memorije*, sa sposobnošću sinteze raznovrsnih informacija. Sve tradicionalne kulture ne mogu da sprovedu takvu organizaciju prostora i vremena. Čak i ako uspeju da formiraju narativ koji na zadovoljavajućem nivou objašnjava gro dostupnih informacija, to bi jedva imalo i lokalni opseg. Istinska medijska globalnost nije nešto sa čim se tradicionalne kulture mogu lako izboriti.

Zato zvuče neverljivo primedbe Bernarda Stiglera (Stiegler 2011: 107) da Liotar tek nekritički slavi postmoderno stanje, ne uviđajući pošast “hiperindustrijskog”, kompjuterizovanog sveta prevashodno srednje klase, te njenu kulturnu dekadenciju u društvu tehnološki apsorbovane dokolice, ako ne i kompletnog života. Stigler, dakle, smatra da Liotar ne uviđa političko značenje sve većeg podređivanja znanja proizvodnji i tehnologiji. Ali valja naglasiti da ako Liotaru nije strano oduševljenje, onda svakako nije ni razočarenje: *“Penetracija tehno-naučnog aparata u kulturno polje ne podrazumeva uvećanje znanja, senzibiliteta, tolerancije i slobode... obrnuto: novo varvarstvo, nepismenost i osiromašenje jezika, novo siromaštvo, nemilosrdno remodelovanje javnog mnjenja od strane medija, bedu uma, zastarelost duše, kao što su Valter Benjamin i Teodor Adorno stalno ponavljali”* (Lyotard 1992: 63). U tom smislu, pozicija u koje je društvo danas dovedeno za Liotara nije baš onakva kako mu Stigler pripisuje. Liotarova medijatzacija je i materijalna, podrazumeva ispunjavanje zadataka, izvršavanje operacija, instrukcije a ne smisaoni sadržaj.

Nasuprot narativa imamo čisto *logički, informaciono-tehnološki sistem*. Naravno, Liotar ne pada u naučnofantastičnu zamku u kojem taj sistem funkcioniše savršeno nehumano, ali da se ipak drži *“principa optimalizacije performansi: povećanje outputa (dobijenih informacija ili modifikacija), smanjivanja inputa (utrošene energije) da bi se one dobile*. To su dakle igre čije merilo nije ni istinitost, ni pravednost, ni lepota itd. nego efikasnost. Tehnički ‘potez’ je dobar kada bolje dejstvuje i/ili manje troši od

nekog drugog” (PS: 73). Znanje i tehnika razvijaju svoju vezu, smanjuju se troškovi i usavršavaju učinci. Cilj je što viša performativnost, učinkovitost čitavog procesa, sve strožije organizacione norme, hijerarhija, pravila odlučivanja, procena učinaka. Ako se podsetimo pitanja “ko zna?” za Liotara se sada nalazimo u svetu u kojem naučno-tehnički aparat potvrđuje činjenice, gde se, dakle, stvarnošću ovladava pomoću tehnike. Jačajući tehnologiju, odnosno njenu učinkovitost, jačamo i mogućnost da budemo pravedni, to jest pravednost zavisi od mogućnosti primene (PS: 77). Samim tim nije više bitna istina, mi smo u pravu ako postizemo zadovoljavajuću performativnost.

Sve je legitimno ako je učinkovito, iako nemamo odgovor čemu sve veće znanje i naša moć, pošto je svrha izgubljena (Lyotard 1992: 54). Za Liotara društvo uvećava sopstvenu performativnost, ali više ne zna zašto to čini. Postoje različite institucije, države ili privatne kompanije, koje svoje ciljeve ne opravdavaju klasičnim humanističkim ili idealističkim metanaracijama: “u diskursu davalaca fondova jedini uverljiv cilj je moć. *Naučnici, tehničari i aparati se ne kupuju da bi se saznala istina, nego da se uveća moć*” (PS: 76). Dakle, odnos tehnologije i nauke, kulture i društva se obrnuo, to jest jedino se još drži za motiv profita, ako se on uopšte smatra ljudskim. Razvijene zemlje postaju društva znanja, njihova nauka i kultura postaju proizvodna snaga, koja uvećava kapacitet država i preduzeća.

Reklo bi se da neki kritičari (Best i Kellner 1991: 73) neopravdano u ovom vide Liotarovo nekritičko prihvatanje teorija ‘postindustrijskog društva’ i ‘postmoderne kulture’, smatrajući da neadekvatno definišu savremeno doba, niti poseduju razvijenu socijalnu teoriju kojom bi opisali značajne transformacije, što su problemi sa kojima će se suočavati i Kastelsovo istraživanje. No, Liotar ističe da će se oko znanja možda nadmetati razni akteri za vlast nad samom planetom, pored borbe za jeftinu radnu snagu, sirovine, geopolitičke i ostale faktore. Prisutna će biti, dakle, *borba oko merkantilizacije i politizacije znanja* (PS: 13), i to u više smerova, bilo u korist etatičkih ili neoliberalnih opcija, bilo zarad razvoja civilnog društva. Ali prisutni su i obrnuti efekti, u kojem kultura, nauka i znanje uopšte uzvraćaju udarac na druge institucije, tako da se “otkriva da su znanje i vlast dva lica istog pitanja: ko odlučuje šta je znanje i ko zna šta treba odlučiti? Pitanje znanja u doba informatike je više nego ikad pitanje državne uprave (režima, vladavine)” (PS: 18).

Takođe, i pitanje razlikovanja informacije i znanja, odnosno kulture. Tako Nikolas Gejn i Dejvid Bir (Gane i Beer 2008: 48-49) smatraju problematičnim Kastelsove definicije informacije i znanja, koje on oslanja na teoretičare informacionog društva, prvenstveno Danijela Bela. No, Gejn i Bir tvrde da Liotar, iako takođe koristi Bela, prevazilazi Kastelsa *idejom promene prirode znanja u digitalnoj eri*. To jest, Liotar razlikuje znanje kao nešto kreativno, kao refleksivno delo, dok naspram narativa postavlja bitove, odnosno informacije kao niz lako obradivih podataka. Prema Gejnu i Biru, to Kastels ne čini, već ostaje pri nesuvislim definicijama teorija informacionog društva. Da li je baš tako svakako će se proveriti u narednim poglavljima, ali je zanimljiva koincidencija da gore spomenuti Stiven Best i Daglas Kelner (Best i Kellner 1991: 174) slične primedbe pripisuju samom Liotaru, koji po njima zanemaruje makroteoriju, pati od socijalnog deficita, stigmatizuje totalitet i metapriče i fetišizuje različitost i mikrootpore. Reklo bi se da i Liotar i Kastels zajedno i stoje i padaju na ovoj kritici, te da zajedno moraju biti i razmotreni. Za sada deluje da je Skot Leš (Lash 2002) rešio deo problema, ukazujući na to da je Kastelsov fokus na mreže i operacionalnost uslovljen samim razvojem ekonomije i društva i hroničnom nestabilnošću simboličkog domena, budući da su mediji izmestili lokalna značenja, i da je Liotarovo ukazivanje na performativnost sistema i kraj metanaracija komplementaran proces. Pritom ni Kastels ni Liotar ne odbacuju mogućnost nečeg kreativnog, bilo kroz mnoštvo otpora ili kroz društvene pokrete.

Samim tim, Liotarovo viđenje novog svetskog informaciono-komunikacionog sistema nije toliko prosto. Bernard Stigler (Stiegler 2015: 95) čak smatra da je Liotarovo postmoderno stanje toliko jednostrano da su performativnost i tehnologizacija efektivno identični, to jest da kod Liotara svaka nova tehnologija samo nastavlja da destabilizuje jezik jednog društva, ustaljenu socijalizaciju i same pojedince, a da ne otvara i nove mogućnosti koje, doduše, često jesu neostvarene. Stigler, kao sledbenik Žaka Deride, veruje u individuacijske performativnosti, to jest, više različitih a ne samo kapitalističku performativnost, tako da su neki njeni oblici međusobno suprotstavljeni. Međutim, konfliktnost postmodernog stanja već je isticana, i Stiglerova primedba nije sasvim na mestu. Štaviše, Liotar i ne vidi kako bi ideja performativnosti mogla da vodi ka visoko stabilnom sistemu, sem u slučaju nekih ne-društvenih, termodinamičkih sistema, i materijalnog odnosa inputa i autputa. Društveni sistemi mogu samo da nastoje

da savladaju entropiju, koja je izraženija nego u zatvorenih sistema, i ne može se očekivati da će različiti štrajkovi, protesti i slične ljudske pojave prosto nestati. *Ideja savršene kontrole suprotstavljena je ideji performativnosti*, u smislu da će konstantno nastojanje da se neki procesi kontrolišu u stvari ugušiti određene podsisteme, ako ne i čitav sistem (PS: 92).

Stigler prepoznaje reificirajući aspekt Liotarovog viđenja postmodernosti, ali zanemaruje njene kompleksnije i ambivalentnije momente. U kritikama te vrste nije i jedini, pošto se ističe i da, naspram kontrole nad memorijom i pristupom, to jest, proizvodnjom kulture, Liotar slabo razmatra distribuciju, pa i samu publiku i njenu aktivnost (Briggs 2015), stvarajući sistem sličan kritičkoj teoriji društva Frankfurtske škole. No, to izgleda kao još jedan propust u razlikovanju Liotarovih razmatranja računara samog po sebi ili umreženog s mnoštvom drugih kompjutera. Ako je u *Postmodernom stanju* primarno bilo prisutno prvo, Mark Poster s pravom primećuje da je Liotar polako prilagodio svoju teoriju novim okolnostima. Pritom su i neki detalji prethodnih radova došli do izražaja. Rečju, teoretičar destabilizujućeg mnoštva, različitosti i mikrootpora teško da može da predstavi neko tako monolitno postmoderno stanje. U stvari, društvo je određeno “*opozicijom velikih narativa koji su se preselili u instrumentalnu racionalnost ili performativnost, i malih narativa koji su postali heterogeni... Medium kompjutera je ključ ishoda ove borbe*” (Poster 2006: 131).

Razlika je što se kod Liotara ne može biti izvan hegemonskog diskursa nego samo unutar njega. Stiglerova pretpostavka da deridijanska individuacijska performativnot ostaje izvan informacionog sistema deluje anahrono i gotovo dovodi u pitanje Stiglerovo poznavanje digitalne tehnologije³. Dakle, diskurs se može okupirati samo iznutra, uznemiriti, mogu se graditi paradoksi i podrivati poredak (Best i Kellner 1991: 162). Istovremeno, i sistem koji se bori protiv entropije razmišlja slično, i to je ambivalentnost koju kritičari tumače jednostrano. Isto kao što je otpor unutar hegemonskog sistema, i taj otpor svakako nije revolucionaran niti je konformistički, tako je i samom sistemu, zarad sopstvene stabilnosti, sem “trivijalne” kibernetike potreban i agonistički momenat (PS: 31). Misao računara je neljudska i logička, ne intuitivna i analogijska, mašina nema osećaj odgovornosti, niti njena binarna

³ Jednom prilikom, Stigler je u toku predavanja izvadio svoj mobilni telefon i tvrdio da ovaj nije digitalan, što je, naravno, čudan propust.

konfiguracija može da nadmaši fleksibilnost, anarhičnost i kreativnost ljudske misli. Računar odrađuje programirane zadatke, precizan je i sistematičan, ali to nije komuniciranje, samo njegova tehnološka strana. Njemu je ipak potreban ljudski faktor kao input i output.

Bodrijarove mase mogu da funkcionišu na ovom nivou potpunog raspada društvenih veza, no Liotar stvari vidi drugačije. *Ljudi mogu da budu obuhvaćeni komunikacionim tehnologijama, da postanu "čvorovi" u jednom dinamičnom i složenom spletu, ali to se čini zbog same ranjivosti sistema.* Kao što Liotar (PS: 29) kaže, čovek "nikada nije, čak ni kad je najbedniji, lišen uticaja na te poruke koje kroz njega prolaze, smeštajući ga bilo na mesto pošiljaoca, bilo primaoca, bilo referentnog predmeta. Jer njegovo je pomeranje u vezi s tim efektima jezičkih igara podnošljivo bar u izvesnim granicama i čak podsticano regulisanjem, a naročito ispravkama kojima se sistem posvećuje da bi poboljšao svoja dostignuća". Stvar nije, dakle, u tome da neka društvena mreža poput Facebook-a u krizi inspiracije prosto prestane da proizvodi sadržaj i preda tu ulogu na same korisnike, koji se onda bodrijarovski samo bezumno batrgaju među tvitovima i lajkovima. Naprotiv, za Liotara *delanja malih ljudi i njihovi mikro društveni odnosi u stvari svojom sinergijom pomažu održavanju društva.* Zarad očuvanja kompleksnosti neophodna je konstantna reorganizacija sistema, koji je usled toga prinuđen da dopusti određeni nivo haosa, uvećavajući količinu informacija i izbora. Kibernetički rečeno, informacija je "negentropija" koja sprečava degradaciju sistema (Clarke 2002: 27). *"Može se čak reći da sistem može i mora da se zalaže za ta pomeranja utoliko što se bori protiv sopstvene entropije i utoliko što neka novost, koja odgovara nekom neočekivanom 'potezu' i korelativnom pomeranju određenog partnera ili određene grupe učesnika-partnera, može sistemu da donese onu dodatnu performativnost za kojom on neprestao teži i koju neprestano ispunjava"* (PS: 30). Digitalni mediji uvlače korisnike kako bi podigli nivo koordinacije, koji ne može da se postigne klasičnom centralizovanom organizacijom.

Za razliku od Habermasa, koji pokušava da se zadrži na pričama o oslobođenju i zahtevima da se društvo utemelji pomoću sporazuma među ljudima, Liotar to vidi kao "terorističko" nametanje normi. Za njega je pretpostavka da je konsenzus svrha dijaloga lažna, i bliža poslušnosti sistemu, koji želi da reguliše jezičke poteze koji su dozvoljeni u igri. Naspram toga, Liotar (PS: 21) smatra da govoriti znači boriti se, izmišljati nove

poteze i pravila, stvarati nepoznato i braniti heteromorfnost narativa, bez hijerarhije među njima, i samo uz lokalno ograničene konsenzuse. Habermas, čija teorija otelovljava i onaj filozofski metanarativ prema kojem svet života valja braniti od kolonizacije sistema, možda bi se s pravom zapitao da li ti potezi imaju neku bitniju ulogu? Prisustvujemo *“atomizaciji socijalnog u fleksibilne mreže jezičkih igara”* (Bauman 2003: 37), eroziji, odnosno feudalizaciji, ili kako Bauman kaže - *“komunalizaciji istine”*. Iz straha od bilo kakve totalizacije Liotar deluje zadovoljan lokalnim igrama. Ali takvo društvo isto je toliko preduslov oslobođenja koliko i faktor orijentacije i funkcionisanja sistema. To znači da se društveni odnosi ne mogu posmatrati samo iz vizure klasične teorije komunikacije, već i agonističke teorije igara.

Ovo je značajno i zbog institucionalnog viđenja medijizacije, jer bi Hjarvardove polu-autonomne institucije Liotar izvesno posmatrao kao vid *“birokratske artroze”* (PS: 32), koja nastoji da ograniči inventivnost igara. Institucija postavlja okvire, praktično filtrira diskurse koji kroz nju cirkulišu i prinuđava sve da se povinuju pravilima institucije. Kako u armiji, crkvi ili školi, tako i u medijima preovlađuju određeni tipovi izjava, dok se neki drugi ne dozvoljavaju (PS: 33). To jest, birokratija pokušava da postavi granicu, koja po Liotaru može samo privremeno da stoji. Štaviše, ako su ti okviri stabilizovani u disciplinovanim institucijama, i možda u sistemu masovnih medija, oni sve teže važe za *doba interneta*, koje je bliže onome što Liotar (PS:32) naziva *“elastične mreže jezičke igre”*, *kada su iskazi ubačeni bez pravila, kada se neočekivano smenjuju, bore i fleksibilno upotrebljavaju*. Stoga bi mogli reći da je institucija u slučaju medijizacije sve više izuzetak nego pravilo, te Liotarova teorija više služi kulturalnoj, pa i materijalnoj perspektivi.

Ako bi jedno polje zadobilo takvu autonomiju istovremeno bi bilo i depolitizovano (Stiegler 1998). Iz te perspektive, medijska logika, onda kada bi bila najautonomnija, za kritičku teoriju bi možda bila i najproblematičnija. Umesto viđenja da institucija, kao i svaki sistem, mora da se bori protiv entropije i birokratskog okoštavanja, Liotarova teza je da održavanje stabilnosti zavisi od paradoksa, odnosno ljudskih protivrečnih aktivnosti koje upotpunjuju funkcionisanje institucija. Liotar priziva *paralogiju*, neprestano stvaranje značenja, novih pravila, i raznih igara. Samo *otvoren sistem*, spreman da prihvati i razmotri nove ideje moći će uvećavati svoju performativnost, dočim oni sistemi koji se jednodimenzionalno reprodukuju ne mogu da

opstanu. Stoga Liotar predviđa prilično radikalnu *situaciju faktički privremenih institucija, zbog njihove paralogijske, elastične vrednosti* (PS: 108), *gotovo priželjkuje da društvena pragmatika bude "čudovište, oblikovano preplitanjem raznih vrsta heteromorfni iskaza"* (PS: 106).

No, Liotar upozorava da ni sistem ne gleda mirno na takav razvoj stvari, te uprkos svojevrsnoj liberalizaciji ljudskih interakcija ne možemo očekivati neko nesputano postmoderno stanje. To jest, *sistem će tolerisati samo one jezičke igre koje će mu pomoći u podizanju performansa*, a mnoge pokušaje promene pravila igre prosto će odbiti. Jedan poseban aspekt, blizak Frankfurtskoj školi, jeste da će sistem nastojati da prilagodi sve individualne pravce, iz prostog razloga što bi uvažavanje svih informacija predstavljalo opterećenje. Da bi se kompleksnost redukovala, *"treba voditi računa o tim molekularnim mišljenjima... upravljati individualnim težnjama* putem izvesnog procesa 'kvazi-priučavanja'... da bi one postale kompatibilne s odlukama sistema. Ove poslednje ne moraju da poštuju težnje: težnje treba da teže za tim odlukama, ili bar za njihovim posledicama. Administrativne procedure će doprineti da pojedinci 'žele' ono što je sistemu potrebno da bi bio performativan. Jasno je čemu u toj perspektivi mogu da posluže i čemu će služiti telematske tehnike" (PS: 101). Medijalizacija je onda pokušaj da se uveća performativnost sistema, omogućavajući velikom broju ljudi da svoje interakcije što lakše obavljaju.

Liotar, dakle, vidi sistem kao *avangardni stroj koji će po potrebi humanizovati ili dehumanizovati sadržaj podjednako kao i korisnike*. Sama borba za slobodan pristup informacijama može se sagledati u okviru samoregulativnog sistema. Informatizacija društva je protivrečna i bez konačnog rešenja. Čak i metanaracije će bar u nekom obliku opstati i učestvovati u razmeni jezičkih poteza, iako postoje primedbe da Liotar za stare diskurse ne nalazi mesta u postmodernom stanju, jer ne dozvoljava bilo kakvu arbitražu (Belančić 1988: 115). Džon Kin ide još i dalje, stavljajući Liotarovu misao u okvire političke teorije, tvrdeći da je prisutna implicitna *potreba postmodernog stanja za demokratskim političkim aranžmanom*, koji bi garantovao nesmetani tok jezičke igre (Keane 1987). Ako sistem želi da redukuje složenost, onda su potrebni politički mehanizmi koji bi ublažili najveće antagonizme u društvu i omogućili suživot nekompatibilnih načina života. Tako bi se sprečila degeneracija postmodernog stanja u anarhizam, ali i koncentracija političke moći, što se može postići pluralizacijom i većom

participacijom u institucijama. Dakle, civilno društvo i država, inače temelji modernog doba, ne mogu biti tek jedna jezička igra među mnogima, već sam preduslov tih igara. Iako Liotar ovo eksplicitno ne priznaje, i drugi (Best i Kellner 1991) vide liberalne temelje postmodernog stanja. Svakako bi ovaj momenat na neki način morao biti razmotren, budući da Liotar odbacuje povratak metanarativima, jer budućnost mora biti otvorena za svaku jezičku igru, odnosno mora biti pluralistička, ali kritička teorija ne bi smela da izgubi kapitalizam iz vida.

Medijatzacija se pojavljuje kao faza u funkcionisanju informacionog sistema, kada se ljudima, zarad koordinacije samog sistema dopušta izvesna sloboda. Društvo se zahvaljujući tome održava, da bi onda bili pronađeni putevi kako će se ta sloboda ograničiti, odnosno učiniti kompatibilnom sa samim sistemom, “kvazi-priučavanjem težnji”. Lokalni narativi stoga nisu nešto što mora biti zbrisano, ali svakako jesu ranjivi. U ovom smislu može se govoriti o poluautonomnim institucijama u sasvim drugom smislu, kao potrebnim interfejsima između i unutar drugih institucija u modernom društvu, čija su pravila i resursi relativno trajni. Može se reći da i konstituišu javnu sferu i formiraju interpretativne okvire, ali samo u stepenu koji je sistem odredio. U nekom trenutku Liotar (1991: 31-32) predviđa da *slobodnu jezičku razmenu pojedinaca zamenjuje dijalog očišćen od neprihvatljivih teza, koje su na neki legitiman način reinterpretirane i ublažene*. Liotarova medijska logika se onda, slikovito rečeno, ogleda u tome da se “ne može prihvatiti da ma ko uzme učešće... a šta ako je budala ili zlonameran?... nije reč samo o tome da se eliminišu nedotupavna goveda koja imaju potrebu da ulaze u dijalog, nego i da se privuku i pripitome tvrdoglavi koji neće da polemišu. *Simulirani dijalog* služi da namami takve”. Ovo saučestvovanje u performativnosti potreban je momenat u funkcionisanju sistema, ali nije medijatzacija kakvu priželjkuje Hjarvard. Štaviše, Donald Tramp je zaobišao ovaj dijaloški model.

3.4. Dekonstrukcija medija Žaka Deride

Uverenje da znakovi “treba da predstavljaju suštinske odredbe stvari, i veštački sistem treba da odgovara samom sistemu prirode”, kako tvrdi Hegel (1986: 151) u *Fenomenologiji duha*, uzdrmano je usponom opšte lingvistike, koja je radikalizovana u delu Žaka Deride. Mi nismo u mogućnosti da se u potpunosti posvetimo Deridinim

idejama, i koncentrisaćemo se pre svega na one aspekte koji bi nam rasvetlili specifičnosti njegovog viđenja medija i medijalizacije. Pritom je najvažniji Deridin odnos prema Maršalu Mekluanu, retko spominjanim ali konstantnim baukom koji kruži nad Deridinim radom. Njihov pritajeni sukob trebalo bi da pokaže da zaključci izvedeni iz tehnoloških karakteristika medija nipošto nisu jednolični, što bi opravdalo razne optužbe za redukcionizam zanemarivanje socijalnog konteksta. U tu svrhu, predstavimo Deridinu misao onoliko koliko je potrebno kako bi mogli da razjasnimo neslaganje sa Mekluanom, a onda i tome sledstveni pogled Deride na medijske transformacije poslednjih decenija, što u stvari on sam (Derrida & Stiegler 2002: 36) naziva “*tehnološkom dekonstrukcijom*”.

Dekonstrukcija je usmerena na preokretanje nasilne hijerarhije između pojmova. Jedan termin izdignut iznad drugog u temelju je sistema kojem se Derida suprotstavlja. Povlašćenost glasa nad pismom, koju Derida tretira kao osnovu zapadnjačke metafizike, pokazuje se i komunikološki relevantnom. Kako kaže Derida u svom delu *O gramatologiji*, glas je svojevrsna “puna riječ” (G: 10), nosilac same istine, koju pismo ugrožava nametanjem pravila, koja poletnost govora, njegovu pontanosst i prirodnost zapisuje i time okoštava, pošto je govor time uklesan kao u kamen, urezan i ovekovečen, sprečen da se dalje razvija.. Deridin sledbenik, Bernard Stigler, u stvari prevodi poentu: “*uvek postoji nešto kao pismo, stoga nešto kao teletehnologija*”, čemu sam Derida pridodaje da su “*mašine oduvek bile tu*” (Derrida & Stiegler 2002: 37-8). Pismo je, dakle, već neka vrsta medijske tehnologije, kao što sugerise i Mekluan, ali Derida se okreće protiv uobičajene predrasude da pismo u stvari “sužava opseg govora” (G: 14). Na Zapadu je razvijena netrpeljivost prema medijskoj tehnologiji, pošto se “težilo zatvoriti pismo u sporednu i instrumentalnu funkciju... tehnika u službi govora” (G: 15).

Od početka, to jest, pojave pismenosti, govor je posedovao privilegiju, podrazumevalo se da je glas stožer istinske misli i delovanja, pa su nastupanje pisma dočekivali kao nešto što problematizuje samu razmenu iskustva, kao i svest ljudi. Za prve filozofe, prirodan odnos između duše i uma jeste upravo veza logosa sa phone. Glas stvara simbole, neposredno je povezan sa dušom, pa i sa smislom (G: 20). Onaj koji govori prisutan je, neposredno komunicira, prirodnije se izražava bez medijske tehnologije. Napisana poruka je “mrtvo slovo” koje “guši život” (G: 26). Na ovoj

“varci” gradi se čitavo poimanje istine na Zapadu, i Derida smatra da se to dešava zato što je neko pokušao da izbriše tehnologiju samog glasa, to jest da se i sam govornik koristi jezičkim pravilima, koji su i sami tehnologija, nego se insistira na spontanosti govorništva, a naspram pisane komunikacije, koja sve to navodno poništava. Derida, dakle, tvrdi da postoji jedno “*pismo pre slova*”, i to pismo predstavljaju sama pravila govorenja. Tu nema mesta za Mekluanove plemenite divljake.

“Postoji dakle jedno dobro i jedno loše pismo: dobro je prirodno, božanski upis u srce i dušu; drugo je iskvareno i veštačko, tehničko, izgnano u površje tijela” (G: 27). Glas kao izvornik stoji ispred pisma kao njegove nesrećne materijalizacije, kao tehnologije. Skepsa prema posredovanoj komunikaciji se objašnjava time da je govornik uvek prisutan i može izravno preneti svoju misao, a postoji i mogućnost da razjasni eventualne dvosmislenosti. S druge strane, u mediju jezik postaje niz fizičkih oznaka koje zamenjuju odsutnog govornika, ali u tome nikad ne uspevaju - rezultat je oštećena komunikacija. Slušalac uvek kraj sebe ima govornika koji može objasniti šta mu je stvarno na umu, dok se poruka iskrivljava u pismu, u mediju. Posredništvo je uvek sumnjivo, odlike pisma su “udaljenost, odsutnost, pogrešno razumijevanje, varljivost i dvosmislenost” (Culler 1991: 86). Hijerahizacija je naturalizovana, pošto govor ne stvara takve probleme. Glas pripada sistemu prirode, kako kaže Hegel, stoga pismo kao veštački sistem treba njemu da se povinuje.

Štaviše, pismo samo prikazuje usmeni govor, odatle je pismo fonetsko, “nesavršeno oruđe uvećanja i opasna tehnika, reklo bi se, zlokobna” (G: 47). Vremenom, grafička predstava, odnosno medijska tehnologija, pojavljuje se kao izopačenje prirodnosti govora, preuzima glavnu ulogu u komuniciranju, dopunjuje pamćenje, obmanjuje. Derida nalazi i kod Ferninanda de Sosira momente kada govori o nakaznosti pisma, kako ono vrši nasilje nad slovima, patologizuje reči, konstantno kviri govor i preobražava jezik (G: 52-58). No, Derida, reklo bi se, ispravno primećuje da Sosir, sem što govori o “tiraniji slova” i “pravopisnoj monstruoznosti” (Sosir 1989: 42), ističe i proizvoljnost znaka, odnosno jezik koji je sastavljen od takvih proizvoljno stvorenih znakova, koji svaka generacija nasleđuje od prethodne, tako da ne može biti nikakve nagle promene, gde bi se nekim ugovorom ponovo uredio odnos označenog i označitelja (Ibid: 90). Uviđanje proizvoljnosti u središtu ljudske komunikacije jeste ono što Deridi, po svemu sudeći, nedostaje teoriji Maršala Mekluana.

Proizvoljnost Deridi omogućava da ustvrdi da je i usmeni jezik jedan sistem, odnosno spomenuto pismo pre slova, i da nekakav čist, prirodan jezik nikad nije ni postojao, oduvek je postojalo samo pismo (G: 76), samo razlike između znakova, koje nam suštinski omogućavaju sporazumevanje. Besmisleno je potiskivati medijsku tehnologiju kao da ona postvaruje jezik, iako bez nje nema ni civilizacije jer, kako kaže Bernard Stigler (Stiegler 2009: 2), *tehnogeneza strukturalno prethodi sociogenezi*. Mogu da nastanu neki otpori tehnološkoj promeni, jer ona ugrožava postojeće kulturne referente, ali uprkos tome, čovečanstvo i mediji su neodvojivi, oni su i u stalnoj tenziji i stalno se međusobno konstituišu. Od kada čovek komunicira, on to čini pomoću određenih pomagala, nekog pisma pre slova i hijeroglifa, pre sadržaja utisnutog u neki materijalni prenosnik. To jest, pre glinenih ploča i papirusa, i pre simbola koje u skladištili, postojala su pravila pripovedanja. Za ljudsku civilizaciju nema pre-simboličke, nulte godine. Ne možemo govoriti o nekom zlatnom dobu, to bi jednostavno bio pad u *“mitologiju prirodnog pisma”* (G: 59), zanemarivanje tehnoloških temelja društva.

To nas uvodi u Deridin direktan odnos prema Maršalu Mekluanu. Derida koncept Gutenbergove galaksije vidi u okviru iste tradicije, odnosno mitologije, jer drži da pisanje kao svoj sadržaj ima govor, te da pismo predstavlja svojevrsno kvarenje originala. Pismo nesavršeno oponaša prirodu, ono je “telesno” otpadništvo naspram duhovnosti koju nosi glas, što znači da pismo kao označitelj mora da bude podređeno označenom. Kao što je rečeno, ta privilegija je po Deridi zasnovana na prisutnosti, kao da neposredna komunikacija potvrđuje postojanje označenog nezavisno od jezika. Pritom se misli da, na primer, označitelj “facebook friend” ne može da ukaže na neko konačno označeno, na idealnog “facebook friend”-a, koji garantuje sasvim stabilno značenje. Derida se suprotstavlja pokušajima utemeljenja, pronalaženja uzroka ili originala, u odnosu na koje bi označitelj bio nesusštinska stvar, kopija, derivat, odnosno mimikrija ideje. Derida ne prihvata da je pismo tek reprodukcija i mortificiranje živog govora. To je suština Deridnog post-strukturalizma. Rečima Umberta Eka (1973: 304), redukcija “onog što je bilo kretanje” na nešto nepromenjivo za Deridu je neprihvatljiva, “okivanje dela u strukturu” stoji naspram neiscrpane otvorenosti i potencijala izvan strukture. “Facebook friend” bi, stoga, bila jedna nova, nederivativna stranica u

identitetu neke osobe, ne profil koji samo prikazuje njen izvorni, medijski neposredovan identitet. Taj profil je već nešto različito od prvobitnog stanja.

Iz gramatološke perspektive, razlikovanje označenog i označitelja postaje problematično, a samim tim se dovodi u pitanje i prirodna veza misli i glasa, značenja i zvuka, što je Derida nazvao *logofonocentrizam*: govor kao neposredno izražavanje svesti, kojim pojedinac spontano ujedinjuje misao i glas, gde glas ima prvenstvo, dočim je pismo nešto parazitarno (Habermas 1988: 169). Samim tim bi i Facebook bio nešto parazitarno. Maršal Mekluan za Deridu je vernik organskog jedinstva, komuniciranja bez posrednika. Iako Mekluan baš i ne deli stav o pismu kao uzurpatoru, ne doživljava ga tek kao travestiju jezika, nešto što zarobljava oralnu kulturu u jedan veštački, tehnički univerzum knjige, ipak je njegova periodizacija koja dovodi do globalnog sela kod Deride dovedena u pitanje. Iako možda ne sasvim opravdano, o čemu će biti reči u glavi o medium teoriji, kanadski poznavalac opština po Deridi (1984) sasvim potpada pod zapadnjačku tradiciju, koja pismo posmatra kao izopačenje reči, opasno oruđe koje vređa govor i stvara patološku komunikaciju.

Gutenbergova galaksija počinje radikalnim kulturnim prekidom pomoću tehnologije štampe. Budući da pripisuje Mekluanu privilegovanje govora, čak i kad ovaj tvrdi da je medij u stvari poruka, za Deridu to znači samo da pismo ili štampa fiskiraju glasovne tvorevine. Tako su pismo, a još više sama tipografija, nametnuli pravila logičkog zaključivanja, i uveli tog mitskog, prirodnog čoveka u svet birokratije, industrijalizma i nacionalizma. No, deluje da je Derida prilazio Mekluanu tek kroz njegov pop-kulturni imidž, jer iz neke kompletnije perspektive (Barbrook 2007) Mekluanove tvrdnje dobijaju drugačiju konotaciju. Mogu se izdvojiti bar dva značajnija momenta. Prvi jeste opšti stav o Gutenbergovoj galaksiji. Za Mekluana svakako jeste reč o tipografskoj transformaciji kulture, ali on u tome posmatra manje neku alijenaciju i kvarenje koliko doba jedne kvalitetne kulture, čije nestajanje Mekluan zasigurno ne slavi, pogotovo ne u privatnosti sopstvenog doma. Barbruk upućuje na viđenje tiskom usmerenog čoveka kao maltene jednog od najznačajnijih ljudi u istoriji čovečanstva, a ne kao puko pogubljenje neposrednog, prvobitnog i supstancijalnog.

Drugi momenat je Deridino viđenje tipografskog doba, koje drugi predstavnik medium teorije Fridrih Kitler (Kittler 1990) logički izvodi do kraja, u jednoj zanimljivoj sintezi Mekluana i Deride, za koje se pokazuje da imaju više zajedničkih tačaka no

razlika. Naime, posebno nacionalizam, više nego drugi fenomeni, nije tek određen birokratizacijom i štamparskom presom, već pokušajem privilegovanja nekog prirodnog izvora tog naroda, nečeg neposrednog i suštinski etničkog, a što onda tvorci nacionalnog duha nastavljaju tipografski da šire. U tom smislu, čak i uspostavljanje nacionalne države pokušava da naturalizuje sopstvene korene, da pronade svoj izvorni glas, a ne da se prosto predstavi kao medijska kreacija. Ali nacija za Kitlera upravo to jeste, jedna konstrukcija prirodnog naroda, kao stabla sa dubokim korenima, nikad veštački zasađenim već pre istinskim plodom Zemlje. Dekonstruisani krv i tlo u stvari se ispostavljaju kao medijski fenomen, koje je štampa gotovo bodrijarovski hiperrealizovala kroz vekove, sizifovski nastojeći da medijki potvrdi ono socijalno koje se polako gubi. Štaviše, budući da kod Deride (pa i kod Kitlera) svaka nova medijska tehnologija doprinosi bogatstvu svekupnih diskursa, ako shvatimo to izvan neke kolokvijalne postmoderne, onda medijska tehnologija polako relativizuje ideje poput glasa, duše, narodnog duha, srca nacije i sličnih fonocentričnih stvari.

Prekid između fonetskog, kao neposrednog i prirodnog, i štampe kao tehnologije jeste, dakle, iluzija. Ne postoji fundamentalna razlika između Gutenbergovog doba i njemu prethodećeg doba navodno spontanog komuniciranja, sem ideološke razlike. Ipak, Derida i Mekluan dodeljuju tisku različite uloge. Mekluan smatra da je Gutenbergova galaksija karakteristična po razvoju autonomije ličnosti i specifičnog autoriteta koje poseduje autor. Individualizam je, uprošćeno rečeno, stasao uz štamparsku presu, a pismenost je centripetalna sila koja privileguje jedan racionalistički pogled na svet. S druge strane, racionalnost za Deridu (G: 19) teško je održiva u ovom obliku, pošto sve veće širenje medijskih tehnologija, “prošireno i radikalizirano pismo”, ne dozvoljava takvo logičko ustrojstvo. Dok Mekluan lamentuje nad izgubljenim čovekom devetnaestog veka, Derida u nadolazećim medijima vidi nastavak širenja pisma. Rečju, *medij je za Deridu ono što oslobađa poruku od pošiljaoca.*

Smrt autora podrazumeva da više nije moguće kontrolisati poruku i njeno tumačenje, jer je posredstvom medija oslobođena svog tvorca. Medij jeste poruka, ali tako da medijska tehnologija prkosi autoritetima, odnosno tvorcima sadržaja, tako što konstantno stvara razliku. Nacija ili bilo šta drugo što pokušava da se održi pomoću medija suočiće se sa sopstvenom dezintegracijom. Medijska tehnologija omogućava proliferaciju različitih shvatanja, pokušavajući da osujeti formiranje idejnog središta

koje bi nametnulo hegemoniju (Derrida 2007: 297). Jedno takvo središte nastalo bi mekluanovskom restauracijom oralne zajednice, koju Derida smatra centralizovanom organizacijom. To linearno pismo, koje održava zajedničku memoriju jednog društva, u kontekstu novostvorenih medija ne može da očuva sopstvenu ulogu. *Mediji prosto rasipaju narative i svetonazore*, a ređe omasovljuju. Krajem šezdesetih godina Derida (G: 117, f.34) to ilustruje pomoću “magnetoteke s elektronskim odabirom” ili “diktafonskim aparatima”, koji ugrožavaju i samu tipografiju. Ljudi će stalno pisati i čitati drugačije, dakle, koristiti se medijskim tehnologijama, i konstanto menjati svoj simbolički univerzum.

Jasne su, dakle, neke razlike između medijske ekologije i gramatologije. Mediji su za Mekluana produžetak čoveka koji utiče na njegovu misao reorganizacijom čula. To da je opštilo poruka podrazumeva da tehnologija formira mišljenje. Ovakav materijalizam se dalje razrađuje u ideji da svaki novi medij doprinosi “prevođenju” čitave kulture. Načelno slični, Derida i Mekluan počinju da se razilaze kod stava da je oralna kultura taktilnosti, celovitosti i empatije, tehnologijom štampe pretvorena u tipografsku kulturu apstakcije, specijalizacije i vizuelnog, dok je televizija proizvela novi istorijski preokret - retribalizaciju planete i participativnost. Kada Mekluan proglašava elektronsko uklanjanje tipografije, Derida to tumači kao gotovo veličanstveni povratak govora, i dalje čvrstu zapadnjačku veru u prvenstvo glasa. U jednom od retkih momenata kada Derida (1984) eksplicitno spominje Mekluana jeste upravo kada kritikuje njegovu ideološku predrasudu o kraju Gutenbergovog doba i povratku transparentnosti i neposrednosti u društvene odnose, a čemu Derida suprotstavlja tekst, koji će daljim razvojem medijske tehnologije biti sve snažniji.

Iako je već napomenuto da je ovo pomalo jednostrano viđenje Mekluanove teorije (Barbrook 2007), Derida se prema tome upravlja. Reprodukcija i diseminacija su karakteristike govora koliko i štampe. Izgovorena reč je “korumpirana” i pre bilo kakvog uticaja drugih komunikacionih tehnologija. Glas nije original koji se medijski reprezentuje već je i sam kopija - *sve počinje sa reprodukcijom*. Ni Mekluanovo poimanje opštila, niti Benjaminova analiza tehničke reprodukcije ne pogađaju suštinu - oralna kultura (i aura) već je imala sve karakteristike medijske kulture (Coyne 1995: 117). Doduše, Koinova dekonstrukcija Mekluana ne razmatra kvantitativnu razliku između oralne i mehaničke reprodukcije. Ipak, argument može da obuhvati, pored

Mekluana i Benamina, svojevrsnu kritiku Bodrijarovih koncepata poput simulakruma i hiperrealnosti, koji takođe ne bi bili nešto radikalno specifično za digitalno doba. Ovdje nema prostora za detaljnije razmatranje sličnosti i razlika između spomenutih teorija, ali u svakom slučaju su vidljive binarne opozicije koje Koin pokušava da dekonstruiše: original-reprodukcija, govor-pismo, neposredna stvarnost-hiperrealnost. No, reklo bi se da se Mekluanovo promišljanje medija i njegova periodizacija baš i ne uklapaju u ove opozicije onako kako to Derida i njegovi sledbenici priželjkuju, i o čemu će se govoriti u zasebnom poglavlju.

Svakako, Deridin pristup može biti od koristi, štaviše, i on sam će morati da ustukne pred novom hijerarhijom, ovaj put same tehnologije. Isprva, kad govori o masovnim medijima poput televizije, Deridino viđenje se umnogome poklapa sa Hjarvardom, mada nikad nije toliko konkretan i detaljan. Ipak, oni dele stav da se u određenom trenutku tržište pojavljuje kako bi oslabilo stisak države (Derrida & Stiegler 2002: 42), ublažilo njenu dominaciju, kao i nastojanje televizije da obrazuje naciju. Tržište koriguje neke nedostatke, i Derida pored uobičajenog levičarskog stava o konkurenciji štetu vidi podjednako i u ograničavanju javnosti i javnog prostora, time što će se zarad viših ciljeva regulisati tržište (Ibid: 44). To jest, za Deridu su *tržište i demokratija podjednako sadržani u medijima*, i izražava brigu da bi davanje privilegije jednog na uštrb drugog u stvari suzilo cirkulaciju diskursa. Tako bi se pod velom, u njegovom slučaju, očuvanja francuske kulture, u stvari pojavila osrednja proizvodnja sadržaja, možda i kulturna industrija. To je blisko i stavovima Džona Kina (2003: 29), za koga civilno društvo bez tržišta ne može da preživi, dok ustoličeno tržište nema za koga da proizvodi ni sa kim da trguje, te demokratija mora da se prilagodi tom paradoksu.

Kulturni protekcionizam u ime neke nacionalne ekskluzivnosti u stvari može biti kontraproduktivan. Neki nivo kompeticije, dakle, mora biti dozvoljen, odnosno, treba naći ravnotežu između dovoljne otvorenosti javnog prostora i izbegavanja komercijalne dominacije (Derrida & Stiegler 2002: 47). U stvari, Derida je skeptičan prema različitim vrstama cenzure, koje opravdavaju intervenciju u medijima, i predstavljaju to pravednim, iako se sloboda izražavanja i nečije zadnje namere mogu rešiti delovanjem medija kao institucije, onako kako je detaljnije opisao Hjarvard. Derida to potvrđuje uopštenom konstatacijom: "Televizija, u stanju kompletne revolucije, došla je do tačke

zrelosti, samostalnosti, i već se pojavljuju preplitanja sa multimedijima koji su moćni na različite načine i praktično diverzifikovani. Zato nema razloga biti ‘protiv’ televizije, novinara, medija generalno (koji mogu odigrati i ‘demokratsku’ ulogu, koja je neizostavna, uprkos nesavršenostima). Još manje ima smisla i dostojanstva u osudi ‘spektakla’ ili ‘društva spektakla’. Gde bismo uopšte išli bez spektakla? Ka čemu bi društvo išlo?” (Derrida 2005: 39). Spektakl nas, po Deridi, može i osloboditi tržišta, pa i obrnuto. Poenta je, izgleda, *u konstantnoj međuigri države, tržišta i spektakla*, na čijem talasu se i razvija medijska samostalnost.

Za Deridu je širenje i umnožavanje diskursa, uz samu tehnološku transformaciju u vidu nagomilavanja različitih komunikacionih mašina, svojevrsna “*demokratizacija*” (Derrida & Stiegler 2002: 71), zbog čega ne podržava neko ograničavanje tih diskursa. *Mediji su za Deridu nešto što konstantno proširuje polje usmenog sporazumevanja*, udaljavajući se od prvobitnog komunikatora. U slučaju da je primalac odsutan, sadržaj poruke se tehnički prenosi na veće udaljenosti, i to obogaćuje našu komunikacionu situaciju, jer umanjena prisutnost pošiljaoca ili tvorca u stvari omogućava slobodnije tumačenje poruke. Ipak, mediji pokušavaju da nadomeste manjak prisutnosti reprezentacijom, koja bi trebalo da sačuva smisao poruke, a digitalni aparati omogućavaju i samoreprezentaciju, što je vrlo snažan pokušaj da se rehabilituje prisutnost, odnosno neposredno komuniciranje. Derida, naravno, itekako sumnja u reprezentaciju i ideju internet korisnika kao prisutnog komunikatora, što se videlo i u primeru “facebook friend”-a. Zbog toga i kritikuje uobičajeno viđenje Mekluanovog globalnog sela, ali bilo bi preterivanje reći da on želi da svaki tekst oslobodi društvenog konteksta, pomoću medija ga dovede u stanje pluralizma, bez humanističkog središta i slično.

U stvari, to bi dovelo do stvaranja nove binarne opozicije, koja bi samo obrnula odnos glasa i pisma. Isto kao što tehnologija ne unakažava neposredno komuniciranje tako ne bi trebalo ni da ga zanemari, ili sasvim pogura u drugi plan. Rečju, nije poenta da sada imamo tekst nezavisan od čoveka, toliko daleko od bilo kakvog neposrednog komuniciranja; dakle, da imamo samo tekst koji se nadovezuje na druge tekstove, omogućavajući igru značenja do u beskonačnost - hipertekst. Derida slavi otvorenost teksta, ali zato što hipermedijski kolaž omogućava čitaocu da sam odredi središte, takav decentralizovani sistem nije određen nekim posebnim organizacijskim ili hijerarhijskim

principom (Landow 2006: 58). Čitalac kao aktivan učesnik istražuje tekst i eksperimentiše sa njim, stvarajući linkove pomoću kojih se formira intertekstualnost na internetu, pri čemu se pletenje virtualne mreže može doživeti kao oslobađajuće.

“Kao što se desilo u slučaju alfabetskog pisanja, svojevrsna demokratizacija sada se dešava prilikom korišćenja mašine” (Derrida 2005: 29). *U slučaju digitalnih medija upravo koncept korisnika valja biti transformisan*. Korisnicima treba biti omogućeno da pomoću novih tehnologija učestvuju u proizvodnji i selekciji medijskog sadržaja (Derrida & Stiegler 2002: 55). Tu Derida u stvari sasvim razjašnjava da za njega primalac i nikad nije bio pasivan, budući da se pomoću pisma/teksta oslobodio autoriteta oralne kulture. Već alfabet je bio tehnologija koja je prenela moć sa govornika na čitaoca. Dalji razvoj medija uvećao je njihovu upotrebljivost za korisnika, u tom smislu medijalizacija za Deridu traje stotinama godina. Korisnik je ključan prilikom razumevanja poruke i eventualne kulturne proizvodnje. Doduše, Derida nije puki optimista, i konačnu komunikacionu reaproprijaciju ne vidi kao mogućnost već samo kao tendenciju - *korisnik nije medijski gerilac*.

No, sve je to, od početka do kraja, za Deridu “proširivanje mogućnosti poruke”. Svaki novi medij, od fotoaparata do tableta, pokušava da prosto registruje stvarno, bilo kao govor ili sliku, no to nisu samo prenosnici nečeg izvornog, jer tehnološki aparat proizvodi “kulturne arije koje mu još izmiču” (G: 18). Svaki novi pokušaj da se kontroliše medijsko-kulturna sfera istovremeno je čini još raznovrsnijom i neuhvatljivijom. Derida priznaje da je to fantazija, gotovo spisak lepih želja, ali i nešto čemu treba težiti (Derrida & Stiegler 2002: 58). Njegova teorija tako čini osnovu danas prisutnog optimizma vezanog za građanski aktivizam, Wikileaks afere, traženje alternativnih izvora informacija ili rad društvenih pokreta. “Teletehnologija” poseduje potencijal da izmesti moć iz uobičajenih organa odlučivanja, poput parlamenta i Vlade, otvara pristup različitim arhivama, omogućava građanima da analiziraju sadržaj takvih baza podataka. Građani proširuju političku arenu, tako što vrše selekciju, interpretaciju, čak i manipulaciju tim podacima, odnosno utiču na njihovu cirkulaciju. To čini novo građansko pravo u kiberprostoru, koje dekonstruiše klasične koncepte države, građana ili političkog (Derrida & Stiegler 2002: 36), koji su vezani za neku teritoriju.

Takođe, Derida (Derrida 1998: 17) naziva “elektronskom poštom” ono što problematizuje autorska prava, i *transformiše granice između javnog i privatnog*

prostora. Društvene prakse, deliberacija i ljudske odluke našle su se među kompjuterima, gde se podaci skupljaju i obrađuju na drugačiji način, i u sasvim drugačijem ritmu, da to Derida naziva “geo-tehno-logičkim šokom” (Ibid: 16). Reklo bi se da Derida elektronsku poštu razume u okviru nekadašnje prakse, danas pretočene u tvitove i fejsbuk statue, gde su mejling liste devedeetih godina bile prilično otvorene, za razliku od razmene zatvorenih koverti u klasičnim poštama. Stoga je kod Deride odnos javnog i privatnog prostora, koji je Hjarvard već isticao pozivajući se na Mejrovica, dodatno problematizovan, proširujući tezu o međuprostoru: “*računar instalira novo mesto, tamo se pojedinac lakše projektuje prema eksteriornom, prema spektaklu... postoji više spoljašnjeg sveta i ujedno nema više spoljašnjeg sveta... World Wide Web koju mreža kompjutera tka o nama širom sveta, a takođe o nama u nama*” (Derrida 2005: 27). Derida ovim verovatno poručuje da pojedinac u globalnoj mreži ima pristup nebrojenim informacijama, kao i da iznosi informacije o samom sebi, tako da razlikovanje spoljašnjeg i intimnog u nekom trenutku postaje manje suvislo. Time je u stvari dopunjena ideja Mejrovicevog međuprostora, ne samo kao nečega što se tiče javnih ličnosti kod Hjarvarda, no i sasvim običnih individua.

Pred njima stoji nemoguć zadatak interaktivnosti, koja bi bila simetrična i recipročna, gde bi se korisnici uhvatili aktivno u koštac sa porukama, i da sami učestvuju u distribuciji, odnosno deljenju. Derida koristi termin “partage” (Derrida & Stiegler 2002: 65), i partaža nosi značenje koje donekle ima i englesko “sharing”, no deljenju pridodaje i part-icipaciju. Partaža je neograničena, ali Derida ne smatra da može da vodi ka nekoj novoj ideji zajednice, koja opet ima prizvuk neposrednosti. Ono što možemo da očekujemo je “*mreža bez jedinstva i homogenosti, bez koherencije*” (Ibid: 66). Ljudi u mreži mogu imati nešto zajedničko, no tu nema čvrste etničke, religiozne, kulturne veze. Postoji simultanost, postoji izloženost sličnim sadržajima, možda čak i izvesna solidarnost, ali postoji i izdvajanje. Mreža ne može da dostigne prethodne vrste kolektiviteta, jer su ljudi za mašinom u vrlo rizičnom položaju. Oni znaju da rukuju računarom, ali ne znaju kako on suštinski funkcioniše, odnosno “kako unutrašnji demon aparata operiše, koja pravila izvršava” (Derrida 2005: 23). Šta se unutar tehnologije dešava nije misterija, ali mi naš odnos prema njoj gradimo bez pretenzija da se sa tim funkcijama upoznamo. Ta “tajna bez misterije” nas ne privlači,

ne pokušavamo da je razumemo, iako smo sve više zavisni od te iste medijske tehnologije. To je već samo po sebi rizičan položaj.

Ljudi ne mogu ni kontrolisati te mašine, više su posmatrani i konstantno okruženi tehnologijom (Derrida & Stiegler 2002: 32), ranjiviji su i u tehnološkom (virusi, čak i elektricitet) i u komunikacionom pogledu (prevelika izloženost), tako da “nikad nisu sigurni od nesreća” (Derrida 2005: 23) u kiberprostoru. Snaga tehnologije može da pokrene ljude u suprotnom smeru. Nesigurnost i nedostatak elementarnih garancija u digitalnom bivstvovanju bilo kog korisnika izazivaju zazor i povlačenje tih korisnika. Oni se automatski izoluju što tehnologija više nadire. Iako Derida (Derrida & Stiegler 2002: 80) to posmatra iz konteksta širenja neoliberalizma, različitih nacionalizama i religijskih fundamentalizama, koji su uzeli maha nakon raspada Sovjetskog Saveza, on tu *opštedruštvenu “regresiju” posmatra simultano sa “tehnološkom akceleracijom”*, kao da druga treba da kompenzuje prvu. No, Derida prognozira svesno otuđenje i izbegavanje otvorene komunikacije. Iako na neki način internet nema alternativu, “internet mora biti prihvaćen” (Derrida 2005: 119), i pored toga što nema drugog puta ili druge šanse za nešto bolje, čak i u takvoj poziciji građani će izabrati izolaciju, beskorisno druženje s mašinom.

Ova tamnija strana Deridinog promišljanja medijske tehnologije dolazi više do izražaja kod njegovog sledbenika Stiglera (Stiegler 2009: 65), koji eksplicitno utvrđuje vezu informacionih sistema i globalne industrijske revolucije, i dijagnostizira savremenu *dezorijentaciju kao posledicu neuigranosti kulture i tehnike, tako da imamo brze tehnologije i sporo čovečanstvo*, čije je vreme industrijalizovano i prostor dezintegrisan, što će biti i teme Kastelsove teorije. Stigler, dakle, tvrdi da tehnologija počinje da napreduje brže od kulture, tako da se stvara raskorak. Kultura ne uspeva da prati dinamiku naprava, kaska i proizvodi disharmoniju (Stiegler 1998: 67), i tako neprilagođena nalazi se u stanju simboličke patnje, budući da je za sada nesposobna da odgovori na izazove. Međuzavisnost i koevolucija medija i kulture sada izaziva tehnološku traumu. To su možda suviše grandiozne reči, no u slučaju Kastelsa, kada novi društveni pokreti u određenom trenutku napuštaju čisto medijsku aktivnost i okreću se okupaciji realnih prostora, pokušavaju da uravnoteže sopstveno delovanje i odustaju od čisto virtualnih akcija, možda je pokazatelj nekih loših strana medijatzacije i otkriva Kastelsov kritički pogled na nju.

3.5. Društva kontrole Žila Deleza

Nesporno je da je *komunikacija* jedna od delatnosti koje konstituišu društvenu stvarnost. Ipak, Žil Delez je posmatra više kao *konvencionalnu, stereotipizujuću radnju*, nego kao kreativnu silu. Štaviše, reprodukcija informacija je najmanje efektivno sredstvo protiv konformizma ili autoritarnosti, odnosno, kako kaže sam Delez (Deleuze 1989: 269), informacija ne može da porazi Hitlera. Nije reč o borbi protiv urušavanja svih vrednosti, niti o hegemoniji ekstremističke ideologije, već o tome da je upravo informacija ta koja je obezvređujuća. Objektivnost informacije, u smislu tačnog prenosa sadržaja, kao i kod Deride jeste mit koji se temelji na postulatu reprezentacije, o kojoj je već bilo reči. Delez sumnja u transparentnost i mogućnost sporazumevanja između dva komunikatora. Kao i ostali poststrukturalisti pre njega - reč je o *sumnji u komunikabilnost same komunikacije*, njenu navodnu univerzalnost. Dva subjekta nikad ne mogu naći zajednički jezik i nikakvo poboljšanje uslova komunikacije ne može to ispraviti. Tehnika je i odraz postojećih društvenih odnosa, i korišćena je na shodno tome adekvatan način. Tako i kompjuteri predstavljaju dalju mutaciju samog kapitalizma, a u skladu s tim posmatranje komunikacije kao fundamentalne svojevrsan je metanarativ, prema kojem su poststrukturalisti očekivano skeptični.

U svom najuticajnijem delu *Anti-Edip*, prvom tomu *Kapitalizma i shizofrenije*, koji je ujedno i njegova prva saradnja sa Feliksom Gatarijem, Delez je razmotrio psihoanalizu kao vid stereotipizujuće komunikacije, pomoću koje društveno, ekonomsko i kulturno polje na neki način investiraju u instituciju porodice, koja prihvatanjem datih diskursa služi kao stožer kapitalizma. U stvari, Delez i Gatari (1990: 224) su obrnuli psihoanalizu na glavu, tako što su sumanutost tumačili kao nešto što pritiska familiju spolja. To je i njihov doprinos studijama medija, u smislu da su teze o imperativima kapitalizma prevedene u različite, po njima najčešće psihoanalitičke diskurse, pa tu sumanutost predstavljaju na primeru filmova Nikolasa Reja, gde su u porodici deca isprva preplavljena ne-ekonomskim slikama, koje ih polako pripremaju na život u kapitalizmu. U stvari, kako primećuju Stiven Best i Daglas Kelner (Best & Kellner 1991: 104-5), Delez i Gatari su pokazali kako *kultura proizvodi i kontroliše ljudske potrebe i želje*, kako ne dozvoljava njihov slobodan razvoj, no ih kanališe ka

ustaljenim oblicima ponašanja, ka poslušnosti u svim sferama društva. Za Besta i Kelnera, reč je o represiji, to jest, “narkotizaciji i robotizaciji sopstvenih subjekata”.

U drugom tomu navedenog dela, pod naslovom *Hiljadu ravni* (Deleuze & Guattari 2004, nadalje HR), Delez i Gatari nastavljaju svoje slavljenje oslobađanja želje, libida, nagona, tako da čak hvale izvesni niskobudžetni horor film *Willard* (1972). U ovom, kako kažu, “nepopularnom filmu”, heroji su ni manje ni više nego - pacovi. Glavni ljudski lik polako razvija vezu sa čoporom, zanemarujući uobičajene porodične, poslovne ili društvene dužnosti. U stvari, to njegovo “postajanje-pacovom” istovremeno je za Deleza i Gatarija jedno napuštanje kapitalizma. Odnosno, dok industrija kulture propagira uobičajene floskule o hepi endu, ljubavi i građanskim obavezama, horor film u kojem trijumfuju pacovi jeste divlje i nekontrolisano, ujedno i “neuznemirujuće” podrivanje “moći familije, karijere i bračne zajednice” (HR: 257). S jedne strane, mediji koji, kako bi rekao Hjarvard, trpe uticaj drugih institucija, pokušavaju da stvore ideološku formaciju koja bi stvorila konformiste: “Gospodin Kapital, Gospođa Zemlja i njihovo dete, Radnik” (Delez & Gatari 1990: 217). S druge strane, pacovi u B filmu ugrožavaju uticaj drugih institucija. Umesto investiranja drugih polja u medije, Delez i Gatari se okreću omraženijim putevima, ali ne kao Horkhajmer i Adorno u slučaju tamne književnosti, kako bi čisto pokazali drugu stranu kapitalizma, već da u preterivanju i prokazanim sadržajima pronađu i izlaz.

Ovo je pokušaj slikovitog prikaza Delezovog viđenja uloge medija, ali sem kontroverznog “osloboditeljskog” aspekta, koji se eksplicitno povezuje sa shizofrenijom kao procesom dezintegracije kapitalizma, postoje i dalje aspekti medijske kontrole društva, koji mogu imati neočekivane posledice. To jest, Delez će stalno razmatrati *odnos razlika i sličnosti, uniformnosti i raznovrsnosti*, što će postati aktuelno i u slučaju interneta, kao otelovljenja obe tendencije. Delez će konstantno ostati zabrinut brisanjem razlika i ustupanjem mesta jednom konformističkom društvu, i boriti se protiv komunikacije kao stereotipizujućeg procesa. Zbog toga će stalno tragati za otklonima od “normalnog” i očekivanog. Na primer, i pre no što će se direktno pozabaviti medijima, kod Deleza postoji implicitna potvrda Benjaminove teze o mehaničkoj reprodukciji. Kada u svojoj disertaciji *Razlika i ponavljanje* Delez (2009a) razmatra repeticiju, on je vidi kao delanje koje omogućava seriju razlika. Ponavljanje proizvodi razliku

omogućavajući varijacije u određenom nizu (William 2012: 38). To jest, sama repeticija nikad nije puko kopiranje, već svaki novi primerak donosi i nešto novo.

Bez ponavljanja i razlika gubi smisao, a i samo ponavljanje objašnjavamo posredstvom razlike, kao moć premeštanja i prerusavanja. U takvoj postavci istovetnost je iluzija, reprodukcija se već razlikuje od originala. Budući da je disertacija u stvari filozofski rad, Delez svoje kritiku okreće protiv Platonovog mita o pećini, i njegovog razlikovanja sveta ideja i stvarnosti u kojoj nailazimo samo na loše kopije, iskvarene ideale. Simulakrum nije prosto oponašanje, budući da napušta, odnosno osporava ideju modela, i poništava mogućnost postojanja originala i njegove navodne kopije. Kao i kod Bodrijara, i na tragu Deride, simulakrum je u stvari slika bez sličnosti, “pobunjena slika”. Nakon što se odstrani povlašćeni položaj originala preostaje samo “rastemeljni kaos”, koji razvija divergirajuće i decentrirajuće tendencije (Delez 2009a: 120-1). Ili bar Delez to priželjkuje. On ne odlazi u istom smeru kao Bodrijar nakon što je oslobodio kopije od izvora, već želi da iskoristi tu radikalnu razliku. Umesto pogubnosti hiperrealizma, koji zadržava platonističku ideju kvarenja stvarnosti kopijama, Delez u toj proliferaciji znakova vidi promenu samu. Umesto shematizma i reprezentacije imamo raznovrsnost i mnoštvenost.

Ovaj aspekt Delezove misli ostvario je značajan uticaj na kasnija viđenja interneta kao nečega bez strukture, bez kontrole, u kojem postoje tolike mogućnosti i slobode. Stoga se valja zadržati na njegovom promišljanju razlika, koje će poslužiti i za studije interneta, a i dovesti Deleza do eksplicitnog razmatranja medijskih tehnologija. *Mnoštvenost*, dakle, nije neki stabilni sistem, i ne može se definisati pomoću elemenata ili skupova. Naglasak nije na članovima skupa već na onome između elemenata - “*i, i, i*”. Čak i slučaju da postoje samo dva člana između njih postoji jedno “*i*”, koje ne pripada ni jednom ni drugom, nego definiše mnoštvenost, nešto što se odigrava između (Delez 2009b: 48). Ovakvu ideju multipliciteta Delez je odlučio da artikuliše pomoću *rizoma*, specifičnog oblika metamorfoze biljaka. To jest, Delez će stalno nastojati da objasni svoje ideje pomoću neke biološke metafore, bio to roj pčela, čopor vukova ili spomenutih pacova, ukazujući na nešto nestrukturirano, i daleko od hijerahija i pravila na koje smo navikli. Ipak, Delez će najviše koristiti pojam *rizoma*, kao otelovljenja koncepta mnoštvenosti, nečega što proizvodi nesistematične, neočekivane, oslobođene razlike (Frank 1989: 347; Velš 2000: 151).

Za Deleza i Gatarija (HR: 5) sama priroda ne funkcioniše po binarnoj logici, a ljudska misao kaska za njenim *cirkularnim i multilateralnim sistemom*. Misao uvek traži koren, izvor, suštinu, međutim, u prirodi koren je često odstranjen, zamenjen mnoštvom početaka, koji su ujedno i krajevi. Odnosno, sem drveta, koje je “redukovalo zakone kombinovanja” (HR: 6), i postalo linearna, jednosmerna biljka, trava nema svog pivoća, nema hijerarhije, no se razvija po principima konektovanja i heterogenosti (HR: 7). *Rizom nema centar, niti čvrstu organizaciju*. Ne postoji klasičan koren kao kod drveta, već se koren i izdanak ne razlikuju, u smislu da su potpuno ravnopravni prilikom razmene materije sa spoljnim svetom. Koren nema privilegiju da posreduje između stvarnosti i ostatka biljke. Rizom eksperimentiše, stalno se povezuje i raskida veze, konstantno se modifikuje, i ne postoji nijedan njegov deo koji može uspostaviti moć nad celinom. U rizomu nema gospodara, nema početka ni kraja, on je “*otvoreni prsten*” (HR: 10). To je, dakle, konceptualna pozadina prvobitne ideje slobodne internet mreže, na kojoj možete da ssurfate i eksperimentišete sa svojim identitetom.

Rizom su Delez i Gatari zamislili kao asimetrični i nestabilni kaos, izgrađen od najrazličitijih veza, koji se svojom heterogenošću i promenljivošću suprotstavlja bilo kakvoj vrsti centralizacije ili homogenizacije. Ne postoje, dakle, odnosi nadređenosti i podređenosti, već rizom povezuje svaku tačku sa bilo kojom drugom tačkom (HR: 23), tako da prevazilazi ograničenost hijerarhijske konekcije. U načelu, internet protokoli TCP/IP (Transmission Control Protocol/ Internet protocol) omogućavaju takvu transmisiju podataka među svim kompjuterima povezanim na planeti, što bi moglo da navede na pogrešnu pomisao da je sam internet rizomatičan (Galloway 2004: 6). U pitanju su sve one ljudske delatnosti koje se oslanjaju na deljenje podataka, na šering ili Deridinu partažu, na P2P, torent i slične nehijerarhijske odnose, prosto jer su akteri autonomni i samostalno odlučuju o vezama sa drugim akterima. Tako se od bilo koje rizomatične stvari očekuje da se širi, da osvaja ili ulazi u neočekivane odnose sa okolinom.

Ovako zamišljena anarhija kod nekih se vrednuje kao pokušaj prikaza svojevrsnog “akefalnog komunizma” (Buchanan 2000: 14), bez vođe, ideologije, metanarativa i sličnog. Pretpostavlja se da više nema potrebe za masovnim protestima, mitinzima opozicije, već da rizom stvara mesta samo za male, partikularne borbe. Rizomatični medij pre svega omogućava govor u svoje ime, bez predstavljanja,

stvarajući prostor za samostalan nastup različitih grupa ili zajednica. Sve počinje sa sitnim interakcijama u komšiluku, na “molekularnom” nivou, u borbi protiv “mikrofašizama” (HR: 237). Na ovo su stavile fokus savremen delezovke studije medja i medijskog aktivizma, pokušavajući da sačuvaju ideju rizomatične borbe. Reč je o jednom mikropolitickom, manjinskom pristupu, možda i pokušaju direktne demokratije, koja bi pomoću interneta eventualno mogla formirati globalni rizom, neku vrstu saradnje mikropolitickih aktera u rešavanju međunarodnih problema (Newman 2009, Harper 2009). Manjine bi delovale lokalno, potpomažući se globalno, a rizom, kao savez društveno manje moćnih skupina i tehnologije, mogao bi da pruži značajniji otpor transnacionalnim korporacijama. Time se u principu prihvata da Delez i Gatari smatraju da borba mora simultano biti i makro i mikro politicka (Best & Kellner 1991: 105), te da nijedan nivo konflikta ne sme biti zanemaren.

Zato je ideja drveta naspram rizoma ne samo neprijateljski hegemon za Deleza i Gatarija nego i dobar korektor slučajnom padu u naivni anarhizam. U pitanju je u stvari slika drveta, kojom se mogu predstavljati postojeći hijerarhijski sistemi, koji se na sličan način razgranavaju iz jedne tačke, sa jakim stablom i korenom. Za razliku od rizomatičnih biljaka, drvo ima zasebne organe i određene funkcije svojih delova. Jedinstvo i centralizam su zagantovani čvrstim temeljima. *Drvo ilustruje ustrojavanje znanja, sistematizaciju realnosti*, bilo u nauci koja se razgranava u različite discipline, ili npr. u informatici gde se programima obrađuju i raspoređuju podaci, formirajući “komandno drveće” (Best i Kellner 1991: 99). Drvo otelovljava *moderne organizacije, autoritarne odnose unutar njih, stratifikaciju, uopšte jedan snažan funkcionalistički sistem*. Poput Hjarvardovih institucija, drvo predstavlja donekle zatvorenu i nepokretnu strukturu, stabilan sistem čiji su delovi sasvim integrisani. U slučaju medija, drvo bi reprezentovalo jedan *harmoničan sistem čiji su delovi sinhronizovali sopstvene aktivnosti*, čija pravila se poštuju i čiji resursi se u skladu s tim koriste. Dakle, kao i kod Liotara, poststrukturalizam će se suprotstaviti bilo kakvoj statičnosti, aistoričnosti, sinhroničnost i taksonomičnosti pojma strukture (Milošević 1980: 244), čijeg su jarvadovske medijske institucije izvedenica. Društvena polja bi, u rizomatskoj vizuri, bila povezana koncima kao u lutkarskom pozorištu, ali jedni za druge, bez samog lutkara (HR: 9), što odgovara kulturalnoj perspektivi medijatzacije. Štaviše, Gejn i Bir (Gane & Beer 2008: 30) smatraju da je koncept mreže Bruna Latura razvijen na tragu

ideje rizoma Deleza i Gatarija, tako što predstavlja “dinamički sistem koji sadrži beskrajne kreativne mogućnosti”, poput otvorenosti i velike sposobnosti konektovanja među različitim elementima.

Umesto nužnosti i reda imamo igru razlika i slučajnosti, umesto drveta - rizom, umesto masmedijskog funkcionalističkog sistema - internet galaksiju. “U kontrastu sa centričnim (čak i policentričnim) sistemima sa hijerarhijskim oblicima komunikacije i ustanovljenim putanjama, *rizom je acentrični, nehijerarhijski, neoznačavajući sistem bez Generala i bez organizacijske memorije ili centralnog robota*” (HR: 23). Naravno, razlikovanje drveta i rizoma nije toliko radikalno, distinkcija je ideal-tipska, primeri nikad nisu čisti. To znači da su njihova prožimanja, odnosno konflikti, ono što treba razmotriti. Tako *rizomi u stvarnosti mogu da imaju svoje despotske aspekte, mogu poprimiti centralističke karakteristike* (Conley 2009; Buchanan 2009), *kao što i drvo može zadobiti “anarhične deformacije”* (HR: 22). Rizomi mogu da razviju korenje, i obrnuto, “novi rizom može da se formira u srcu drveta” i “izazove hegemoniju” nadirućom rizomorfnom kulturom (HR: 16). Drvo može biti napadnuto, a njegove delove rizom može modifikovati i upotrebiti na različite načine, prevrednovati ih i iskoristiti suprotno interesima vladajućih. U slučaju okupiranja rizoma od strane drveta u pitanju je “power takeover” (HR: 9), nametanje određenog jedinstva mnoštvu, ili formiranje nekih centara moći u rizomu. Delez zamišlja i neizvesnu situaciju u kojoj određena ruptura u rizomu može da rezultira još bogatijim, neuhvatljivijim konekcijama (HR: 12), ali i restauracijom organizacije i moći (HR: 10). Nikad ne možemo biti sigurni kako će se situacija razvijati, pri čemu su Delez i Gatari svesni da rizomi nisu nešto revolucionarno, koliko da samo opstaju među drvećem.

U realnosti, dakle, nailazimo na trodimenzionalni kolaž, odnosno “*asamblaž rizoma i korena*” (HR: 16). To je postavka u koju treba smestiti generalne društvene procese. Time u stvari i neke naizgled protivrečnosti kod Manuela Kastelsa i Maršala Mekluana dobijaju određeno objašnjenje. Štaviše, Delez je jedan od retkih koji Mekluana ne tumači u ključu neke katoličke ekumene, a takođe anticipira Kastelsovo umreženo društvo. Doduše, za razliku od Kastelsa, on isprva ne vidi u gradovima neke centre liberalnog kapitalizma, nego čak i bedeme protiv njegovog širenja, koje sprovodi država, kao najznačajnija centralistička organizacija, iliti drvo u biološkoj terminologiji Deleza i Gatarija. Tek kada gradovi postanu sastavni elementi države započinje

stratifikacija i subordinacija okolnih teritorija, kao i razvoj svetskog ekonomskog sistema. Takve “disciplinovane gradove” onda nastavlja da promišlja Kastels kao centre umreženog globalnog društva. Internacionalno komercijalno organizovanje u stvari prevazilazi i državu, koja mu je isprva dala zamah, i uspostavlja se na globalnom nivou. Delez i Gatari tu nalaze “jedan grad, megalopolis, ili ‘megamašinu’ u kojoj su države sastavni delovi, ili tek susedstva” (HR: 480).

Takva megamašina upravo jeste jedan asamblaž različitih elemenata, to jest, ona pokušava da “kontrolise sve vrste tokova - populacije, robe, novac, itd. - kako bi uništila nomadizam” (Best & Kellner 1991: 102), što je, primera radi, od posebnog značaja ne samo u slučaju internet korporacija i korisnika već i u današnjem odnosu Evropske Unije i migranata, koji u delezijanskoj teoriji u stvari ulaze u svojevrni asamblaž, sa neizvesnim ishodom. Kako će se oni konkretno umrežiti može se pretpostaviti u smislu da Delez i Gatari ne vide kako internacionalne organizacije mogu sebi da dozvole da nešto ignorišu i drže isključeno, ali isto tako ne mogu ni to u potpunosti kontrolisati. Slikovito to Delez i Gatari ilustruju tako da se “nikad ne možemo otarasiti mrava” (HR: 10). Tako isto jedna globalizovana komercijalna organizacija u sebe prima raznovrsne formacije, od primitivnih društava do razvijenih civilizacija, gradove i pustinje, države i nekontrolisane nomadske oblasti. Delez i Gatari predviđaju svetsko tržište u kojem će kapitalističke i socijalističke države zajedno participirati. Države i druge organizacije mogu biti vrlo raznovrsne, ali će se pridružiti globalnom tržištu. Kompleksnost megamašine ili asamblaža za neke upravo najavljuje teoriju umreženog društva: “*Manuel Kastels takođe je dokumentovao transformaciju iz decentralizacije u nove distributivne, fleksibilne ekonomije... ova transformacija ponavlja strukturalnu razliku koju Delez i Gatari vide između drveta i rizoma. Drvo se odnosi na vertikalne birokratije, dok se rizomi odnose na horizontalne mreže*” (Galloway 2004: 24).

No, time se ne iscrpljuje delezovsko viđenje ovog savremenog konflikta drveta i rizoma u svetu, koji razvija i medium teoretičar Fridrih Kitler (Kittler 2012) u svom govoru iz 2002. godine, gde kao rizomatične nomade imenuje Talibane, naspram države. Delezov termin “mašina rata”, koju on koristi i za miroljubive nomade, Kitler koristi isključivo za Al-Kaidu, čiji se članovi izvrsno služe savremenom tehnologijom poput aviona ili interneta, ali sada, više nego deceniju kasnije, gotovo da se savršeno uklapa sa postojećom situacijom rata sa Islamskom državom. To jeste današnji kontekst

umreženog društva, koje za sada poluuspešno pokušava da spreči umrežavanje militantnih islamista, čak i putem hakerskih grupa poput Anonymous-a. Sam Kastels to implicitno priznaje svojim proučavanjem Al-Kaide, čiju studiju slučaja pridodaje novom izdanju *Informacionog doba* (Castells 2010), dok se na njegovo istraživanje Islamske države i odnosa sa umreženim društvom još uvek čeka. No, može se pretpostaviti da će delezovska težnja za kontrolom prevladati u daljem obračunavanju sa fundamentalistima.

Ono što je za nas najinteresantnije jeste da je ovo dramatična pozadina Delezovog pogleda na Mekluana. Postoji stalna tenzija između, s jedne strane, velikih svetskih organizacija, koje Delez i Gatari nazivaju ekumenskim (iako pored religijskih postoje korporativne, političke i druge), kao i lokalnih, marginalnih, manjinskih, s druge strane, koji se protive moćima prvih. Konflikti su stoga podignuti na planetarni nivo, u stvari, ne mogu se isključiti, svi akteri su zahvaljujući tehnologiji konstantno prisutni i teško se mogu izolovati. “Moderni svet može da nam podari prilično razvijene slike ova dva pravca: svetske ekumenske mašine, ali takođe i neoprimitivizam, novo tribalno društvo kako ga je opisao Maršal Mekluan. Ovi pravci su jednako prisutni u svim društvenim poljima, i svim vremenskim periodima. Čak se dešava i da se delimično povežu. Na primer, komercijalna organizacija takođe je i pljačkaška banda, ili piratska, u delu svog pravca i u mnogim aktivnostima; ili pak banda razvija religijsku formaciju” (HR: 397).

Kao što se može videti, ovo je vrlo egzotično viđenje Mekluanovog globalnog sela, prožetog sukobima koji nisu samo ideološke prirode. Čak nije reč ni o nekoj jednostavnoj postavci, pošto nomadi uništavaju države i gradove “mikrooperacijama kao što su nemiri i gerilska borba”, ali takođe bivaju konstantno eliminisani/integrirani od strane država i sličnih organizacija. Može se ići “*protiv mita o tehnološki primitivnim nomadima*, pošto Delez i Gatari tvrde da su oni bili inovatori na različitim nivoima, uključujući tehnologiju, naoružanje ili umetnost ratovanja. Kroz takve inovacije, nomadi su razvijali svoje ratne mašine protiv države, dočim je država prisvajala te mašine za sopstvene nezasite osvajačke ciljeve” (Best & Kellner 1991: 103). Tako se može reći i da je u slučaju interneta da je stvoren od strane države, a onda par decenija prepušten studentima koji su ga razvijali na rizomatičan način, budući da mu država kasnije nije posvećivala toliku pažnju kakvu je dobila televizija u svom začetku.

Internet je u tom smislu dugo bio izvan i legislative i planiranja, pa i preduzetničke inicijative, da bi tek onda počelo njegovo uređivanje.

Spomenuti TCP/IP protokoli, kao što je rečeno, u stvari omogućavaju horizontalnu, nehijerarhijsku transmisiju podataka, potencijalno među svim umreženim kompjuterima na Zemlji. U načelu, autonomni lokalni akteri mogu se povezivati i razmenjivati poruke različitih sadržaja sasvim slobodno, što znači da internet svakako sadrži neke karakteristike rizoma. Međutim, Aleksander Galovej (Galloway 2004: 61) ističe da to ne znači da je internet rizomatičan, već određen “rigidnim protokolima koji upravljaju transferom i reprezentacijom teksta i slika”. Protokol je u suštini niz pravila, koji određuju način korišćenja tehnologije, uslovljavajući ponašanje zahtevanjem da se ispune tehnički standardi. Dok TCP/IP ne pokazuje rigidnost u tom pogledu, drugi formirani protokol, takozvani DNS (Domain Name System), za tvorca WWW Tima Berners-Lija (Berners-Lee) jeste “Ahilova peta” novog informaciono-komunikacionog sistema (Ibid: 10). DNS uvodi ograničen broj kontrolnih tačaka, koji povezuju mrežne adrese sa imenima. To znači da bilo koji sajt (www.fpn.bg.ac.rs), do kojeg se u načelu dolazi putem TCP/IP protokola, sada mora biti preveden u IP adresu, koja sadrži četiri niza brojeva (147.91.229.72), da bi podaci došli do korisnika, nakon dozvole određene kontrolne DNS tačke. Time se, smatra Galovej, otvara mogućnost *nadzora nakon decentralizacije*, i svaki problematičan sajt (čak i čitava država) može biti putem DNS protokola eliminisan. Protokol je stoga “distributivni sistem menadžmenta koji dozvoljava da *kontrola postoji u heterogenom materijalnom miljeu*” (Ibid: 8). Dakle, Galovej zaključuje da u slučaju interneta postoji “*dijalektička tenzija između TCP/IP i DNS protokola*, kojim se u stvari ponavlja rizom-koren asamblaž Deleza i Gatarija.

To nas uvodi u Delezovu (2010) poslednju reč, tezu o nastupajućem društvu kontrole, koje zamenjuje prethodna, disciplinska društva, kako ih je video Mišel Fuko (1997). Ono što je interesantno u slučaju društva kontrole je svojevrsni raskid ranog i poznog Deleza, jer rizom je sve manje cirkularni, multilateralni sistem “bez Generala”. Umesto zatvaranja, kažnjavanja, modelovanja ponašanja ljudi, sada imamo “*pokretnu kontrolu*”. Isprva, to je samo stidljivo rastakanje fukoovskih disciplinskih institucija, i Delez navodi primer bolnice, koja umesto nekadašnjeg mesta zatvaranja sada dozvoljava svojevrsne “slobode”, u vidu kućnih lečenja, koje u stvari proširuju kontrolu i čine je još rigoroznijom, budući da i bukvalno ulazi u privatne domove. I

Frankfurtovci su u okviru svoje ideje o industriji kulture razmišljali o kalupima, o fabričkoj proizvodnji klišeja i masovne kulture (to jest, o drveću), dok novi sistem dominacije karakterišu modulacije, svojevrsni “*samomenjajući kalupi*” koji kontinuirano variraju, što znači da je Delez već 1990. godine najavljivao kastomizaciju sadržaja, prilagođavanje korisniku, odnosno “daily me”, što samomenjajući kalupi izvesno jesu. Kontrola za Deleza ne podrazumeva da se ljudi samo prilagođavaju postojećem društvu, i da se kultura apsolutno homogenizuje. Nije potrebno integrisati masu pod velom jedne dimenzije. Bernard Stigler u stvari postavlja industriju kulture naspram društva kontrole kao organ naspram organizma. Društvo kontrole obuhvata i eksploatiše ljude i njihove energije, potrebe i želje, ono je “*društvo tehnika desubjektivizacije i dezindividuacije*” (Stiegler 2011: 80), no ne funkcioniše kao ranije.

Nema potrebe da se ljudi zatvaraju, nadziru ili indoktriniraju, na neki način i ideologija gubi važnost. Svi su slobodni na informacionom autoputu, mogu da se upute gde god požele. Kretanje im je suštinski omogućeno velikom saobraćajnom mrežom, ali oni usred takve slobode i dalje mogu biti kontrolisani. Možda se klasične ideologije nisu mogle izboriti sa neuređenim, heterogenim svetom, sa mnoštvom idiosinkratičkih stvari, dakle, sa rizomom, ali to svakako mogu kibernetika ili sistemska teorija, potpomognute novim tehnologijama. U društvima kontrole postoji *kontinuirani monitoring*, stalno praćenje koje više nije disciplinski nadzor već *informacioni menadžment*. Društvo kontrole nema za cilj da ukloni razliku ili proizvodi individue, niti da nadgleda tela u fukoovskom panoptikonu. Slično Liotaru, rizom je kompjuterski obuhvaćen i doprinosi borbi sistema protiv entropije. Dovoljno je samo prikupiti informacije koje sami korisnici proizvode, sačiniti profil. Dok su prethodne medijske tehnologije bile nešto udaljeno od čitaoca ili gledaoca, *medij je sada “mašina u kojoj su ljudska bića konstitutivni deo... ne više potrošači ili korisnici, čak ni subjekti koji to navodno ‘prave’, nego unutarne komponente, input i output”* (HR: 505-6).

Pojedinac je samo šifra u jednom uzorku kojem je cilj da odredi obrasce ponašanja, da predvidi buduće reakcije - da *kontroliše unapred*. Promenjeni su instrumenti društvene kontrole, više se prakse ne sprečavaju nekim prevaspitavanjem, već je dozvoljena “univerzalna modulacija”, a aktivnosti se anticipiraju. Marketing je primer korišćenja obrazaca potrošnje, navodnog konstantnog prilagođavanja željama korisnika predviđanjem konzumiranja (Savat 2009: 54). Nema, dakle, nametanja

određenog kulturnog modela, u smislu da društvo kontrole ne postavlja norme, već nudi neograničenu varijaciju. Ono što se čini jeste, na primer ubacivanje nekog “zdravog takmičenja” unutar firme, jer biznis više ne karakteriše fabrička despotija već fleksibilna organizacija i fluidnost informacionih tokova. To se čini stvaranjem nekog rivalstva kojim se radnici motivišu bez naredbe, izazivaju se, kako to vidi Delez (2010), kao u “najglupljim televizijskim kvizovima”, jer će biti plaćeni za dobre rezultate. No, u čitavom tom procesu poznato je gde se koji pojedinac nalazi, a podaci o njegovom ponašanju su zabeleženi. Daleko od “otvorenog prstena”, rizom je prilično zauzdan u društvu kontrole.

Kompanije se odavno više i ne obraćaju subjektima već potrošačkim navikama, željama korisnika, dokoličarskim potrebama, ukratko, bazama podataka, uzorcima. Samomenjajući kalupi se bave ne ljudima već “*dividuama*”, samo nekim delovima nekad neponovljivih pojedinaca. Na političkom nivou građanin je konzument na demokratskom tržištu, mnjenje je zamenjeno anketama, javna debata medijskim spektaklom. Javna sfera erodira i privatizuje se, a intimna sfera je obesmišljena sveopštim monitoringom. Društvo kontrole u suštini je post-političko i post-građansko (Newman 2009: 114), ono sve manje razlikuje privatno i javno, jer nema ni građanina sa svojim pravima i slobodama koje valja braniti. Budući da su sve varijacije prihvaćene i sve razlike slavljene i ujedno kontrolisane, u takvom društvu za Deleza teško da ima mesta za neki ideološki sukob. U novom socijalnom polju postoji samo ono što je pod kontrolom i ono što je izvan nje. Čitav život nastoji da bude konvertovan u informaciju (Bogard 2009: 23). No, to je ujedno neostvariv zadatak. Stvarnost se teško može obuhvatiti i predstaviti pomoću informacija. “To je nemoguće ostvariti ne samo zbog nesagledivih razmera i promenljivosti kosmosa, već i zbog jednostavne činjenice da se tokom urivanja subjekta u objekt istovremeno menjaju i jedan i drugi” (Radojković & Đorđević 2005: 37).

Prema Bernardu Stigleru, *takvo društvo ne može opstati*. On smatra da će, paradoksalno, društva kontrole sveopštim uklanjanjem inhibicija ljude od umnih bića unazaditi do nivoa nagonskih stvorenja, oduzimajući im želju kao izvor kreativnosti i vodeći ih na repetitivno i klišeizirano zadovoljavanje nagona. Iz kibernetičke perspektive, medijske tehnologije mogu sve dopustiti, pretočiti u bitove, potom nadgledati informacione tokove, anticipirati ponašanje i težnje potrošača i pripremati

njihovu realizaciju. No, “kada su ljudi kontrolisani, i kada ih kontrola liši njihovih želja, to jest, jedinstvenosti, oni postaju bestijalni i razjareni, u smislu da su im instinkti pušteni s uzice, da bi u nekom trenutku postali radikalno nekontrolisani. Društva kontrole su, drugim rečima, neodrživa” (Stiegler 2013: 11). Stigler predviđa duhovno siromaštvo, destruktivno delovanje nagona, socijalne tenzije, čak terorizam i građanske ratove, jedan čudan rizom na tragu Islamske države, ali i destruktivnih aspekata samog Zapada. No, ako nakratko zanemarimo preteranost ove teze, i podsetimo se kako Delezove zabrinutosti zbog manipulisanja ljudskim željama, tako i ničeanske surovosti tamne književnosti kod Horkhajmera i Adorna, to možda pogađa izvesne elemente savremene medijske kulture. Društva kontrole i dalje industrijski proizvode kliše, koji zahvaljujući samomenjajućim kalupima i uklanjanjem cenzorskih prepreka doprinose razvoju kulture u nekad zabranjenim smerovima, ka različitim ekstremnim medijskim nišama, ali sama postavka, gde se potrebe i dalje represivno zadovoljavaju u markuzeovskom smislu, omogućava Stiglerovu prognozu o neodrživosti i bestijalnosti tog društva. Ovo jeste vrlo radikalna i teško proverljiva pretpostavka, ali svakako jeste kritička.

Kao zaključak se stoga nameće da je medijsko-komunikaciona promena kod Deleza dobro kontekstualizovana, široko postavljena i suštinski globalna, i on ne pokušava da je ujedno predstavi planetarnom a onda zanemari sve ideološki neodgovarajuće elemente, tako da se medijskom tehnologijom spajaju sasvim suprotstavljene i protivrečne stvari, sa potencijalno izvanrednim posledicama. S jedne strane, Delez razvija Liotarovu ideju da će sistem poboljšati sopstvenu performativnost kada dozvoli ljudima da putem medijske tehnologije mikrokoordiniraju svoje delanje, koje može biti nadzirano i čiji podaci mogu da se upotrebljavaju od strane različitih medija i marketinških institucija. Na primer, predsednički kandidat Donald Tramp koristi svoj Twitter nalog kako bi ispitao prihvaćenost njegovih kontroverznih poruka, i po potrebi ih korigovao, ako ne dobije zadovoljavajući broj retvitova i pozitivnih komentara. Tramp u tom smislu se ponaša kao medijatizovani političar, koji svoje izjave oblikuje u skladu s performansom poruka na Twitter-u (Tufekci 2016). Povrh toga, medijske institucije, koje su nastojale da naglase negativne aspekte Trampovog nastupa, problematizujući ga kao ličnost, njegovu pristojnost, njegov privatni život i odnos prema ženama, nisu uspele da nametnu svoje konstrukcije društvenim mrežama.

U društvima kontrole više nije tako lako odrediti šta je pravedno, lepo ili normalno. Delezovski rečeno, rizom je narušavao funkcionisanje drveta, a medijalizacija naglašava, naspram novinarskog profesionalizma, drugi deo Hjarvardove jednačine - publiku.

3.6. Artikulacija medijalizacije: kulturne studije

Kulturne studije predstavljaju istraživačku tradiciju rasprostranjenu na više različitih kontinenata, jednu "teorijsku buku" (Hall 1996b: 262) bez konačne definicije i jedinstva. Najznačajniji period razrade teorijske perspektive jeste intenzivna saradnja sa marksističkim i poststrukturalističkim pristupima, oličena u radovima Rejmunda Vilijamsa i Stjuarta Hologa, kada se i iskristalisalo jedno specifično viđenje medija. *Formativni momenti ove kritičke tradicije jesu povratak ideologije, otkriće popularne kulture, analiza hegemonije, kao i drugačiji pogled na publiku* (Milivojević 2008a). U skladu s tim, kultura je shvaćena kao teren na kojem se različiti akteri sukobljavaju oko definisanja stvarnosti, što je preduslov ovladavanja društvom. Pritom je kao istaknuta teorijska dilema ostalo rešenje problema odnosa ljudskog delovanja i strukture, i protivrečne paradigme koje su Vilijams i Hol pokušavali da pomire. Viđenje medija svakako je neodvojivo od spomenutih pitanja, što i jeste problematika *artikulacije mnoštva suprotstavljenih praksi* koje čine neku medijalizovanu pojavu.

Rejmond Vilijams je kao pionir kulturnih studija započeo rad na drugačijem razumevanju društvene promene, nego što su to bile takozvane teorije masovnog društva. Naime, on ističe specifičnu "dugu revoluciju" kulture, koja je u stalnoj interakciji sa industrijskom i demokratskom revolucijom. U međusobno određenom razvoju pomenutih sfera Vilijams je želeo da prati sam *način života* (Williams 1965: 12), pošto je smatrao da vrednosti i značenja nisu zastupljeni samo u umetnosti već i u čitavom društvu (Ibid: 57). Iako to ne bi trebalo da predstavlja neku novinu, Vilijams je ipak morao da podseća na to da je kultura počela da se posmatra kao različita sfera tokom osamnaestog veka, mada se do tada nije izdvajala od društvenog života i njegove reprodukcije (Habermas 1969: 50). Reč je o "socijalnoj" definiciji kulture, koja zahvata dalje od ideala autonomne umetnosti, u sva polja koja se obično ne smatraju kulturnim,

već privatnim ili javnim poput određene birokratske ili preduzetničke organizacije, kao i intimnim u slučaju porodice.

Društvena polja stoga mogu biti analitički razdvojena, ali u stvarnosti diferenciranost nikad nije radikalna. Preplitanje polja stvara jednu kompleksnu situaciju koja se teže može razmrsiti. Zato je za Vilijamsa problem determinacije vrlo osetljiv, i pokušava da uzme više faktora u obzir, uz ogradu da to ne upadne u svojevrsnu postmodernističku nesagledivost. “Dolazimo do tačke gde uviđamo da uvek proučavamo generalnu organizaciju u partikularnom primeru, i u toj generalnoj organizaciji nema elemenata koje možemo izdvojiti od ostalih” (Williams 1965: 61). Vilijams pritom ukazuje na tendenciju da se stalno nastoji statički objašnjavati društvo pomoću određenog jezgra ili baze u čemu se ostale pojave ogledaju. Umesto svojevrsne nadgradnje kao nečeg sekundarnog u odnosu na politički i ekonomski centar društva, Vilijams traži neki kontradiktorniji i istovremeno “proživljeni” odnos, budući da smatra da stvarni ljudi formiraju složenije i dinamičnije veze, što i *nadgradnju čini društvenom i produktivnom silom* (Williams 2005: 34-35). Tome shodno je i Vilijamsovo viđenje determinacije: “Ako nađemo da je partikularna aktivnost radikalno izmenila čitavu organizaciju, još uvek ne možemo reći da se prema toj aktivnosti odnose sve ostale; možemo samo proučiti različite načine određivanja partikularnih aktivnosti i njihovih međuodnosa, unutar organizacione promene” (Williams 1965: 62). U odnosu na Vilijamsa intitucionalna medijalizacija deluje suviše statična.

Promena je, dakle, složena i na momente protivrečna. Vilijams koncepte poput kulturnih obrazaca ili socijalnog karaktera smatra nedovoljnim i ograničenim u pogledu obuhvatanja čitavog bogatstva iskustva, jer se fokusiraju na strukturu i organizaciju, ali ne i kako su suštinski njihovi elementi proživljeni. Odatle i proizlazi kontradiktoran termin “*struktura osećaja*”, pomoću kojeg Vilijams opisuje duboko zajedništvo jedne generacije. Izraz ukazuje na “ironiju i pronicljivost bivanja društvenim u privatnom okruženju, kao način umirivanja suprotstavljenih tokova modernosti na personalnom nivou” (Papacharissi 2010: 23). Struktura osećaja može neki kulturni obrazac da reprodukuje na različite načine. To jest, može da preuzme obrasce i karaktere svojih prethodnika, ali struktura osećaja biće nova i posebna, jer će se obrasci proživljavati u drugačijem kontekstu i suočavanju sa drugim izazovima (Williams 1965: 65). Tako Papakarizi tvrdi da su digitalne tehnologije, uprkos mogućnostima javnog i društvenog

komuniciranja, savremenom strukturom osećaja nezadovoljnih građana postale platforma za privatne fantazije kontrole, sfere pomoću kojih se ljudi pokušavaju zaštititi od nesigurnog spoljnog sveta.

U svakom slučaju, Vilijams je želeo da istakne izdvojenost pojedinca od društveno-ekonomskih odnosa, pošto individue poseduju određene karakteristike koje se ne uklapaju u postojeće obrasce. Društva samo do neke mere uspešno formiraju karaktere, njihova ponašanja i stavove, ali svi ljudi imaju specifične potencijale i različita iskustva, te trpe i različit uticaj društvenih institucija. Štaviše, konformizam ne mora biti taj poželjan cilj, odnosno individuacija može postati poželjniji obrazac. Pritom, za Vilijamsa stvar nije završena životom u skladu sa društvenim vrednostima, već pronalaženjem boljih načina življenja. U suprotnom, hegemonско poimanje stvarnosti, onako kako to vidi Antonio Gramši, nije tek nametnuto spolja nekom manipulacijom. U slučaju takve ideološke moći, društva bi se menjala neverovatnom brzinom. U stvari, *hegemonija nije tek proizvodnja mnjenja već se vrednosti, očekivanja i značenja moraju potvrditi delanjem, proživeti u praksama, u komuniciranju* (Williams 2005: 38).

Generalna organizacija društva je, dakle, po Vilijamsu, proizvedena kako klasično shvaćenom bazom, tako i aktivnošću nadgradnje, u međugri socioekonomskog konteksta, nametnutih kulturnih obrazaca, strukture osećaja i određenih opozicionih elemenata. U toj postavci su sredstva komuniciranja ujedno i sredstva proizvodnje (Ibid: 50). Komunikacija je ne samo sastavni, već neizostavni deo privrednih i društvenih organizacija. Mediji nisu samo puki tehnički prenosnici, ili pak proizvođači masovnog komuniciranja, iz kojeg je isključeno svakodnevno i neposredno. Vilijams je, dakle, u stvari želeo da istrgne viđenje medijske kulture iz uobičajenih kritičarskih okvira, koji su je posmatrali kao buržoaski proizvod, nešto što samo zaglupljuje mase, a zaobilazi razmatranje radničkog načina života, zajedništvo i solidarnost. “Kada marksisti kažu da živimo u umirućoj kulturi, i da su mase neuke, moram da ih pitam, i pitao sam ih tada, gde su oni živeli? Umiruća kultura i ignorantske mase nisu ono što sam poznao i viđao” (Williams 1989: 8).

Masa za Vilijamsa ne može biti opis stvarnosti već naglašavanje karakteristika same organizacije proizvodnje i distribucije medijskih sadržaja. U tom smislu, neko može biti tretiran kao masa, bez obzira da li to stvarno i jeste (McQuail 1997: 7). U

pitanju je *viđenje kulture kao proizvoda svih članova društva*, uz stalne prepravke zajedničkih značenja, kao i tenzije istih sa individualnim i grupnim značenjima. *Masovna komunikacija* je, bilo kapitalistička ili komunistička, za Vilijamsa neprihvatljivo *ukalupljivanje budućnosti*. Mediji selektivno preuzimaju elemente popularne kulture i deradikalizuju je transformisanim proizvodima koji po Vilijamsu sukob kapitala i rada predstavljaju u obliku opozicija umerenih građana i devijantnih militantata ili slobodnih ljudi i birokrata, uz potrebnu dozu tradicionalizma, populizma i zadovoljstva u kupljenoj robi (Milivojević 2015: 113-114). Loš ukus, trivijalnost i sveukupna niskost kulture za Vilijamsa (Williams 1989: 11) su produkt onih koji upravljaju komunikacionim sistemom i nameću takvu formulu, stoga bi “*disperzija kontrole komunikacije, i istinsko otvaranje kanala participacije*” (Ibid: 30) moglo da stvori nove mogućnosti. Štaviše, jačanje komunikativnog aspekta modernih društava, kao i nadolazeće doba elektronike, može biti nešto što će značajnije uzdrmati suviše krute medijske sisteme i sama društva (Williams 2005: 53).

U njegovo vreme, to je značilo prevazilaženje masmedijskih monopola radio transmitterima kratkih talasa ili megafonima, koje bi industrija nerado proizvodila (Ibid: 56), a što je, kao i danas, podrazumevalo približavanje tehnologije individuama. Vilijams i naslućuje svojevrstu neposrednost komuniciranja koju elektronika donekle vraća, gestikulacije, govor, integraciju pošiljaoca i primaoca, i slično. U temelju ovoga uvek leži izvesna odbrana jednog načina života, ili strukture osećaja, koja je stalno degradirana postojećim nametljivim komunikacionim sistemima. Vilijams vidi šansu u remećenju takve kontrole, toliko da predviđa nastanak “novog socijalnog sveta” na ruševinama onog koji je aparatima dodeljivao funkcije uspostavljanja odnosa moći i konzumiranja (Ibid: 62). Njegova vera u spontanost i energiju običnih ljudi je možda i veći razlog za kritiku Maršala Mekluana, nego što je to samo poznavanje tehnoloških karakteristika opština.

Moglo bi se reći da zbog toga Vilijamsova knjiga *Televizija* (Williams 2003, nadalje T) ima podnaslov “*tehnologija i kulturna forma*”. Mediji bi trebalo da se sagledaju u kompletnom sociokulturnom procesu, a ne kao apstraktni i izmešteni uzročnici promene (T: 122), za šta Vilijams smatra da je Mekluanova pozicija. Prepoznavajući identifikovanje opština i poruke kao estetski, čak ideološki stav, Vilijams takav formalizam tumači tako da su ljudi kao stvaraoci u Mekluanovoj istoriji

svedeni na efekte medija, odnosno, da je društvo determinisano tehnologijom. Budući da se ne razmatra ljudsko rukovanje medijima, to jest, da Mekluan ne tretira *medije kao prakse*, ne smešta ih u složenije međuljudske odnose, niti razmatra namere korisnika, njegov pogled na medije je, smatra Vilijams (T: 130), desocijalizovan. Same fizičke karakteristike medija prevedene su bez socioistorijske analize u odgovarajući društveni model, koji je u stvari samo projektovana tehnička apstrakcija (T: 131). Vilijams tvrdi da Mekluan ne uviđa da efekat medija ne može biti isti u slučaju različitih oblika kontrole i upravljanja tim medijem, niti u različitim kulturnim i društvenim kontekstima, još jednom implicirajući značaj strukture osećaja. Pritom valja spomenuti da se *Imperija i komunikacije* Harolda Inisa nalazi na spisku korišćene literature kod Vilijamsa, ali da on ne razmatra dvojac medium teorije kao međusobno komplementaran, već izdvojeno posmatra samo Mekluana.

Bez obzira da li je ova kritika Mekluana opravdana, Vilijams sopstvenu teoriju gradi na suprotstavljanju tvrdnjama da se tehnologija može promišljati odvojeno od samog društva, ili kulturne forme u kojoj obitava. Takođe, Vilijams se distancira i od obrnute teze, da je društvo u potpunosti odredilo tehničke funkcije medija, te oni sami ne doprinose društvenoj reprodukciji, već su marginalni ili pomoćni faktor u bilo kojim ljudskim praksama (T: 7). *Vilijams se, dakle, pozicionira između pukog tehnodeterminističkog ignorisanja samih namera tvoraca medijske tehnologije ili vladajuće klase, s jedne strane, kao i viđenja medija tek kao simptoma postojećeg poretka, kao da je društveno uređenje anticipiralo i proizvelo sebi odgovarajuću tehnologiju.* Međutim, Vilijams postupa u skladu sa prvobitnim postavkama, i ne prihvata niti takvu poslušnost medija, niti njihovu neprikosnovenu dominaciju u određenom društvu. Uvek postoje interesi da se nešto proizvede i vrši unapred određene funkcije, ali isto tako postoje i obrnute tendencije, neplanirane posledice i alternativne upotrebe istih medija. Poenta je, dakle, u nekoj artikulaciji svih suprotstavljenih procesa, kako bi se došlo do adekvatnog opisa postojećeg stanja.

Čak i sa druge strane tehnodeterminizma Vilijams detektuje *sklonost zamene posledice za uzrok*. Pod tim podrazumeva da istraživači često istražuju pojavu kao da je uslovljena mnoštvom faktora, ali te same faktore ne problematizuju, u smislu da su obrazovni sistem ili medijska organizacija, podela rada ili porodična sfera, kao i druge političke i ekonomske prakse u stvari sami po sebi efekti. Neko društveno uređenje,

generalna organizacija koja ih je stvorila, istovremeno te efekte predstavlja kao uzročnike nekih tercijarnih pojava (T: 128), a što bi trebalo kritički razmotriti. Primera radi, Vilijams ističe da transmisija radio talasa do porodičnih domova nije nešto slučajno stvoreno naučno-tehnološkim eksperimentima, već određeno mobilnošću i kompleksnošću jednog društva u razvoju (T:13). Naime, mediji su dobili na značaju onda kada je centralizovanoj političkoj vlasti bio potreban brži prenos informacija i efikasniji način kontrole teritorije, kao i novi oblici društvene integracije onda kada je tržišna privreda proizvela veću pokretljivost stanovništva i razbijanje velikih, višegeneracijskih porodica.

Odatle i izraz “*mobilna privatizacija*” (T: 19), kojim Vilijams pokušava da obuhvati reakciju ljudi na fragmentaciju društva uslovljenu industrijalizacijom i modernizacijom, tako što će pomiriti kretanje ljudi i roba sa težnjom statičnog i samodovoljnog porodičnog doma. Iako je televizija u stvari vizuelno inferioran medij u odnosu na njenog prethodnika, film nije mogao da obezbedi trenutni prenos podataka i neprekidni programski tok, a takođe nije bio dostupan u intimnoj sferi porodice. Neki tehnološki nedostaci, smatra Vilijams (T: 23) sasvim su zanemareni radi važnijeg cilja: *privatizovane recepcije* s jedne strane, što je odgovaralo praksama dokolice nakon napornog radnog dana, a da pritom ne remeti neophodnu mobilnost radnika u kapitalizmu; i s druge strane: *političke i ekonomske koncentracije moći*, tako što se mnjenje sa ulica, sindikata ili društvenih pokreta polako preselilo pred ekrane, stvarajući fizičku i društvenu distancu između vlasti i građana. Vilijamsovo viđenje mobilne privatizacije je, dakle, ambivalentno kao i ostali spomenuti termini, pošto se stalno nastoji uvažiti *kompleksna artikulacija različitih društvenih interesa, vrednosti, pa i tehnologija*. Mediji omogućavaju privatizaciju i virtualizaciju, koje ujedno zadovoljavaju strukturu osećaja populacije i interese vladajućih.

No, mediji su “*interfejs*” između države, građana, tržišta, javnosti, kao i tenzije elitnog i popularnog. Mediji otelovljavaju sve kontradikcije i ambivalencije postojećeg društva, pa Rodžer Silverstoun zaključuje da je Vilijamsov “materijalizam i motor i kočnica” (Silverstone 2003: ix). Društvo je oblikovano silama moćnika, ali i javnosti, kapitalom i demokratijom, stoga je stalna artikulacija ono što Vilijams najčešće razmatra. To ne znači da su sve sile jednake i da proizvode dovoljno snažne efekte, ali da ipak mogu da donekle preusmere onu najdominantniju silu. Inače, ne bi se

pojavljivala nastojanja da se interaktivnost korisnika konstantno svodi na reaktivnost, i pasivnije delanje uopšte (T: 144), ili da, pod kosmopolitskim velom satelitskih tehnologija internacionalizacija medija završi u nizu korporacijskih monopola, kako bi žitelji globalnog sela nastavili da “govore ništa” (T: 149). Posebno je interesantno Vilijamsovo viđenje zajednice u ovom kontekstu. Isprva, Vilijams je percipira kao prožetu sukobima i nejednakostima, sasvim u skladu sa perspektivom kulturnih studija. Ali, komercijalni interes pokušaće ne samo da eksploatiše konfliktnu prirodu zajednice, nego i da ponudi njenu umivenu verziju, tako što će naspram “devijacija” isturiti u prvi plan unajmljene predstavnike samoproklamovanog zdravog tkiva zajednice. Umesto suštinskog hvatanja u koštac s problemima, zajednica će putem neslobodnih komunikacija biti reprezentovana ne stvarnim civilnim akterima nego maltene prurušenim “plaćenicima”, kao da je u pitanju još jedno “predstavništvo Tojote” (T: 155). U tom kontekstu apsurdna je tvrdnja Džona Hartlija (Hartley 2012: 39) o anahronosti Vilijamsovih pisanja, pošto su nekadašnje imaginarne zajednice sada spletovi informacionih podataka, te ne moramo da ih zamišljamo jer su već materijalizovane. Čitava poenta Vilijamsove teorije je da medijska tehnologija ili organizacija ne mogu da zamene strukturu osećaja prave zajednice, naprotiv.

Jasno je da je ovo paralelno hjarvardovsko shvaćenoj fazi medijatizacije koja uključuje razvoj javnih servisa ili lokalnih medija, koje za Vilijamsa mogu biti samo posledica šire društvene borbe, i razrada te “duge revolucije” svakako je njegov najveći doprinos. Ipak, Stjuart Hol nastavlja Vilijamsov rad, i kod njega medijaciju, medijatizaciju i opštu sociokulturnu promenu, možemo posmatrati samo kao analitički razdvojene pojave. Ako medijatizacija podrazumeva opunomoćenje tehnološke, simboličke i ekonomske (Hjarvard 2013: 136), ili pak socijalnih pravila medija (Hjarvard 2014a), onda je Vilijams trasirao teren. Jasno je da su sva tri aspekta medijske logike isprva pod kontrolom političke i privredne moći. Tehnologija se planski proizvodi da privatizuje i virtualizuje komuniciranje. Simbolički i socijalni aspekt se korumpira industrijama kulture. Ekonomska logika je temeljna za sve navedene slučajeve. Pitanje je, dakle, kada medijska logika zadobija sopstvenu autonomiju? Odnosno, kada privatizacija, ljudsko delanje i simbolički sadržaj počinju da se suprotstavljaju postojećem poretku, iako su mu isprva služili? U kulturnim studijama to svakako ne može biti formulisano kao kod Hjarvarda prvenstveno kroz medijski

profesionalizam, pošto je značajno celo kulturno polje. A kao što je naznačeno, iako je profesionalizam poželjan, čak i to može biti efekat generalne organizacije.

Problem s takvim viđenjem medijizacije ogleda se u onome što je Hol nazvao “*ponovno otkriće ideologije*” (Hall 1982). Hol je kritiku upućivao komercijalnom modelu, zainteresovanom samo za bihejvioralnu promenu, gde je pluralizam predstavljen kao nešto već postignuto i normalno, bez razmatranja širih društvenih struktura, istorijskih pomeranja ili pitanja moći (Ibid: 55). Institucionalna vrsta medijizacije, sem što se koncentriše na moć samih medija prilikom definisanja stvarnih situacija, odnosno ideje da mediji vrše izvesnu ulogu socijalne kontrole, da bi se približila kulturnim studijama morala bi da uvaži ideološku prirodu medijskih delatnosti kao centralnu karakteristiku. I dominantna paradigma uviđa moć medija, ali je ne tumači u ideološkim terminima, dok su kulturne studije posmatrale medijsko oblikovanje ljudskih percepcija, proizvodnju afirmacije postojećeg poretka i pristanak svih da vrše svoje uloge (Hall 1982: 61). Konstruisanje svetonazora kulturne studije ne mogu lako prihvatiti kao nešto sasvim prirodno. Privilegovana značenja i načini klasifikacije elemenata i aktera u određenom društvu moraju ostati u okvirima analize ideološke moći.

Štaviše, institucionalna medijizacija, po svemu sudeći, nailazi na probleme prilikom pitanja kako zdravorazumske konstrukcije, konstantno proizvođene od strane medija, mogu uopšte da se pod određenim uslovima menjaju, kako su u stvari vrlo pokretne? Zanemarivanje borbe za značenja, pripisivanja i prevrednovanja, odnosno rekonstruisanja značenjskih sistema, guralo je ideologiju u drugi plan. Kulturne studije, međutim, razvijaju se na skepsi prema klasnom redukcionizmu. Umesto tek reflektivne uloge, tako što ideologija samo odražava ekonomski ili politički sukob, Hol je na tragu Viliijamsa insistirao da ideologija ne može biti zavisna varijabla, već aktivni učesnik konflikta (Ibid: 78). Ideologija je za Hola maska odnosa moći, opravdanje slobodnog tržišta i fragmentacije društva, kao i konstrukcija imaginarnog zajedništva (Milivojević 2015: 80). Reklo bi se da postoji sasvim plastična razlika u odnosu na institucionalnu perspektivu: dok Hjarvard vidi razvoj javnih servisa isprva kao kulturnih institucija, koje obrazuju narod, uz povremenu brigu o životnom standardu, Hol iza “nacionalnog interesa” vidi klasni, navodno nepristrasnu volju većine, i gušenje društvenih konflikata

uz posredovanje države (Hall 1982: 83). Povratak ideologije u medijske studije nudi jedan kritički pogled na javni servis, ili bilo koju drugu medijsku organizaciju.

U tom smislu, mediji izražavaju jednu ideološku formaciju, koja nije samo proizvod vladajućih interesa. To jest, “*ideologija je funkcija diskursa i logike socijalnih procesa, a ne namera agenta*” (Ibid: 84). Kada bi bila tek produkt neke druge institucije ili organizacije, kada bi, dakle, medijski frejmovi u stvari bili proizvedeni izvan samih medija, imali bismo primer čiste medijacije, ali ne i medijatzacije. No, artikulacija suprotstavljenih interesa, određena hegemonija koju proizvode svi akteri društvenog konflikta, *ideologija koja nastaje u sudaru različitih diskursa*, jeste nešto čime kulturne studije mogu da doprinesu poimanju medijatzacije. To nas dovodi do kontroverznog domena popularnog, koji se ispostavio koliko problematičan, toliko i neizostavan. Kao oblast otpora i dominacije, a ne samo mesto zabave, popularno je postalo prostor simboličke borbe za prevlast, u kojem se održavalo hijerarhijsko društvo, ali i gde se unutar antagonizma tražila struktura delovanja hegemonije, kao i projekat društvene transformacije, što je ostao glavni zavet kulturnih studija (Kellner 1995).

Aktivna publika i njeno kreativno ophođenje s proizvodima medijske kulture bio je koncept neophodan za kompletiranje teorije kulturne hegemonije. Pitanja ideologije, dekodiranja i otpora ostala su neizbežna, ali je ova problematika različito naglašavana, od umerenijih razmatranja Viliijamsa i Hologa, do nekritičke ili “romantične” afirmacije popularnog. No, prema oba primera medijske studije nadalje su se morale odrediti. Oba slučaja temelje se na Holovoj rekonceptualizaciji procesa masovnog komuniciranja, koje se tradicionalno držalo linearnog trojstva *pošiljalac/poruka/primalac*, što je Hol (2013: 7) nazvao “*upravljačkim kolom*” koji *prikriva “složenu strukturu dominacije*”. Naime, iako je ukazivano na značaj primarnih grupa, selektivne pažnje ili gledalačkog zadovoljstva, medijski sadržaj je posmatran prvenstveno iz perspektive proizvodnje i distribucije, dok je s druge strane stajala pretežno nekreativna masa potrošača. Ovaj komercijalni model zanemarivao je da, nakon kodiranja sadržaja, potrošnja tih simbola iziskuje dodatno prevođenje - artikulaciju u društvenoj praksi primalaca (Ibid: 8). Time i dekodiranje postaje jedan od određujućih momenata u komuniciranju. Kakvo će političko ili društveno dejstvo i vrednost poruka realizovati zavisiće od produkcije i recepcije, unutar celine socijalnih odnosa.

Time je problem značenja problematizovan. Razumevanje nije skladan proces razmene identičnih kodova, pošto razmatranje kompletnog društvenog aranžmana istiskuje simetričnost iz istraživanja medija. Emitovano nije isto što i primljeno, kodovi pošiljalaca i primalaca se razlikuju, ali iako je to gotovo samopodrazumevajuće to ipak nije prognalo bihejviorizam iz medijskih studija, što je cilj “semiotičke paradigme” (Ibid: 13). Nakon lingvističkog obrta, između stvarnosti i jezika ne postoji nikakva prirodna veza, već je naturalizam rezultat diskurzivne prakse. Učinak komuniciranja jeste neka “stvarnost”, ali kao proizvod jezičke artikulacije koja nikad nije ideološki neutralna, već dinamična, višesmislena, konfliktna (Bahtin 1980: 26). Emitovana poruka ima svoje nameravano, poželjno značenje, zauzima specifično mesto u kulturnom poretku, ali komunikacija se više ne posmatra kao transparentan prenos već kao deformisana praksa, određena sukobom između vladajućih zdravorazumskih konstrukcija i opozicionog čitanja. Poruka se, dakle, može dekodirati sa dominantne ideološke pozicije, čitalac može samo reprodukovati dominantna značenja i ispuniti nameru pošiljaoca, ali može posmatrati poruku i iz alternativne perspektive. Publika može da pruži otpor, formira drugačije stavove i takozvani opozicioni kod (Hol 2013: 26). *Dekodiranje je koncept koji ometa funkcionalnost i sveobuhvatnost kodirajućih aparata.*

Time je Hol nastavio Vilijamsov rad na kritici razlike između visoke i niske kulture, iz čega je proizašlo zaobilaženje elitnog i autonomnog stvaralaštva i bavljenje realnijim pojavama, naime, “ne-kulturom masa” (Johnson 1986: 42), nečemu što je podjednako podložno reifikaciji, ali sposobno i za utopiju. Naspram homogenizujuće moći industrije kulture ne stoje ni nesposobni niti sasvim emancipovani potlačeni slojevi. No, iz toga se izdvojila posebna populistička struja, koja je specifična tumačenja, zasnovana na klasnoj i rasnoj pripadnosti ili polu, preuredila u nekritičko slavljenje aktivnosti publike, pri čemu se zanemarilo kako razmatranje odnosa kulture i materijalnih uslova života, što je bilo predmet interesovanja Rejmonda Viliijamsa (Sparks 1996: 99), tako i polit-ekonomska analiza, koja je označena kao redukcionistička. Polako se pojavio izvesni “kulturni populizam” kao tendencija da se publika fetišistički afirmiše kao glavni proizvođač značenja, iz čega izrasta i slavljenje svakog oblika suprotstavljanja poretku, i pripisivanje kritičke vrednosti svakom opozicionom čitanju (McGuigan 1992). Za razliku od mase, gde je snaga ideoloških

aparata apsolutna, publika se smatra komunikacijski kvalifikovanom grupom, koja može da “detronizuje” tekst. Usled “smrti autora” i medijski uticaj slabi, benjaminovski rečeno, gubi auru i demokratizuje se.

Pluralizam interpretacija se povezuje s idejom socijalnog pluralizma. Kao što primećuje Džejms Karan (Curran 2003: 117), činjenica da gledaoci medijske poruke tumače na različite načine staro je otkriće medijskih studija. Publici je pripisivana relativna autonomija i pre pola veka u prvim kritikama industrije kulture Horkhajmera i Adorna. No, veli Karan, ono što je suštinski bilo novo jeste postmoderni pluralizam u pozadini tvrdnje o aktivnom dekodiranju poruka. Povrh toga, iako je i sam optuživan za kulturni populizam, Dejvid Morli (Morley 1992: 32) takođe primećuje često mutiranje teze o aktivnoj publici u negiranje medijske manipulacije, kao da je interpretativni otpor zastupljeniji od reprodukcije hegemonije. Štaviše, procenjivanje publike možda odlazi tako daleko da se *popularna kultura koristi kao “politički surogat”*, svojevrsna semiotička demokratija koja će zameniti kontaminirano civilno društvo. “Suverenitet potrošača, vrbovan od strane kapitalizma kao veličanstveno sredstvo procenjivanja vrednosti, našao je odjeka i među tobožnjim protivnicima. Tamo gde tržište laska pojedincu, kulturne studije laskaju grupi. Ono što grupa želi, kupuje, zahteva jeste ipso facto glas naroda. Ponuda se splela sa potražnjom. Popularna kreativnost je pronašla svoje forme. Ljudi su već u procesu oslobođenja!” (Gitlin 1997: 32).

No, to se ne uklapa u ono što je Hol nazvao “*složenom strukturom dominacije*”. Kao i u slučaju zamišljanja zajednice i njene strukture osećaja kod Vilijamsa, tako i Holova teorija ne plasira niti popularizuje ideju o svemoćnoj publici. Poenta je, u stvari, da bez razumevanja aktivnosti publike ne možemo razumeti ni medijsku hegemoniju. “*Hegemonijski proces (se) reprodukuje i medijskim delovanjem i interpretativnim postupcima publike*” (Milivojević 2015: 51). Publika se nalazi u okviru složene strukture dominacije, koliko se ona dominaciji odupire ili je osnažuje zavisi od konkretnih okolnosti. Ako Vilijams primećuje apstrahovanje tehnologije od društva, onda takođe ne može da dozvoli publiku apstrahovanu od medija. *Artikulacija podrazumeva hegemoniju kao složeni proizvod više aktera*. U pozadini zdravorazumskih konstrukcija stoji sukob, i odlika kulturnih studija jeste *izučavanje simboličkog univerzuma uporedo sa analizom društvene moći* (Hol 2013: 106). To znači da normalnost ili zdrav razum nisu puka stanja, čak ni ono što pripisuju privilegovane grupe. To jest, kulturna

hegemonija se osvaja i brani, u društvu se uvek kopaju kulturni rovovi, značenja nisu objektivna ni trajna, nego društveno konstruisana (Milivojević 2001: 156).

I publika učestvuje u oblikovanju kulture. Samo Holovo (Hall 1980) pozicioniranje između dve paradigme, kulturalističke i strukturalističke, potvrđuje njegovu distancu od kulturnog populizma. Kao i Vilijams, Hol podržava iskustvo običnih ljudi, i ne želi da njihova delanja i interakcije budu redukovani na interesno orijentisane akcije ili neko služenje tehnologiji ili organizaciji (Ibid: 58). Kultura je svakodnevna, kreativna i obična, i treba se boriti da bude i demokratizovana. Artikulacija u svakom slučaju podrazumeva stvaranje veza između elemenata čije umrežavanje nije neophodno, suštinski se ne podrazumeva (Hall 1996a: 144). Odnosno, odbacuje se bilo kakav esencijalizam da neka klasa, stil, pogled na svet ili praksa neminovno proističu jedni iz drugih. Naprotiv, to je proizvod artikulacije. Hol (2013: 66) je čak i više od Vilijamsa naglasio moć ideologije, odnosno, *kategorija pomoću kojih bi se određena kultura klasifikovala u skladu s dominantnim interesima. U pitanju su "teme, koncepti i reprezentacije kroz koje muškarci i žene 'žive', u imaginarnoj relaciji... sa stvarnim životnim uslovima".* Time Hol smatra neophodnim kako proučavanje tih "*nesvesnih kategorija*", okvira unutar kojih se stvarnost razume i oko kojih se vode borbe, tako i razmatranje kako se ljudi suočavaju sa tih klasifikacijama, kako ih pojedinačne svesti "proživljavaju". U slučaju medija, pitanje je *kako se prepliću moć ideologije i aktivna publika*, kakva je dijalektika stvaranja naturalizovanog i zdravorazumskog. Kako, stoga, razumeti populističku vezu između neoliberala i radnika koji glasaju suprotno svojim ekonomskim interesima, već kroz jednu artikulaciju iliti kombinaciju ideje neslobode i kejnzijanskog državno-ekonomskog aranžmana, i obrnuto, slobode i tačerizma.

Hol uvek podseća da je "ideologija uvek kontradiktorna. Nema jedinstvene, integrisane 'vladajuće ideologije'... *Ideologija najbolje funkcioniše ušivanjem kontradiktornih argumenata i emocionalnih ulaganja*" (Hall 2011: 713). Sve prakse su delovi složene celine, one su koliko autonomne toliko i strukturno podređene (Hall 1977: 69). Na tim protivrečnostima gradi se jedno viđenje kulturalne medijalizacije koje bi moglo da se nađe u temelju Kastelsove teorije. Prvi primer bila bi selebriti kultura, koja je isprva gurana u prvi plan jer je doživljena kao depolitizovana. Šta rade i kako žive poznate ličnosti može da puni stupce novina ili televizijski program, a da posebno

ne ugrozi vladajuće interese. Umesto o društvenim pokretima i sindikatima, ratovima i krizama, govoriće se o glumcima ili pevačima. Čak i političari su tretirani kao poznate ličnosti, čiji životi nikad nisu privatni, što menja sam nastup političara, usled očekivanja publike. Fascinacija selebriti kulturom stvarno okupira pažnju, ljudi čak priželjkuju i sopstvenu popularnost, uprkos tome što postoji mala verovatnoća da postanu poznati. Slave se i stilovi života koji su maltene rekreativni, dokoličarski, neproduktivni i vezani za mobilnu tehnologiju. Putem medijskog praćenja poznatih ličnosti fokusira se i plasiranje roba i načina života, oko selebritija se koncentrišu i reklame i produkti.

No, to istovremeno gradi suviše strasna i nerealna očekivanja u vidu brzog bogaćenja i uspeha (Ibid: 723). Hol nažalost šire ne razmatra kakve posledice ova fikcija, što se više veruje u nju, u stvari može dugoročno da proizvede, primera radi, u pogledu kriterijuma kojima će se u budućnosti građani voditi u svojim društvenim i političkim pitanjima. U drugim radovima Hol (2013: 88) naglašava nelogičnosti ideološkog ustrojstva stvarnosti, i tendenciju da u kriznoj situaciji retorička formula pomoću koje se “mapira” stvarnost bude problematizovana (Ibid: 96), tako da u principu postoji mogućnost autonomnijeg razvoja selebriti kulture. I Nik Koldri (Couldry 2012) ga prati u potcrtavanju teškoća prognoziranja krajnjeg proizvoda ovog “oštećivanja socijalnog“, pogotovo što selebriti kultura svojim spektaklima u stvari ograničava teme o kojima ljudi mogu da misle i razgovaraju, pošto skandali zamenjuju ozbiljnije stvari. Hjarvard (Hjarvard 2013) podseća da usled toga političari mogu pasti i u nemilost, npr. tako što će ugroziti karijeru skandalom iz privatnog života, što bi značilo da selebriti kultura uzima svoj danak. No, javno rezonovanje možda može biti korigovano sve češćom pojavom da se popularne ličnosti uključuju u određene kampanje. Kao što su mesto marketinškog fokusa, oni takođe mogu pokrenuti i politička pitanja, pre svega u oblasti ljudskih prava ili zaštite životne sredine, ali ne treba zanemariti i da je Donald Tramp selebriti. Postoji sasvim realna opasnost da publika ne uzima za ozbiljno ono što selebritiji rade, da njihov ekološki aktivizam prepoznaju kao pomodartvo a ne kao uočavanje sa rizičnim društvom. Medijalizacija bi se, dakle, ogledala i u tome što selebriti kultura može, uprkos izvorno drugačijoj ulozi, da pokuša da e politizuje, iako konačan rezultat artikulacije može biti pomeranje publike u nepoželjnom pravcu.

I izveštavanje o kriminalu prošlo je kroz izvesnu artikulaciju. Grupa istraživača predvođena Holom (Hall et al 1978) krajem sedamdesetih godina je ukazala na percepciju zločina, tako što su politički akteri razvijali “moralnu paniku” u slučaju pojave razbojništva, preuveličavajući pretnju i opravdavajući policijsku brutalnost. Mediji su, zajedno sa popularnom kulturom, poslednjih decenija zasićeni prikazima kriminalne aktivnosti, i dugo je formirana *slika društva kao rizičnog*. U pitanju je zdravorazumska konstrukcija da opasnost maltene vreba iza ugla, u svakodnevnom životu. Društveni procesi se posmatraju kao prožeti emocijama i iracionalnim simbolima. Tako se *preko različitih “devijacija” upravlja društvom*, stereotipizujući neke društvene grupe, kako bi opravdali državni tretman tih manjina. Ovde Hol (2013: 51) ističe “nenameravanu posledicu” ovih pokušaja kontrole. S jedne strane, pojačavaju se ili dodavaju neke osobine tim grupama, a u slučaju nečeg nepoznatog koriste se stare asocijacije; pripremljena su scenarija koja metaforama i analogijama unapred “kadiraju” i “klasifikuju” događaje, i tako proizvode pristanak javnosti (Ibid: 62).

Ta medijska logika u stvari predstavlja niz “*performativnih pravila*” (Ibid: 20) koja *daju prednost određenom skupu značenja*, i smeštaju događaj u određeni semantički domen. U pitanju je dugoročna kultivacija, koja isprva emotivizuje društvene prilike u medijskim sadržajima, razvija podelu dobrih i loših momaka, a potom emotivizuje i politiku, koja počinje da se “mapira” po sličnim pravilima. Primera radi, prilikom Bušovih intervencija na Bliskom istoku protivnici su isprva nazivani kriminalcima i razbojnicima, pošto su frejmovi borbe protiv terorizma izrasli iz prethodnih okvira (Altheide 2007). U određenom trenutku i druga društvena, ekonomska ili politička pitanja počinju da se prikazuju u sličnim okvirima. To jest, zainteresovani akteri, koji priželjkuju uspeh u političkom ili društvenom životu, moraju da se prilagode pripremljenim frejmovima, koji najčešće manipulišu emocijama i predstavljaju nešto devijantnim. Čak i Obama, ili društveni pokreti moraju da proizvode strah kod građana, a tek onda i pozitivnije emocionalne sadržaje. Povrh svega, paradoksnost artikulacije se uvećava čuvenom provokacijom Donalda Trampa o “nepoštenoj Hilari” (Crooked Hillary), praktično posebnoj vrsti establišment razbojnika. Medijatzacija se, dakle, ogleda u naglašavanju senzacionalnijih sadržaja, skandala, čak i političari preuzimaju oblike iz industrije zabave, naglašavaju konflikt, nemir, ali nadu i radost.

Narativni frejmovi koji su prvobitno bili manipulacija vladajućih u vidu proizvodnje moralne panike sada su zadobili relativnu autonomiju.

Konačno, u kontekstu digitalnih tehnologija najviše dolazi do izražaja publika i njeno prevrednovanje frejmova, a ponovo se pokreću i pitanja istinskog dometa te aktivnosti. Kulturne studije poseduju čitav spektar mogućih delanja publike, od konformističkih i omasovljujućih, preko ciničnih i pregovaračkih, do čisto opozicionih ili refleksivnijih. Vilijams je ukazao na generalnu organizaciju društva i tehnologije u njoj, što očekujemo i kod Kastelsa. Takođe je utvrdio brojne opasnosti koje se mogu pojaviti prilikom stvaranja medijski posredovanih, imaginarnih zajednica, stalno se držeći strukture osećaja lokalnih zajednica, koje bi sprečile klizanje u svojevrsni hiperrealizam, ili totalnu medijsku hegemoniju. Koristi i štete medijskih tehnologija tako su skladnije opisane nego u radikalnim teorijama, poput Bodrijarove, i prikazuju ambivalentnost svih medijskih aktivnosti. Hol je pojmom dekodiranja i na semiotičkom nivou ukazao na raznovrsnost ljudskog iskustva i konfliktnost samog društva. Njegov “povratak potisnutih”, marginalnih i potlačenih u medijske studije, u korenu je Kastelsovog viđenja društvenih pokreta, i drugih aktera sukoba u umreženom društvu. Artikulacija je, mogli bi se reći, u tom smislu komplementarna mrežnom pristupu izučavanju medija.

3.7. Logika opštita: medium teorija

Kao rodonačelnike tehnološkog determinizma Rozalind Vilijams (Williams 1998) identifikuje enciklopediste i francuske državnike Žaka Tirgoa i Markiza de Kondorsea, koji su u tehnologiji videli sekularizaciju, gospodarenje prirodom i sam društveni progres. Reformom poreskog sistema jedne regije i izgradnjom mreže rečnih kanala i puteva, oni su omogućili lakši transport roba i ljudi, i pospešili delovanje slobodnog tržišta. Priča otkriva glavne dileme u vezi razvoja društva i privrede. Da li svesna ljudska odluka ovu tezu ne čini tehnodeterminističkom, ili je postojanje odluke irelevantno? Koliko je to bitno za razvoj tržišta i javnosti, i postoje li neplanirane posledice infrastrukture? U zavisnosti od odgovora možemo govoriti o tehnodeterminizmu ili nepostojanju istog, ali najčešće korišćena definicija ne bi obuhvatila gore opisanu tezu. Enciklopedisti su računali na preduzetnički duh koji će u

novooizgrađenim uslovima prosperirati; samim tim, saobraćajno-komunikaciona mreža možda je irelevantna za objašnjenje. *Strogi tehodeterminizam* bi, pak, podrazumevao da je mreža proizvela preduzetništvo i liberalne vrednosti koje ga prate. Naspram takvog redukcionizma stajala bi višedimenzionalna perspektiva, koja bi obuhvatila i ljudsko delovanje i infrastrukturu. Ovaj multifaktorski i stoga *meki, takozvani tehodeterminizam 2.0* (Lievrouw 2014: 27), pokušava da predstavi komunikacionu tehnologiju kao *artikulaciju praksi, samih aparata i društvenih aranžmana*.

U svakom slučaju, iako se zaključci izvode iz fizičkih karakteristika, ideja tehnologije ostaje antropološka. Nemoguće je zamisliti tehnologiju bez čoveka. Iako se smatra da se “ljudskost” vezuje isključivo za njeno instrumentalno korišćenje, kao oruđa, čak i kad tehnologija postaje akter njeno delovanje tiče se čoveka. *Ljudi kreiraju tehodeterminizam samim tim što grade društveni poredak pomoću tehnologije*. Tehnološki razvoj nosi teret posebnih interesa, predrasuda i uverenja, često sam dizajn tehnologije favorizuje određeni društveno-politički ishod, te kritičari traže drugačije aranžmane. Takođe, svesne namere tvoraca ne moraju biti ni poznate ni priznate od strane korisnika tehnologije. U tom smislu nema ni predestinacije upotrebe tehnologije, pa se i *u infrastrukturi ogleda konfliktna priroda društva*. No, tehodeterminizam nastoji da ne bude sasvim iscrpljen sociološkim objašnjenjima, već da razmotri tehnologiju kao zaseban, aktivni faktor. Hans Georg Gadamer (1996: 154) ima interesantnu ilustraciju ljudskog odnosa prema tehnologiji: “Automobilom je tehnika do zanosa uvećala osećanje slobode. Ali njemu isto tako odgovara i jasno odricanje od slobode. Čovek je zavisn, kako se po sebi razume, od funkcionisanja nove mašinske tehnike”. To jest, tehnologija niti je puka ekstenzija nekog znanja ili otelovljenje neke ljudske vrednosti već je “konstitutivna za naš odnos prema svetu” (Lenoir 1998: 6). Odnos društva i tehnologije percipiran je kao dvosmeran, gde i samo društvo može postati operativno okruženje, odnosno oruđe određenog tehnološkog sistema. *Kao što i društvo određuje svrhu tehnologije, tako i ona eksteriorizuje značenja i uzvraća zahtevom za stvaranjem i održavanjem posebnog socijalnog aranžmana*. “Istina je da u svetu u kojem ljudi stvaraju i održavaju veštačke sisteme, ništa nije ‘obavezno’ u apsolutnom smislu. Ali onda kada su neke stvari učinjene, kad su neki objekti poput nuklearnih elektrana sagrađeni i njihov rad započet, vrste rezonovanja kojima se

opravdava prilagođavanje društvenog života tehničkim zahtevima cvetaju spontano kao prolećno cveće” (Winner 1980:134).

Ipak, u kritičkim teorijama termin tehnologija retko ukazuje na neku posebnu mašineriju, već prvenstveno na mentalitet, ne na artefakte već na znanje, te su tehnički aspekti industrijalizma u stvari zaobiđeni ili objašnjeni kulturološki, kao dijalektika prosvetiteljstva, ‘tehnologija’ sopstva ili metanarativ progresu. Zaključci se ne izvode iz tehnike, nego iz normi efikasnosti i produktivnosti (Bimber 1998), samim tim ni preporučena rešenja nisu tehnološka. Kritičke teorije ne posmatraju industrijsko društvo kao efekat tehnologije, već kao posledicu instrumentalne racionalnosti i prakse, koji su tehnicima analogni. U studije medija promišljanje tehnologije ulazi putem termina “industrija kulture”, koji naglašava uticaj fabričkog instrumentalizma u humanističku sferu. Društvene nauke koncentrisale su se na svet neposrednog komuniciranja, istinske kulture, čisto ljudskog delovanja, gde je tehnologija tek oruđe, došljak koji je primoran da se prilagodi socijalnoj zajednici. Izvan toga stoji eksperimentalna, precizna nauka, i njeni zlokobni pokušaji da prodre u humanistiku. Možemo reći da se kritička teorija temelji na odbrani kulture od industrije, samim tim na razdvajanju sfera kulture, društvenosti i duhovnosti s jedne, i prirode i tehnologije s druge strane. Pritom je tehnologija prvenstveno razumevana kao umeće, ekspertska znanje i menadžerski mentalitet. Dakle, perspektiva je kulturalna ili politekomska, i nije zasnovana na *medijskom materijalizmu*.

U takvu konstelaciju, zasnovanu na čoveku, njegovoj proizvodnji i primanju sadržaja posredstvom neutralne tehnike, Maršal Mekluan upada nenajavljen. Sama činjenica da se medium teorija ne stidi tehnodeterminističkog pristupa bila je dovoljno problematična. To podrazumeva da se odnos medija i društva posmatra iz perspektive samog medija, makar to značilo zanemarivanje činjenice da različiti društveni konteksti proizvode različite posledice. Iako je Harold Inis imao u vidu delovanje političkih i ekonomskih aranžmana, kao što je i Mekluan razmatrao kulturnu matricu unutar koje opštito deluje, drugi rodonačelnik medium teorije bio je dovoljan skandal majstor da naglašava samo usredsređenost na medijsku tehnologiju. “Mediji kreiraju specifične sredine pomoću svojih materijalnih i tehnoloških karakteristika koje umnogome oblikuju delanja, odgovore i identitete njihovih korisnika” (Boczkowski i Siles 2014: 60). Za tehnodeterministe je neizostavna *analiza tehničkih karakteristika medija*, iz

čega izvlače i zaključke o njegovim društvenim posledicama. Tehnodeterminizam je najviše traga ostavio na teorijama informacionog društva, koje su fetišistički pridavale značaj specifičnim tehnološkim karakteristikama kojima se čovek i društvo prilagođavaju, uz hiperbolične zaključke o generalnom efektu tehnologije na društvo (Milivojević 2008b: 271).

Već sa Inisom počinju kontroverze oko medijskog determinizma i konfuznih argumenata, iz čega je sledilo razmatranje njihove logičke doslednosti. Ričard Kolins u Inisovim delima vidi niz fascinantnih činjenica, ali ne i krucijalnu kariku koja bi ih povezala u neki neophodni zaključak (Collins 1986: 14). Blondhajm (Blondheim 2004: 125) ističe Inisovo dokazivanje da oralna komunikacija nije efemerna (iako dobija takav oblik na televiziji), pošto može da prenosi tradicionalni sadržaj, odnosno iskustvo jednog naroda. Džejms Keri je isticao *interdisciplinarnost* Inisovog pristupa, koji je komuniciranje posmatrao kroz istoriju, ekonomiju, čak i geografiju (Carey 2009: 114), i podsećao da su mediji isprva služili carskim birokratijama i vojskama, onda religiji i umetnosti, a društvu tek na kraju (Ibid: 121). Artur Kroker je naglasio i kanadski aspekt, budući da je Inis posmatrao medijsko komuniciranje kao način kulturne okupacije njegove zemlje, što mu je dalo jednu kritičku notu, često zanemarenu u kritikama medium teorije, naime, percipiranja *tehnologije kao "gramatike kapitalizma"* (Kroker 1985: 119).

Džon Kin (Kin 1995b: 392) primećuje da su kod Inisa mediji razapeti između demokratskih trendova i pronalazaka drugačijih načina dominacije. Uvek će postojati određena društvena grupa koja će pomoću medija uvećati svoju moć i kontrolu nad nekom teritorijom, to jest, Inis (Innis 2008: 4) je *medije proučavao kao oblik uspostavljanja veze između znanja i sile*. Pritom je, kako drži Koker, Inis zabrinuto isticao uzdizanja različitih carstava i tražio načine da se manje nacije zaštite. U tom smislu njegova "dijalektika prosvetiteljstva" oličavala se u viđenju *društva kao poprišta sukoba grupa zainteresovanih da dominiraju u prostoru, s jedne strane, i grupa okrenutih dugovečnijim vrednostima* (Babe 2015: 35). Već tu je interesantno da konflikt crkve i države, ili neke autentične, marginalne zajednice i imperijalne vojske, Inis podvodi pod ideju tenzije prostora i vremena. Tražeći neke neutralnije termine, odnosno, izbegavajući da sopstvenu poziciju nazove konzervativnom ili nacionalnom, pa ni marksističkom, briga o vremenu obuhvata upravo ideje trajnosti običaja i

identiteta naspram nadiranja kapitalizma, fokusiranog na osvajanje prostora. Tako se Inis distancirao od navedenih intelektualnih struja, ali i otvorio terminološku problematiku koja je pratila i Mekluana.

Šta se uopšte podrazumeva pod prostorom i vremenom samo naizgled je jednostavno. Ne može se reći ni da akteri fokusirani na prostor ne brinu o vremenu, niti da nisu sposobni da poimaju vreme. U stvari, njihova briga je možda i snažnija. S jedne strane, brzina kojom žele da obavljaju poslove iziskuje da komunikacione tehnologije omoguće koordinaciju na većim distancama, samim tim i nejednakost sagovornika, to jest stratifikaciju koja bi garantovala još efikasnije obavljanje poslova (Carey 2009: 124). To je postalo posebno važno u Kastelsovom razmatranju globalizacije, te valja razmotriti da li je nastavio *inisovske sumnje u paralelan razvoj demokratije i komunikacija, kao i viđenje elektronike kao perfekcije utilitarizma, privatizacije i imperijalne politike* (Ibid: 131). Briga o vremenu ovde je hirurški precizna, što je važno za obavljanje birokratskih, vojnih ili privrednih intervencija. Ideja progresa takođe je vezana za prostorne medije i na njih oslonjene organizacije, koje osvajaju teritoriju upravo pod plaštom borbe za budućnost. No, Inis vreme vidi kao oblik pamćenja zajednice ili istorijskog iskustva uopšte. U ime progresa, fundamentalizmi i sujeverja su prognani, ali izgleda da je za Inisa tako ugrožen i opstanak samih vrednosti civilizacije (Babe 2015: 36).

Inis je strahovao od civilizacije koja nije izbalansirala koncepte prostora i vremena, kao što je to učinila Vizantija s upotrebom papirusa u birokratskim i ostalim prostorno usmerenim poslovima, i pergamenta za trajnije, pogotovo crkvene spise, što je omogućilo Vizantiji značajnu dugovečnost (Innis 2008: 64). Slučaj sa Kinom pokazuje i da određeni medijum ne determiniše na neki linearan način, budući da je papir doprineo ujedinjenju velike teritorije, a kinesko pismo obuhvatilo različite dijalekte, ali je komplikovanost pisma sprečavalo značajniju demokratizaciju komuniciranja. Indija je, pak, zbog deficita sa papirom osuđena na monopol oralne tradicije (Innis 1986: 136), što je ukazalo i na pitanje zastupljenosti određenog medija i tome shodnih posledica po društvo. Naspram Indije, Zapad je zasićen papirom do te mere da je korišćen i izvan birokratske sfere, što je omogućilo reformaciju koliko su to apsolutističke monarhije dozvoljavale. Za nas je posebno interesantna Inisova (Innis 2008: 51) opaska o Slovenima, koji su prišli vizantijskom hrišćanstvu, jer je ono u tom

trenutku dolazilo iz moćnijeg i bogatijeg carstva, koje je pritom dopuštalo bogoslužjenje na narodnom jeziku, čak i prilagodilo svoj alfabet specijalno za Slovene, dok su sa zapadne strane stajala slabija kraljevstva i snažno insistiranje na upotrebi latinskog. Ironija sudbine je, reklo bi se, bila takva da je mongolsko osvajanje Bagdada, centra proizvodnje papira, ugrozilo administraciju Vizantije, ionako pogođene konfliktom s Turcima i krstašima, pa se krajem trinaestog veka pojavljuje Italija kao novi trgovački centar i proizvođač papira, nakon čega se i sama Evropa par vekova kasnije takođe okrenula narodnim jezicima. No, prvobitni izbor odredio je i mnoge kasnije odluke pravoslavnih Slovena.

Inisova kanadska perspektiva, pored Slovena, obraća pažnju i na Grke, pošto je u sva tri slučaja prisutna ideja o određenom marginalnom narodu smeštenom na granicama nekog carstva, ali Inis vidi specifičan položaj Grka kao donekle srećniji. Naime, upravo njihova relativna udaljenost od tadašnjih imperijalnih centara na Bliskom istoku omogućila im je određeni slobodan razvoj, pošto ni Egipat ni Persija nisu bili zainteresovani za izgradnju svojih sistema puteva i komunikacija na evropski kontinent. Grci su uspeli da razviju kreativnu vezu sa tim civilizacijama, preuzimajući od njih alfabet i čineći ga fleksibilnijim u odnosu na oralnu kulturu (Innis 1986: 150), čime Inis stoji sasvim na liniji klasičnog intelektualnog slavljenja antičke Grčke. No, Inis je svestan i kasnije restrukturacije demokratskih polisa u makedonsko carstvo, i postepeno gubljenje ravnoteže prostora i vremena u korist prvog. Ovih par primera upravo pokazuju mnoštvo kontradiktornosti i prilagođavanja u Inisovoj istoriji komunikacija i carstava, više faktora koje uzima u obzir, kao i posebnu brigu za one ugrožene širenjem imperija. Čak i kod Kastelsa će se videti ono što je Džejms Keri registrovao u Inisovoj analizi *medijskog imperijalizma, koji proističe iz metropola koje pokušavaju da kontrolišu komuniciranje, nasuprot grupa koje se tome protive, oblikujući "neprestani proces decentralizacije i recentralizacije"* (Carey 2009: 116).

Kod Kastelsa će se takođe naći akteri koji se bore da civilizaciji obezbede trajnost, primera radi, u vidu ekološke održivosti ili iskorenjivanja nejednakosti, ali i iracionalnosti i duhovnog opadanja, koji su morili Inisa, zbog čega je umesto društveno-ekonomskog napretka video problematično i često regresivno postojanje civilizacija (Blondheim 2004: 135). Inisova "dijalektika prosvetiteljstva" oličava se i na kulturnom planu, u smislu da racionalno koncipirani mediji prilikom upotrebe proizvode

nerazumne iluzije (Babe 2015: 35). Štaviše, Džudit Stemps (Stamps 1995: 67) smatra da Inis stoji na tragu Adorna i Benjamina s tvrdnjom da mediji marginalizuju subjekte ili informacije, i stvaraju određene *monopole znanja*, koji se percipiraju kao zdravorazumski. Kod Inisa moderna kultura fokusirana je na sadašnjost, bez brige o trajnijim vrednostima (Innis 2008: 76), uz značajnu efemernost i trivijalnost (Ibid: 82), senzacionalizam koji je uvećavao cirkulaciju novina (Ibid: 160), kao i zastupljenost “masovne psihologije srednje klase” (Ibid: 79).

U pitanju je, dakle, potpuna nebriga o vremenu u jednom duhovnom, vrednosnom smislu, a neutralnost termina, kao što smo naglasili, donekle je pomutila i učenje njegovog sledbenika Maršala Mekluana, budući da je *ideja globalnog sela prvobitno koncipirana kao prostorno skupljanje Zemlje u Gutenbergovoj galaksiji* (GG: 250). To je potvrđeno i u *Poznavanju opština* (PO: 37), gde Mekluan ističe *globalno produženje tela, kao i ukidanje prostora i vremena u električnom dobu*. Ekstravagantne tvrdnje privukle su i kritike, a jedna od njih svakako jeste napad Džona Kina na pojam globalnog sela, kao da nije u pitanju *izvedenica iz Inisove dijalektike već ujedinjeno čovečanstvo u tribalnim okvirima* (Keane 2003: 171), što je suprotno i viđenju Mekluana od strane Deleza i Gatarija, koji ga vide i kao suparnika medijske ekumene (HR: 397). Implozija koju vidi Mekluan je daleko od optimističke, iako se u njegovom kontradiktornom pisanju mogu pronaći dokazi za bilo koju od dve tvrdnje. Ali to nije ni prvi put da se registruje određena Mekluanova neodlučnost, poput one o medijima kao produžecima ili procesorima ljudi (Gane 2005: 28), što nije samo plod njegovog ustezanja od konačne procene već i istinske protivrečnosti koja karakteriše globalnu kulturu i društvo. Pošto je pozitivna strana globalnog sela isuviše propagirana, reklo bi se da je tom viđenju potrebna korekcija, koju je moguće argumentovati.

Spomenimo nakratko vratolomije vezane za Mekluana. Stjuart Hol (Hall 1996a: 131), na primer, primećuje da je Mekluanova *Mehanička nevesta* bila kritika novih tehnologija i kulture, svojevrsan priručnik za odbranu od masovnih medija. Hol vidi izvesni preokret od Mekluana kao livisovskog kritičara, bliskih Inisovim bojaznima u vezi trivijalnosti masovne kulture, do slavljnika popularnog, što je na početku napadao. Hol vidi Mekluanovu evoluciju od konzervativca do kulturnog populiste. Ipak, drugi u poznog Mekluana primećuju povratak temama iz *Mehaničke neveste*, kada se Mekluan bavio kritikom oglašavanja, i ponovo tvrdio da su “velike korporacije naše nove

plemenske porodice” (prema Cavell 2014: 11), što je kritičnije viđenje globalnog sela. Da li je u pitanju Mekluanovo reagovanje na kritiku Rejmonda Vilijama li ne, tek Mekluan time naznačava neke početke sopstvene političke ekonomije medija. S treće strane, Gi Debor (2012) upravo to detektuje kao još jedno značajno preobraćanje, u smislu da se Mekluan kao prvi apologeta spektakla i “nauvjereni imbecil svog stoljeća” decenijama divio slobodama koje donosi globalno selo, zaboravljajući da u selima vladaju dosada, konformizam, nadzor i izolacija. Prema Diboru, “vulgarnost planete spektakla” Mekluan otkriva 1976. godine, tvrdnjom da pritisak masovnih medija vodi u iracionalno. Rečju, žitelji globalnog sela zovu se seljani.

Kontradiktorni momenti tu ne staju, pošto se u kasnijim Mekluanovim privatnim prepiskama otkrivaju još čudniji momenti, poput toga da on tvrdi da je elektronsko informaciono okruženje u stvari “faksimil mističnog tela, blatantna manifestacija Antihrista. Na kraju krajeva, Princ ovog sveta je veliki elektroinženjer” (prema Barbrook 2007: 75). To je čak i očekivana rimokatolička retorika, iako se ideja globalnog sela vezivala za dobroćudnu medijsku ekumenu, ovde izgleda da je *Mekluan u stvari suprotstavljen mekluanizmu*. Barbruk ih predstavlja odvojeno, pri čemu su neka velika imena, poput sociologa Danijela Bela i geopolitikologa Zbignjeva Bžežinskog, popularisala upravo jednu vrstu optimističnog Mekluana, koja možda nije sasvim adekvatna. Tako je u stvari *mekluanizam vodio ka nekritičkom slavljenju postindustrijskog i informacionog društva*. Praćenje teorijskih slaloma time čak i nije iscrpljeno, pošto postoji i svojevrsni neutralni Mekluan, kakvog opisuje Nil Postman (2000), kojem kanadski profesor u privatnom razgovoru sugerše vrednosno distanciranje od predmeta istraživanja, implicirajući da Mekluanovi pojmovi nastoje da nemaju pozitivne ili negativne konotacije, već su termini nepristrasnog posmatrača. I sam Mekluan (GG: 185) smatra poželjnim da se rastera “deo moralne magle što okružuje naše tehnologije”. Još jedan privatni Mekluan izvestio je Pola Levinsona (2001: 182) da ga nepravilno reprezentuje, nazivajući njega i Inisa medijskim deterministima.⁴

⁴ Time film Videodrome, Mekluanovog studenta Dejvida Kronenberga, čini tek šlag na torti ove kanadske legende. Prosto je Videodromom ustoličen paradoks o Mekluanu, budući da je prema njegovom, naizgled optimističkom učenju, snimljen jedan čudnovat horor film.

Mekluanova medijska odiseja očigledno nije dvosmislena tek u očima posmatrača, već itekako utisnuta u njegovo delo. Interesantno je to da se Mekluan smatra slavljениkom spektakla, kada istovremeno tvrdi da su električni mediji ugrozili prethodna otvorena društva i proizveli zatvorene tribalne zajednice (GG: 24), kao i da je novi svetski grad u društvenom pogledu statičan (PO: 77). Takođe, Mekluan je ukazivao na “nekritično oduševljavanje kosmičkom opnom” elektronike, to da je svet postao računar i da “Veliki brat ulazi u nas” (GG: 48), što je manje isticano nego privlačnije najave “revolucije oblika misli i društvene organizacije” (GG: 12). Mekluanova osnovna teza, da štampa deluje fragmentarno, centralistički i površinski, dok elektronika prodire u dubinu, jer je integralna i decentralizujuća, problematizuje se već u *Poznavanju opštita*. U poslednjem pasusu popularnog dela, Mekluan (PO: 432) tvrdi da “panika u vezi sa automatizacijom kao nečim što pretil jednoobraznošću u svetskim razmerama predstavlja projekciju u budućnost mehaničke standardizacije i specijalizma, koji sada pripadaju prošlosti”. Međutim, na početku *Poznavanja opštita*, Mekluan (PO: 42) govori da ga interesuju psihičke i društvene posledice tehnologije, to jest, kako ona uvećava ili ubrzava “postojeće procese”. Iako se može nazreti da se savremena globalizacija donekle udaljava od različitih standarda, kao i da je publika segmentirana, ipak se ne može reći da medij nosi toliko revolucionarnu poruku da učini kulturu štampe prevaziđenom, niti to Mekluan suštinski tvrdi.

Ovde možda postoji i nedovoljno razlikovanje kvalitativne i kvantitativne promene, te da je jedna evolucija standardizacije i specijalizacije u stvari ispravnija teza. Skeptičnost kritičara u vezi radikalnog raskida od početka je prisutna, i snažno isticanje antiteze između mehaničkog i električnog doba bilo je sumnjivo. Kenet Berk (1982: 95) to ilustruje primerom zamene mehaničkog točka električnim dinomom, pri čemu Mekluan propušta da uvidi da je i dinamo u stvari vrsta točka: “mašina za pretvaranje mehaničke u električnu energiju obrtanjem navoja bakarne žice u magnetnom polju”. Primer slikovito stavlja do znanja da točak teško da je potpuno eliminisan. Postoje i druge vrste nerazrešenih dilema, poput primedbe Slobodana Đorđevića (1982: 15) o protivrečnom odnosu vrućih i hladnih opštita, pogotovo prilikom prerade prethodećih medija, koju čini novi medij. Ako je sadržaj opštita drugo opštito, Đorđević se pita šta će se desiti sa sveopštom konvergencijom opštita u računaru, na šta je možda tek decenijama kasnije dobio odgovor u vidu medija kao reprocesora i palimpsesta, podloge

sa koje se briše prethodni tekst da bi bio napisan novi (Galloway 2012: 44), što otvara ne samo pitanje usložnjavanja odnosa medija i poruke već i interesa različitih društvenih grupa.

Upravo to da ništa ne ostaje u prošlosti, kao i da predstoji borba oko toga šta će medij da sadrži, prikazuje sasvim drugačije globalno selo, koje će karakterisati *sukob štampe i elektronike*, i nelagodnost čoveka smeštenog između te dve kulture (GG: 41-44). Štaviše, instalacija novih medija nije nimalo laka, i Mekluan je posmatra kao kolektivnu operaciju bez antiseptika, u kojoj je pacijent samo društvo, koje prvo mora biti anestetizirano zarad implantacije tehnologije u “dušu” (PO: 103), da bi nakon tog “siledžijskog udarca” (PO: 106) preostalo da se nadamo da neće doći do “zaraze čitavog sistema” (PO: 105). Možda u ovim redovima progovara kritičar masovne kulture, kojeg su Hol, Debord i ostali registrovali u određenim periodima, no on je već bio tu u *Poznavanju opština*. I *Gutenbergova galaksija* podseća na Inisovu dijalektiku, čak i Habermasov politički obračun, jer Mekluan ne pribegava apologiji kulture štampe, te razmatra kako trgovački duh, koji štampa omogućava vođenjem dokumentacije, računovodstvom i upakovanim informacijama, tako i duh pobune tipografskog čoveka “bez gospodara, bez uzora” (GG: 225), protiv tradicije i društvenih poroka. Ova protivrečna priroda individualizma, kalkulativna i kritičarska, dopunjena je i nacionalnom svešću, odnosno, homogenizacijom građana, koja je dobila podršku širenjem medija knjige na narodnim jezicima.

Sve su to elementi i globalne kulture koju je Mekluan najavljavao, i što ga svrstava u red onih koji bi i internet videli kao medij koji “jaše na mazgi”, to jest, sledi poznate puteve, kao što su telegrafске žice pratile železničke šine (Džouns 2001: 19). Naspram radikalnog novatorstva, može se reći da je Mekluan bliži ideji dinamičnih i kontradiktornih kontinuiteta, tako da se kulturne eksplozije uvek suočavaju sa “mehanizmima stabilizacije” (Lotman 2004: 17), niti bi Mekluan naivno tvrdio da je moguće reprogramirati ljude toliko da se poremete milioni godina evolucije (Havelok 1991: 133). Stoga je i jasno prilaženje ideji *medijske ekologije*, kako bi se posmatrao kompleksan i uzajaman razvoj medija i društva, svojevrsno životno okruženje, odnosno ekosistem (Postman 2005). Medijska sredina u stvari je simbolički sistem, i to je u skladu sa Mekluanovom odlukom da “razmatra ne samo ‘sadržinu’ nego i opština i kulturnu matricu u okviru koje deluje posebno opština” (PO: 45), pri čemu “opština

uobličuju društveni razvoj u istoj meri u kojoj to čine i sredstva za proizvodnju” (PO: 88). Ekološki pristup, dakle, razvija koncept polja u kojem deluje više faktora, odnosno, mediji, ljudi i kultura stvaraju određenu sredinu, koja može poprimiti različite oblike. Okruženja, dakle, „nisu pasivna pakovanja već aktivni procesi” (Milivojević 2015: 56).

Tako je Mekluan pokazao kako kulturna matrica saraduje sa *medijem*, koji je poruka samo u “operativnom i praktičnom smislu” (PO: 41). S jedne strane, u Engleza, kod kojih je moć usmene tradicije značajnija, prodor kulture štampe je amortizovan srednjevekovnim institucijama, koje su u Francuskoj urušene, i gde je tipografija lakše nametnula svoja načela (PO: 49). Televiziju će, stoga, Evropljani doživeti kao vizuelni medij, dok će već likovno usmereni Amerikanci u njoj videti nešto audilno i taktilno (PO: 83). Slično Mekluan razmišlja i u slučaju delovanja hladnoratovskih tajnih službi, pošto je za Amerikance prisluškiivanje sasvim neprirodno, jer je kultura štampe u SAD razvila kulturnu predrasudu koja radije špijunira vizuelnim metodama, poput fotografija ili dokumenata (PO: 72). Rusi i Amerikanci, usled svojih ideoloških razlika, u slučaju medija isticaće američku slobodu izražavanja ili sovjetsku jednakost pristupa sredstvima izražavanja, pri čemu Mekluan (GG: 36) zanimljivo primećuje da je globalno selo obnovilo problematiku dostupnosti, nudeći rešenje da se žitelji koriste masovnim medijima na privatan način. Na ovoj benjaminovskoj temi i Kastels gradi svoj stav o novim, prilagođenim medijskim kolibama. Mediji postaju svima dostupni, štaviše, svi su neka vrsta aktivne publike, ali iz toga je isključen sam *ideološki problem dostupnosti*, onako kako bi ga Sovjeti razumeli. Iako Mekluan dodatno ne razrađuje ove tvrdnje, one ipak pokazuju da mediji u različitim kontekstima proizvode različite sredine, i da se u ekološkom pristupu mnoštvo faktora može uzeti u obzir.

No, neretko su Meklanove tvrdnje neizgrađene i bez detaljnijih dokaza, pritom iskuviše lepršave i nejasne da bi se dao konačan sud. Tako Režis Debre vidi podjednako sofistu koji postulira magijsko-religijske veze između medija i poruke, kao i pronicljivog simplifikatora koji ne mora da bude nerazuman: “Ono čak može voditi ka istinskoj složenosti” (Debre 2000: 47-49). I sam Mekluan kao da se šali, pojavljujući se u filmu Vudija Alena *Annie Hall* i izgovarajući famoznu rečenicu: “Mislite da je čitav moj promašaj pogrešan?” Njegova „loša i ispravna ideja” uticala je kako na Manuela Kastelsa, tako i na Fridriha Kitlera, najistaknutijeg u savremenoj medium teoriji. On stoji i kao značajan korektiv nekim veselijim viđenjima medija, čemu je Mekluan

doprineo kao pop-kulturni lik. Štaviše, nomen est omen, Fridrih Adolf Kitler po nekim navodima (Winthrop-Young 2012) proizvod je konzervativnog pokušaja da preko poststrukturalizma, koji je u Francuskoj slobodno razrađivao Hajdegera, vrati kontroverznog filozofa natrag u Nemačku, i teorijski napadne vladajuću kritičku teoriju. S druge strane, ne krije se ni učešće Herberta Markuzea u institucionalnim pretečama CIA-e, koje su učestvovala u formiranju SDP Nemačke (Kellner 2004). Situacija se dodatno komplikuje činjenicom da se poststrukturalizam pokazao kao neprilagodljiv nemačkom konzervativizmu, zbog čega Kitler ismejava i hermenutiku.

Ono što je Kitler učvrstio u medium teoriji jeste *pitanje moći i kontrole*, tako da *medijski ekosistem u stvari posmatra kao kibernetičku hegemoniju*. Budući da je Kastelsov pristup smešten između sociokulturalnog i organizacionog pristupa mreži (Petrović 2006: 163), Kitlerovo radikalno izjednačavanje društva s informacionim sistemom, to jest, zanemarivanje toga šta sami ljudi rade s medijima (Geisler 1999), može biti korisna komparacija s Kastelsovim humanizmom. Kitler čak i prethodne periode, kada nisu postojali računari, posmatra kroz određeni algoritam, oličen u programskoj komandi ako-onda (if-then), što znači da *algoritam karakterišu logika i kontrola* (Kittler 1999: 259). Antihumanistička perspektiva dopunjena je poststrukturalističkim viđenjem tela, a ne svesnih ljudi, tako da Kitlera zanima samo kako je biološka materija kulturno opremljena (Wellbery 1990: xxix). Kitlera interesuje *neljudska administracija kulture* (Winthrop-Young i Wutz 1999: xxiv), bez bavljenja slobodnim voljama. *Kultura, kao skup ideja i vrednosti, u stvari je efekat moći*, to jest, efekat umreženih političkih, militarističkih, ekonomskih i medijskih moći (Bickenbach 2011: 40). Pritom, mediji dobijaju ekstravagantno mesto: “prvo, materijalnost komuniciranja determiniše književne tekstove; potom, mreže za obradu podataka determinišu čitave epohe, to jest, diskursne mreže; konačno, evolucija tehnologije oblikuje, koristi i onda odbacuje čoveka” (Winthrop-Young 2011: 17).

Epoha, odnosno diskursna mreža, što je engleski prevod ispisivačkog sistema (aufschreibesysteme), zamišljena je kao “*mreža tehnologija i institucija koja omogućava određenoj kulturi da selektira, arhivira i procesira sve značajne podatke*” (Kittler 1990: 369). Kitler želi da analizira jednu kulturu matematički kao Klod Šenon, kao nešto što ima izvor, pošiljaoca, kanal i primaoca, bez razmatranja ljudskih istina, koncentrišući se samo na spoljašnjost, na pravila i tehničke standarde (Winthrop-Young

2006). Sistem u načelu funkcioniše bez ljudi i ne interesuje ga ni značenje poruke, što kulminira u digitalnom standardu (Siegert 1999: 110), a što Kitler primenjuje i retrospektivno. *Mreža tehnologija i institucija odrediće šta će se u nekom periodu uopšte smatrati podacima* (Kramer 2006: 98), to jest, postoje izvesne “*tehničke restrikcije diskursa*” (Siegert 1998: 81), i znanje mora da se prilagodi mogućnostima medija. Pored ove zasigurno izvrnute antihumanističke vizije, Kitlerove tvrdnje često prate mizoginija i nacionalizam, prema čemu malo ko može da bude ravnodušan, ali ovaj “sistematski polu-mislilac” (Peters 2015) upravo je najsnažniji kad govori o umrežavanju, i ako se na to obrati pažnja mogu se pronaći značajni uvidi.

Kitler umrežavanje posmatra samo kroz proizvodnju, distribuciju, konzumiranje i kontrolu diskursa, tako da se ranije razmatrala i mogućnost simbioze njegovog rada sa sistemskom teorijom Niklasa Lumana (Winthrop-Young 2000), ali bez većeg uspeha. Ipak, to nam dodatno približava Kitlerovo preplitanje ljudi i nehumanog, odnosno razmatranje medija kao objekata u kojima se ništa posebno ne događa, ali koji određuju cirkulaciju diskursa više nego prosvetlene ljudske svesti (Siegert 2015). Kitler opisuje dve diskursne mreže, koje bezlično naziva 1800 i 1900, i najavljuje treći, digitalni ispisivački sistem, koji je svojevrsna kompjuterska sinteza prethodnih mreža. U slučaju sistema 1800, proizvodnja diskursa smeštena je u nuklearnu familiju, u skladu sa poststrukturalističkim učenjem. Novonastala nacija, iz razumljivih političkih i ekonomskih razloga, želi da pokrene masovni obrazovni sistem, ali usled neljudskosti istog pokušava da ga naturalizuje tako što će dete naučiti da govori i piše unutar topline svog doma. Time reči ne bi bile proizvoljne, kao kod Sosira, nego bi imale “prirodni” izvor, uzvike, slogove ili tepanje, a posredstvom slabijeg pola taj jezik “prirode” neprimetno postaje jezik kulture (Kittler 1990: 40).

Ciničnost ovakve perspektive je jasna, ali ovde Kitler u stvari prati Žaka Deridu, i pokušava empirijski, preko tadašnjih teorija vaspitanja, da pokaže nametnutu hijerarhiju označitelja i označenoga. Mediji i moć su od samog početka povezani (Ibid: 166). Glas je proglašen primarnim jednom društveno-političkom naredbom, ali za Kitlera to je samo “mašina” koja legitimiše pedagoški diskurs i njegov prelazak iz porodice u birokratiju (Ibid: 55). Tako se i sama država kao obrazovna institucija predstavlja prirodnom, i sjedinjuje s kulturom (Ibid: 63), a obavezno školovanje je opravdano. Muškarci opravdavaju i svoje uloge pesnika i birokrata, dok su žene

zadržane u okvirima patrijarhata, kao “prirodni” učitelj. Književnost dalje poprima oblike ili ljubavne poezije ili bildunga, a *filozofija funkcioniše kao kontrolni mehanizam* koji izdvaja značajna dela od nekvalitetne beletristike, “čisti” diskurse od niske kulture i nudi “ispravnu” interpretaciju, to jest, funkcioniše kao *RAM memorija stamparske prese* (Ibid: 161). Ovo je u stvari kratak i uprošćen Kitlerov prikaz formiranja nacionalne države kroz jedini dostupni medij štampe, čime se Mekluanova medijska ekologija razrađuje na specifičan način. Nacionalna država ne samo da je medijski proizvedena, nego u diskursnoj mreži 1800 Kitler porodicu, kulturu i filozofiju tretira kao puke medijske mašine.

Dakle, iako je ovo napad na kritičku teoriju, jer obesmišljava i koncept javne sfere i visoke kulture, Kitler je u stvari radikalniji od Frankfurtovacu u lociranju instrumentalnog uma na do tada neverovatnim mestima, i nudi sasvim drugačiju istoriju kulture. Štaviše, ovakva nacionalna država, shvaćena kao kibernetički sistem, ipak je ranjiva, budući da, uprkos svim naporima, ne uspeva da pročisti cirkulaciju diskursa, što je u kitlerovskoj terminologiji najava masovne kulture. Štaviše, novi tehnički mediji ne zahtevaju nikakvo kultivisanje, kakvo je zahtevala štampa sa pisanjem i čitanjem, s rigoroznim ispravljanjem gramatike (Ibid: 192). *Sa tehničkim medijima počinje “epoha besmisla”* (Kittler 1999: 86). U pitanju su, naravno, fonograf i film, koji prosto hvataju realnost bez naročite selekcije. Čak i ljudsko uho ignoriše određenu buku i fokusira se na važnije zvuke, dok fonograf u stvari snima sve. To je u potpunoj suprotnosti sa štampom, koja je sasvim simbolički medij. Iako i ona proizvodi nisku kulturu, sada s tehničkom reprodukcijom glupost može da traje beskonačno (Kittler 1997: 53). To je i značajan šok za pristalice visoke kulture, i Kitler iz ove tehnološke perspektive registruje bukvalno ono što bi medij štampe smatrao otpadom, stvarnost onakvu kakva jeste (Kittler 1990: 216). Umesto idealnog prirodnog izvora nastupa *masa kao proizvoljni generator diskursa, a mediji su samo nosači koji ograđuju taj besmisleni prostor mase* (Ibid: 212). Čak i intelektualci na snimcima deluju tupavo, jer fonograf i film prikazuju ono što je bilo nepristupačno na hartiji (Kittler 1999: 86).

No, to je i gerilski rat protiv disciplinske moći prethodne mreže (Kittler 1990: 240). Ljudi koji govore brže nego što misle opozicija su i državi i školi. Novi mediji naglašavaju greške u komuniciranju, mucanje, govorne mane, neartikulisane zvuke, na filmu halucinacije i fantazmagorije. Benjaminov nestanak aure ovde je radikalizovan,

imamo smrt autora, nestanak kulturnih normi, rehabilitaciju lokalnih dijalekata, haotičnu buku i slobodne jezičke igre (Ibid: 237). Rečju, novi mediji su bukvalno inkluzivni. Pored toga što nosačima zvuka više odgovara ženski glas, pronalazak pisaćeg stroja stvara još jednu profesiju, te žene ulaze u svet rada kao telefonske operaterke, spikerke ili sekretarice, koje bolje barataju tim “diskurzivnim mitraljezom” od muškaraca, procesuiraju tekst brže, i čak aktivno učestvuju u pisanju (Kittler 1999: 194). No, još jednom nastupa patrijarhalno rešenje, zakonskim regulisanjem da udate žene ne mogu raditi birokratske poslove (Ibid: 195). Drugi kontrolni mehanizam diskursne mreže 1900 je psihoanaliza, koja čisti diskurse upravo tako što govorne greške i besmisleni buku novih medija tretira kao derivat nesvesnog ili znak hysterije, nešto što treba klinički lečiti (Kittler 1990: 287). Prema Kitleru (Ibid: 312), kultura se u dvadesetom veku nadovezuje na psihoanalizu, koja počiva na sadržaju novih medija. Jedna od glavnih tema postaje ludilo, a kultura njegov simulakrum. No, ovde nema prostora za detaljnije opisivanje Kitlerovog viđenja medijske kulture kao simulacije koja za glavni referent ima abnormalnost, što je zanimljivo viđenje popularnog domena, možda čak i blisko kritičkoj teoriji.

Diskursna mreža 2000, koja nastupa s pojavom računara, jeste sinteza dve prethodne mreže, ali Kitler ne nudi neki konačan opis, pošto je reč o sistemu koji je tek u povoju, mada je kompjuter sinteza pisaće mašine i audiovizuelnih medija, to jest sinteza svih mogućih načina medijskog izražavanja. Pored toga, digitalno je u stvari veoma struktorno, apstraktno i sinhroničko (Galloway 2012: 2), i nešto što nemilosrdno izvršava naručenu komandu, kao mašinizovana ideologija (Ibid: 69). *Pod nulama i jedinica stapaju se zvukovi, slike i slova, te proizvodnja značenje više nije nezavisna od tehnološkog razvoja, štaviše, kultura, priroda i tehnologija su ponovo ujedinjeni* (Kittler 2006a: 46) u neko mistično pitagorejsko jedinstvo bića i cifre (Kittler 2006b: 57). *U “dobi inženjera” programi su ti koji enkodiraju realno* (Kittler 1990: 327). *Oni se nalaze između sistema jednačina i naše čulne percepcije, samim tim, stvarnost audiovizuelnih medija prevedena je u simbole* (Kittler 2010: 228), *ali na znatno višem nivou nego u doba štampe, kada su simboli književnika ukazivali na slike i zvukove, ali nisu mogli da ih proizvedu.*

Pritom se ne obraća pažnja na to šta internet stvarno jeste, pošto ga definišu kao sredstvo povezivanja ljudi, iako je u kitlerovskoj perspektivi reč samo o povezanim

računarima (Armitage 2006: 35). Nova tehnologija se pojavljuje da bi umrežila izdvojene medijske sisteme i njihove do tada zatvorene mreže (Kittler 1998: 70). Ovo je ključno u sintezi prethodnih ispisivačkih sistema, no, Kittler se ne upušta u prognoziranje kako bi to moglo da izgleda u budućnosti. On podseća da je ovo objedinjavanje slova, zvukova i cifara postojalo i u antičkoj Grčkoj, ali isto tako ističe postepenu *degradaciju moći kulture u kontekstu digitalnih tehnologija* (Virilio, Kittler i Armitage 1999). Ljudska buka je u stvari sasvim isterana iz hardvera, zahvaljujući *zaštićenom režimu rada (protected mode)*, što je novi kontrolni mehanizam. Ljudima je poklonjena samo iluzija učešća putem softverskih aplikacija (Kittler 1997: 156), koje u računaru gotovo ništa suštinski ne rade. Zaštićeni režimi su prethodno onemogućavali dvosmernu radio komunikaciju, ili mogućnost snimanja na gramofonu, iako su obe stvari bile tehnički moguće početkom dvadesetog veka. Masovni mediji su se radijom bez predajnika i gramofonom bez mikrofona na neki način branili od masovne kulture. Tako je i *hardver* (u koji uračunava i programski jezik), kao “*jezik gornjih ešalona*” (Kittler 1990: 250), umnogome zatvoren za ljudske upade, i pod značajnom kontrolom, a baš tu se odvija kalkulacija i manipulacija stvarnošću.

No, kakve su konačne posledice toga nije dovoljno pojašnjeno. “Kontrola na medijima zavisi i od vrste medija i od društvenog konteksta u kome funkcionišu” (Milivojević 2008b: 274) Ono sa čim vredi završiti izlaganje o medium teoriji je vrlo zanimljiv Kitlerov nalaz o “*buribunkologiji*” Karla Šmita, kontroveznog političkog mislioca iz nacističkog perioda, koji zasigurno među prvima najavljuje fenomene poput Facebook-a i prozumeru, kao i njihovu funkciju među umreženim računarima. Naime, u pitanju je tehničko omogućavanje da svako ispiše sebe samoga, da svako bude “pisac svetske istorije” (Kittler 1999: 241). Svi ljudi će se dobrovoljno registrovati, i pisati *dnevnik svojih “drugih života”*, kako bi apsolutno sve postalo dostupno onome koga takvi podaci interesuju. Potom će digitalizacija sistematski organizovati sve podatke, kalkulirati, mobilizovati, skladištiti i prenositi. Svi analogni mediji i ljudske volje biće stavljeni pod totalnu kontrolu. Algoritam će obrađivati podatke precizno i brzo. Kompjuteri će sagledati kaos (Ibid: 260). To ne znači da je doba masa prošlo, štaviše, Kittler (Kittler 2012) pred kraj života predviđa, na tragu Deleza, sukob razvijenih državnih sistema sa kompjuterski obrazovanim bliskoistočnim nomadima. Fundamentalisti i migranti su podjednako deo nove diskursne mreže kao i levičari koji

hoće da je reformišu, bez konačnog rešenja kako će ih vladajući podvesti pod kontrolu. Svi oni se upisuju u digitalnu istoriju premrežene planete.

3.8. Predlog kritičkog modela medijalizacije

Kao što je istaknuto, da bismo kritički razmotrili simboličku, socijalnu i tehnološku logiku medija, neophodno je uvažiti ideju konfliktne prirode društva, i na osnovu modela sukoba, uvažavajući kategorije moći i dominacije, pa i emancipacije i otpora, rekonstruisati medijsku logiku. Simbolička moć medijske institucije mora biti sagledana iz kritičke perspektive, koja barata kategorijama poput industrije kulture, hiperrealnosti, hegemonije, spektakla i ideologije. Tehnološka promena rekonfiguriše proizvodnju i distribuciju sadržaja, a pritom umesto gotovih narativnih obrazaca stvara amaterske, često i trivijalnije priloge. Komercijalizam svakako podupire kompletno funkcionisanje medija. Na svakom nivou delovanja medija postoji dijalektika dominacije i otpora, vrednog i efemernog, emancipacije i otuđenja. Masovni mediji ne mogu u startu biti porobljavajući, niti digitalna tehnologija oslobađajuća, no kritički pristup, više nego dominantna paradigma, treba uvideti problematične strane i kompleksnost medijskih i komunikacionih promena i obostranih odnosa sa sociokulturnom sferom.

Istraživači medijalizacije već su istakli ulogu medija u definisanju stvarnosti, ali ta "projekcija", izuzev Koldrija (Couldry 2014), retko je posmatrana kao masovna kultura, estetsko osiromašenje ili forma kontrole. Koncepti poput industrije kulture omogućavaju kritičkim teoretičarima da naglase takozvanu "prevaru masa" standardizovanim sadržajem i klišeima, razvijanjem patetike, strahova ili odvratnosti prema određenim fenomenima, kao i konstrukcijom jednodimenzionalne misli i ponašanja. Za kritičke teoretičare upravo mediji naturalizuju postvarene oblike ponašanja i udaljavaju ljude od istinskih potreba. To čine kako *infiltracijom instrumentalnog uma* u svet života, tako i konstrukcijom *emocionalne ideologije*, tako da prenaplašenim osećajima prekriju okrutnije strukture društva. Takođe, mediji stvaraju iluziju transparentnosti, tako da *kultura samo reprodukuje nepravedno i neegalitarno društvo a da ga ne dovodi u pitanje*. Masovna kultura cilja na svojevrsnu "srećnu svest", dok ono što kritički teoretičari nazivaju *tamnom književnošću*, koja ističe

veze nedela i građanstva, prosvetiteljstva i dominacije, ostaje izvan prvobitno zamišljene industrije kulture. To je tako pre svega jer tamna književnost, iako nije emancipatorska “antiteza društvu” (Adorno 1979a: 36), svakako je nepoželjna zbog prikaza društvenog delanja kao okrutnosti prema slabijim društvenim grupama i ničeanskog odbacivanja samilosti (HA: 105, 124), uz veličanje sadizma i prestupa natčoveka. Doduše, Horkhajmer i Adorno prepoznaju potrebu industrije kulture da uvede *ideološku heterodoksiju* kako bi privukla potrošače, i u tom pokušaju *neutralizacije nepoželjnih značenja* krije se jedan kritički aspekt medijizacije. Razvojem svojevrstne industrije tamne kulture možda se otvara vrlo opasno poglavlje u razvoju popularnog, ili stvara “antidot za sopstvenu laž” (Adorno 2001: 181), jer *kooptacija represivnog sistema i oslobođenja* ne mora uvek da završi u korist prvog.

I poststrukturalisti ističu tendenciju ka preteranom umnožavanju medijskih reprezentacija. S jedne strane, to je Bodrijarovo (1991) isticanje dominacije medija, koji gotovo uklanjaju stvarni svet. Jedan *kod, koji komunikaciju svodi na kategorije pošiljaoca i primaoca poruke, reguliše društvo imitiranjem tako osiromašenog komuniciranja*. Imamo fenomene koji su potpuno medijski proizvedeni, poput javnog mnjenja, koje je za Bodrijara montažirana manipulacija, nešto fantastično, a ne realno. Odnosno, mediji svojim *simulacijama sociokulturnih delanja*, upravo “projekcijama”, oblikuju našu percepciju, tako da se i upravljamo prema nerealnim prezentacijama. *Simulacija je proizvodnja nadstvarnog*, nečega što nema utemeljenja već je po Bodrijaru svojevrstan *paralelni, virtualni svet*. Hiperrealnost pokušava da bude istinitija od stvarnosti, i uprkos prenapetosti ove teze ona je generalna pretpostavka bilo koje tvrdnje o medijima kao izvorima definisanja stvarnosti. S druge strane, Žil Delez takođe spominje kontrolu ljudskih potreba i želja, disciplinovanje i kanalisanje energija ka poželjnim oblicima ponašanja. No, naspram, te medijske “narkotizacije i robotizacije” (Best & Kellner 1991: 105), Delez postavlja divlje odbacivanje imperativa kapitalizma. To predstavlja veličanjem neproizvodnih, donekle dokoličarskih stilova života ili uznemiravanjem postojećih društvenih institucija. Umesto hepi enda, romantičnih komedija i stereotipizujuće komunikacije, kojima se nameću građanske obaveze i publika drži u stanju nepunoletstva, Delez propagira verovatno podjednako infantilnu, nekontrolisanu pobunu protiv sveopšte uniformizacije. To svakako dolazi u blisku vezu s idejom industrije tamne kulture, gde su uklanjanje inhibicija, nasilje i bestijalnost

ujedno i otkrivanje istine o dominaciji u građanskim društvima, kako to tvrde Horkhajmer i Adorno u *Dijalektici prosvetiteljstva* (HA: 124), ali i moguća putanja destruktivnog kulturnog razvoja, sa sve skandaloznijim sadržajima.

Ipak, Žak Derida relaksira ove perspektivu, ukazujući na “*demokratizaciju*” (Derrida & Stiegler 2002: 71) medijski posredovanog sadržaja, budući da stalno dolazi do proliferacije značenja, odnosno, oslobađanja poruke od pošiljaoca. To ne znači da će doći do neke revolucije u kulturnoj proizvodnji, ali ipak *relativizuje moć spektakla i hiperrealnosti*. U suštini, za Deridu čovek i ne može da živi izvan masovne kulture, nema neko duhovno uporište pomoću kojeg može da se distancira. Štaviše, paradoks se sastoji u tome da zatvaranje pred niskokvalitetnim sadržajem može završiti u industriji uprosečene kulture, te da *tržište, demokratija i medijski spektakl moraju da kohabitiraju*. To je ujedno i postmoderno stanje, gde su alijenacija i medijske manipulacije sastavni deo života, čak i DNK društva. Za Deridu mediji će nastaviti rasipanje svih svetonazora i narativa. Spektakl i senzacije, stoga, neće otići nikuda, niti obavezno moraju da proizvedu samo socijalnu patologiju. Ali kritička teorija još manje može da tvrdi da je tu sve u apsolutnom redu.

No, simbolička logika nameće određeni format, i stoji pretpostavka da mediji preuzimaju ulogu *naratora*, koji proizvodi *modele poželjnog ili nepoželjnog ponašanja*, junake i neprijatelje, određuju šta je vredno, pravedno i legitimno, šta se smatra uspehom. Liotarovi metanarativi, iako uzdrmani, i dalje definišu šta je glavni sukob u društvu, ko je marginalizovan ili ko treba da bude oslobođen, i u zavisnosti od odgovora na ova pitanja možemo govoriti o emancipatorskim ili hegemonskim narativima, kao i o informatici kao razaraču narativa. Kritička teorija, dakle, mora da i dalje postavlja pitanje ko znanje stvara, prenosi, kontroliše, kako i sa kojim posledicama. Za Liotara mogući rezultati su uzdrmani kolektivni identiteti i njihovo zajedničko pamćenje, čak „beda uma” i „novo varvarstvo” (Lyotard 1992: 63). Mediji su za Liotara tako zamišljeni da su ujedno primorani da dozvole input ljudi kako bi svojim sitnim sadržajima i delanjima pomogli sistemu u borbi protiv entropije, da bi potom tu sinergiju jezičkih igara neutralizovali i dehumanizovali, kako bi postala kompatibilna sa imperativima sistema.

Kulturne studije se u pogledu narativnih frejmova posebno ističu. Uvek postoje privilegovana značenja i načini klasifikacije elemenata i aktera u određenom društvu.

Za Rejmonda Viliijamsa *masmedijska kultura je ukalupljivanje budućnosti* u lažne političke opozicije i proizvode koji prvenstveno izazivaju zadovoljstvo, deradikalizujući sukob kapitala i rada. Viliijams vidi i jedan specifični medijski rezultat konflikta, naime, *mobilnu privatizaciju*, odnosno povlačenje radnog stanovništva u svoje domove, čime je istovremeno postignuta i privatizovana recepcija sadržaja u okviru nuklearne porodice i koncentracija političke i ekonomske moći. Ideologija u stvari proizvodi *imaginarni odnos ljudi sa stvarnim životom*, tako da izvesne zdravorazumske konstrukcije prikrivaju konflikte i eksploatacije. Najčešće se vrednuju depolitizovani sadržaji, poput selebriti kulture, skandala ili kriminala, iako tu mogu da se pojave i ideološke kontradiktornosti. No, ipak postoje određena *performativna pravila* (Hol 2013: 20), asocijacije ili metafore koje *klasifikuju događaj*. Uvek se nađe neki “analogijski kadar” koji služi da objasni nepoznato pomoću proverenih kategorija, i tako manipulacijom pribavi pristanak javnosti. Kulturne studije su pokazale i funkciju medijske konstrukcije devijacija i moralne panike, kako bi se opravdalo nametanje dominantnog interesa.

Harold Inis vidi, uz efemernost, trivijalnost i senzacionalizam medijske proizvodnje, i jednu dominaciju psihologije srednje klase (Innis 2008: 79), koja se smatra najisplativijom publikom, i koja ocrta okvire “monopola znanja” jedne kulture i društva. Takva masovna masovna kultura, kao proizvod medijskih institucija, projektuje budućnost u kojoj je kritičko mišljenje osujećeno. Stoga je razumljiva potraga za probijanjem ovih medijskih bedema, *razvijajući oblike komunikacije izvan industrijskih uslova*. Samo istraživanje medijatzacije kao da se više drži upravo masmedijske logike nego onoga što digitalna tehnologija sa sobom donosi, a što menja način proizvodnje i distribucije, te proširuje oblast medijskih i komunikacionih promena. Ta specifična tehnološka logika medija ne ogleda se samo u značaju vizuelnog u slučaju televizije ili zvuka na primeru radija, već i na uobičajeno razlikovanje poruke, pošiljaoca i primaoca, na čemu se i temelje medijsko čuvanje kapija, novinarski profesionalizam, holivudski scenaristički obrasci i drugi formati. Mnogo toga dovedeno je u pitanje, promenjeno, ili čak i ojačano u novoj informacionoj sredini.

Neki pokušaji definisanja *socijalne ili mrežne medijske logike* već su započeti (van Dijck i Poell 2013; Klinger i Svensson 2014), i možemo ih kao Macoleni nazvati *medijatzacija 2.0* (Mazzoleni 2014). Tu se prepliću lajkovi i retvitovi, koji su u stvari

komercijalna alatka za prodaju publike oglašivačima, sa amaterskom proizvodnjom sadržaja od strane mnoštva korisnika. Socijalno je tu koliko isplativ korporativni algoritam, toliko i haotična interaktivnost. Nova logika se razlikuje od masmedijske po *programabilnosti, datafikaciji i načinu korišćenja medija*, dok je aspekt popularnosti nasledila i uskladila sa prodjuzingom i obradom podataka. Naravno, kritički teoretičari su različite tehnološke mogućnosti ranije konceptualizovali, i dosta toga sasvim je upotrebljivo, pogotovo radi razlikovanja precenjivanja kvaliteta korisničkih kreacija, koliko i pokušaja masmedijske logike da zavlada i na internet mreži.

Već Valter Benjamin (1974) konceptualizuje “pravo ljudi na reprodukovanje”, tako da kopije slabe moć autentičnih originala i medijske manipulacije uopšte. *Mase tehničkom reprodukcijom uklanjaju mistifikacije industrije kulture*, i više ne bi trebalo da se odvajaju od mašina, čak iako postoji opasnost ponovne estetske sakralizacije. Nije, dakle, poželjno *mistifikovati korisnika kao autonomnog autora*, ali treba imati na umu da je korisnik potreban prilikom *refunkcionalizacije medija*, kojom bi se ukinula jednosmernost komunikacije i ojačala participacija. Korisnik i digitalni mediji elementi su nove mreže, i kao takvi uzrokuju promenu u sociokulturnoj sferi, bez obzira što uloga masa može biti ambivalentna. Naravno, kritički pristup morao bi razmisliti o izolaciji koju mediji proizvode kada se presele u privatne domove, na šta ukazuju Bodrijar, Vilijams, čak i Derida. Pomoću digitalne tehnologije broj kontakata može i da se uveća, ali ostaje pitanje koliko su ti odnosi društveno relevantni, kakvu vrstu kulture ili građanske participacije i javnosti (ne) proizvode. Da li dolazi do deficita smisla (Baudrillard 2001), povlačenja korisnika i društvene regresije (Derrida 2005) ili mobilne privatizacije i daljeg koncentrisanja političke i ekonomske moći (Williams 2003), jesu pitanja koja se moraju uzeti u obzir.

S druge strane, Liotar u informatizaciji vidi remećenje reprodukcije lokalnih i regionalnih identiteta, koji su poljuljani umreženom tehnološkom memorijom (Lyotard 1992). Vrednosti i uverenja reorganizovani su u vremenu i prostoru i *redukovani na informatički jezik*, dostupni kao podaci, lajkovi, odnosno brojke i algoritmi, više nego smisljena značenja. *Znanje je podređeno hiperindustrializovanom sektoru*, i Liotar (PS: 73) predviđa da će informacioni sistem optimalizovati performanse, smanjivati input i uvećavati učinak, a pritom eliminisati one neefikasne delove kulture. Naspram *globalnog kompleksa instrumentalne racionalnosti*, koju je Kastels nazvao “mreža”,

stajace mali heterogeni narativi, Kastelsovo "sopstvo" (mnoštvo ugroženih starih i novih identiteta), a računar će da odredi ishod ove borbe (Poster 2006: 131). Kastels će operacionalnost umreženog društva razviti na tragu Liotarovog postmodernog stanja, uviđanjem sveopšte performativnosti, no manje će obratiti pažnju na *kolaboraciju kreativne publike i samog funkcionisanja sistema*. Naime, Kastels uviđa da umreženo društvo upravlja individualnim potrebama i željama, mada to pokazuje više na polju političke komunikacije, ali nije sklon da participaciju i slobodnu koordinaciju ljudi na digitalnim platformama posmatra kao neophodan uslov systemske borbe protiv entropije, koju će ljudi svojim mikrodrštvenim odnosima suzbijati (PS: 29). Liotarova ideja da će ljudi, zbog ranjivosti sistema, postati čvorovi u jednom dinamičnom i kompleksnom spletu, kako bi sopstvenim mikrokoordinacijama pomogli održanje kompletnog aparata, Kastelsu deluje kao unapred data osuda različitih oblika sopstva.

Kastels je izgleda bliži Deridinom pletenju virtualnih mreža, proširivanju političke arene, interaktivnosti, partaže, možda i solidarnosti i projekata društvene promene, mada ne isključuje ni jačanje društvene dezorijentacije i povratak konzervativnim, čak, fundamentalističkim kulturnim obrascima, stalnim medijskopopulističkim potpirivanjem ksenofobije i netolerancije. Ipak je reč o „mreži bez jedinstva i homogenosti, bez koherencije” (Derrida & Stiegler 2002: 66). No, Kastelsovo oslanjanje na kulturne studije i njihovo viđenje publike distanciraće ga o onih najpesimističnijih stavova kritičkih teorija, te će *mediji prvenstveno biti interfejs između sukobljenih aktera*, tenzije između elitnog i popularnog. Holovo *dekodiranje*, kao ometajući faktor funkcionalnosti kodirajućih aparata, u Kastelsa prerasta u enkodiranje u internet galaksiji. Ako je „ideologija funkcija diskursa i logike socijalnih procesa”, kako tvrdi Hol (Hall 1982: 84), onda je *aktivna publika zasebni činilac, a masovna samokomunikacija njena digitalna forma*.

Takođe ostaje otvoreno pitanje kakav ishod Kastels vidi u pogledu odnosa društva kontrole i slabljenja ljudskih inhibicija. U tom pogledu, Mišel Fuko zaista je figurativno mrtav, jer smo napustili disciplinarna društva koja patologizuju određena ponašanja i nameđu ono uniformno i normalno. Danas, mi smo na prvi pogled slobodni da vršimo eksperimente s našim identitetom. *Društva kontrole* dozvoliće slobodno kretanje korisnika i pratiti njihove obrasce ponašanja, sa konačnim ciljem da menadžment poseduje informacije potrebne za naredne projekte industrije svesti.

Pokušaj društvenih aktera da koriguju ovaj mehanizam podjednako može i da reprodukuje hegemoniku medijsku logiku. Posebno ako se uzme u obzir Delezova (2010) „*pokretna kontrola*” gde se u stvari samomenjajući kalupi prilagođavaju zarad kontrole unapred, zarad anticipiranja ponašanja i proizvodnje budućih komercijalnih modela. Reč je o fleksibilnoj ekonomiji u kojoj rizomi, koje karakteriše mnoštvenost, cirkularnost, multilateralost i otvorenost, u digitalnoj sferi mogu da posluže zarad centralizacije i bolje sinhronizacije, uz moguće despotske i uniformišuće tendencije. Može, dakle, doći, do *postvarenosti rizoma*. Ili obrnuto, da se usled preterane anarhije rizomi razliju u beskorisne elemente. Društveni pokreti, primera radi, mogu da budu decentralizovani nehijerarhijski skupovi, uz stalnu opasnost gubitka ionako krhkog identiteta, pa i na štetu uspešnijeg delovanja.

S druge strane, potreba da se korisnici i njihov rad iskoriste dodatno komplikuje protivrečno prožimanje masmedijske i logike digitalnih medija. I medium teorija isticaće kako demokratski tako i trend dominacije (Kin 1995b), odnosno *decentralizacije i recentralizacije* (Carey 2009), s ciljem da, s jedne strane, usavrši utilitarističku instrumentalnu logiku umreženog društva, i spreči propast trajnijih vrednosti, s druge strane. Tehnologijom se kreiraju i održavaju različiti društveni aranžmani, štaviše, ona je „gramatika kapitalizma” (Kroker 1985: 119), te u zavisnosti kakve promene unese u *dimenzije vremena i prostora, i kakve veze mediji uspostave između znanja i moći*, možemo dobiti generalnu prognozu budućeg razvoja. Mekluanova ideja *globalnog sela* u stvari ukazuje na pristono skupljanje Zemlje, ali za razliku od militarističkih i imperijalističkih posledica koje je Inis video u medijima koji osvajaju prostor, Mekluan je više bio okrenut kulturnom domenu. U naše doba, kada nule i jedinice posreduju između naših čula i realnosti, algoritamska logika može kulturu i sasvim degradirati.

Šta bi onda kritička perspektiva morala da razmotri u pogledu medijatzacije? Na gornjoj slici skiciran je svojevrsni koordinatni sistem kritičke i medium teorije, koji valja suprotstaviti onim elementima teorije medijatzacije bliskim dominantnoj paradigmi. Valja naglasiti da medijsko-komunikaciona promena u načelu ne mora da bude usmerena ka poželjnim vidovima sekularnosti, individualnosti ili kritičkog monitoringa vlasti. Iako su neki istraživači medijatzacije svesni štete po socijalno, demokratiju, društvo ili kulturu (Couldry 2012; Blumler 2014; Mazzoleni 2014), ili

eksplicitno predlažu analizu odnosa moći, pitanja nadzora ili alijenacije (Krotz 2014a; Hepp 2013), sam dodir sa kritičkom teorijom ostaje slab. Ako medijske reprezentacije konstruišu realnost, odnosno nude ljudima matrice opažanja i vrednovanja, kritičar mora da, pored nesporne orijentacione vrednosti medijskog sadržaja (Hjarvard 2013), proceni da li te medijske projekcije proizvode ideološku hegemoniju, bezvrednu kulturu, banalne i slabe društvene veze, kao i da li izazivaju interpretativni ili aktivistički otpor, i služe ostvarivanju alternativnih projekata. Industrija kulture, ma koliko monolitan i za Hjarvarda suviše radikalna koncept, ostaje merilo kritičke teorije. Industrija kulture može da se relativizuje na više načina, ali onda kada biva prevedena u ideju medijske institucije sa dominantno pozitivnim efektima to je već značajno udaljavanje od kritičke paradigme.

U slučaju tehnološke logike, pak, međudnos masovnih i digitalnih medija može da poprimi različite oblike, koje ponaosob valja razmotriti. Prvo, masovni mediji zaista mogu biti otelovljenje industrija kulture, svesti, mnjenja, koje kultivisu konformizam, zaglupljuju ili obmanjuju. No, takođe masovni mediji ostaju jedini koji se obraćaju opštoj populaciji i garantuju da jaz u informisanosti, obrazovanju ili građanskoj participaciji neće biti drastičan (Mek Kvejl 1994). Kultura je, paradoksalno, uniformišuća i demokratizujuća u masovnim medijima. Treće, pomoću digitalnih medija zaista se mogu zaobići čuvanje kapija, pristrasna selekcija vesti ili štetni narativni formati, i to mogu činiti podjednako političari, civilni akteri ili šira publika. No, ne treba ni preterivati s mudrošću gomila, kraudsorsingom, kognitivnom sinergetskom kolaboracijom poput "wiki" sajtova. Četvrto, fragmentacija i izolacija, ili bodrijarovski rečeno "samozavođenje" korisnika, suprotstavljene su idejama demokratije i opšteg dobra, kao dosadašnjim vodiljama alternativnih društvenih pokreta. Jasno je, dakle, da masmedijska ili digitalna logika proizvodnje i distribucije sadržaja, masovna kultura ili vrednosne niše, čak ni komercijalizacija ne mogu biti percipirani samo kao sasvim loši ili sasvim dobri.

Medijatizacija valja biti sagledana u navedenom protivrečnom kompleksu. To jest, ako bismo prihvatili Hjarvardovu trojaku medijsku logiku, te vođenje medija učešćem publike i načelom profesionalizma, zaokret ka kritičkoj teoriji medijatizacije bi zahtevao izvene rekonstrukcije. Medijska intucija bi morala da se razmotri kao vid ideološkog aparata, a vrednosna neutralnost medijskog profesionalizma kao osnov

dominacije. Takođe, simbolička logika bi, pored skepse prema pozitivizmu, bila ispitana kao mehanizam proizvodnje ideološke hegemonije, kao i simulakruma koji dodatno komplikuju otkrivanje odnosa moći. Socijalna logika, pak, fokusirala bi se na ponašanje publike, bilo naspram masovnih medija ili kao internet korisnika, te pregledala i klasifikovala moguća ponašanja, od pasivnog, pregovaračkog, hiperkonformističkog čak asocijalnog, te na kraju i otporaškog u semiotičkom ili inženjerskom smislu, pošto borba nije više na nivou značenja nego i organizacije digitalnih mašina. Konačno, tehnološka logika bi pokazala da su aparati ravnopravan deo jednačine, da trougao medija, moći i kontrole podupire globalnu komercijalizaciju, kulturu, čak i militarizam i terorizam. Koncepti poput instrumentalnog uma zadobiće nove oblike onda kada računar preuzme ulogu organizacije društva, te osujeti njegov humani razvoj u korist učinkovitosti samog sistema. Društvo kontrole Žila Deleza najavilo je ovu panoptičku medijalizaciju, kao i instrumentalizmu suprotstavljene heterogene aktere i narative.

4. Umreženo društvo

4.1. Uvod

Osnovna namera rada jeste otkrivanje relacija, odnosno konceptualnih srodnosti i usklađenosti Kastelsove teorije i medijizacijskog pristupa. Možda je svojevrsna olakšica što je Kastels svoj intelektualni razvoj započeo takođe dilemom adaptacije, naime, marksizma i urbanističke teorije, iako je bilo malo ili nimalo prethodnog naučnog znanja, koje je povezivalo ideološke reprezentacije i konkretne urbane situacije (Castells 1977: 5). Svrha njegovog teorijskog istraživanja nije bila puko prikupljanje podataka već “proizvodnja oruđa samog znanja” (Ibid: 5), tako da je prvobitno postavljen visok nivo formalizma, odnosno konceptualni višak u teorijskoj konstrukciji, postepeno prilagođen predmetu a ne dogmatski nametnut. Ali Kastels (Ibid: IX) naglašava da se taj višak ipak pokazao plodnim u konačnoj formulaciji njegovih nalaza. Naš pregled teorija medija i komuniciranja obezbedio nam je adekvatnu perspektivu i kategorije pomoću kojih se može izvršiti ne samo komparaciju nego i susret teorije i empirije. Kastelsovo umreženo društvo će se, dakle, prvo rekonstruisati naspram medijizacije, a potom suočiti sa kritičkom paradigmom, kako bi bilo adekvatno ispitano. Takoreći, bez komparacija bitne i pojavne istine, čime se problematizuje postojeće, nema ni kritičke teorije (Marcuse 1989: 133).

Sam Kastels tvrdi da “ne postoji direktna veza između istraživača i stvarnog objekta. Misao je manje ili više svesno oblikovana prethodećim teorijsko-metodološkim poljem” (Castells 1976: 83). Stoga možemo pretpostaviti da neki Kastelsovi stavovi ili viđenja proizlaze iz njegove sociologije urbanog, i razvijaju se do koncepcije globalnog

umreženog društva. Tako se njegova teza da društva počivaju na “artikulaciji iskustva, proizvodnje i moći” (Castells 1983: 306) ponavlja i kasnije, tako što isti fenomeni strukturiraju sve ljudske procese (Castells 1992: 8), da bi u *Usponu umreženog društva* dobilo konačan izraz: da se ***simbolička komunikacija kristalizira “kroz povijest stvarajući kulture i kolektivne identitete, na temelju proizvodnje (s njezinim sastavnim dijelom, potrošnjom), te iskustva i moći”*** (ID1: 51). Intelektualni razvoj Manuela Kastelsa stoga će biti uvod u njegovo razmatranje globalizacije, pošto su gradovi uz digitalnu tehnologiju doneli novu društvenu strukturu, i nosioci su svetskog umrežavanja kapitala, moći i simbola.

U informacionom dobu kultura i mediji dobijaju posebno mesto, i doprinose oblicima “*društvene interakcije, društvene kontrole i društvene promene*” (ID1: 53). Reč je o, za Kastelsa, suštinskoj razlici u odnosu na čisto industrijsko društvo. Naime, da životi ljudi više nisu određeni odnosom prema prirodi, kao materiji koja se obrađuje u fabrikama, već da smo ušli u “***čisti kulturalni obrazac društvene interakcije i društvene organizacije***”, odnosno, da se u društvu “***Kultura odnosi prema Kulturi***” (ID1: 501). Proizvodnja, iskustvo i moć predmet su konvergencije, koliko i *stapanje računarstva, televizije i telekomunikacija u multimedij* (Castells 1994: 243). Promena je multidimenzionalna, ali medijski i komunikacioni faktor postaje sve dominantniji. Kastels je, dakle, svoj put započeo od lokalnog, neposrednog, neretko radničkog iskustva, i prateći urbani razvoj, splet birokratije, privrede i društvenih pokreta, došao do uvida o umrežavanju planete i neophodnosti osvetljavanja uloge medija. U tom smislu, logika umreženog kapitalističkog društva predmet je ovog poglavlja, dok će naredna detaljnije obraditi kulturnu sferu, društvenu promenu i otpor, uvek imajući na umu posebno mesto digitalnih tehnologija i medijske kulture.

Prva glava prikazaće ukratko Kastelsovu urbanu sociologiju, budući da se tu već nalaze neke dileme koje će ga pratiti u celokupnoj misli. Umesto globalizacije fokus je na urbanizaciji, dezorganizovanom razvoju gradova koji se ideološki pokušava prikazati kao plod nerazvijene tehnologije a ne socijalnih kontradikcija. Taj mit urbanizma, kojim se relativizuje nastupanje masovnog društva, stoji naspram društvenih pokreta koji se bore za drugačiju kulturu i društvo, a informaciona tehnologija pojavljuje se kao deo poretka i borbe za drugačij socijalni aranžman. Druga glava će potom predstaviti Kastelsa u okvirima levičarske političke teorije i njenog razmatranja odnosa birokratije,

tržišta i civilnog društva. Dok je levica insistirala na stalnoj artikulaciji pomenutih domena, tako da se oni međusobno demokratizuju, a moć ograničava i raspršava, Kastelsov mrežni pristup pokazuje da je ovaj normativni model empirijski pogrešan i sve manje blizak kritičkoj teoriji. Naspram idealnog, pluralističkog političkog sistema, Kastels naglašava metadruštveni nered i informaciono društvo nejednakosti.

Treća glava otvara pitanje odnosa globalizacije i digitalnih tehnologija. Razmatraju se konture umreženog društva naspram različitih pristupa u proučavanju globalizacije. Biće prikazano Kastelsovo viđenje fuzije kulture, biznisa i tehnologije, i odgovori na pitanja o mogućim kontradikcijama u morfologiji i dinamici umreženog društva, tako da se odredi da li pripada kritičkoj strani debate o globalizaciji. Takođe će biti problematizovan stvaran uticaj i sveukupna rasprostranjenost informaciono komunikacionih tehnologija. Četvrta glava preispitaće globalni multimedijски sistem. S jedne strane, biće predstavljeno korporativno jezgro takozvanih „sedam veličanstvenih kompanija i osnovne karakteristike njihovog funkcionisanja. S druge strane, biće razmotrena tenzija multimedijske korporativne mreže i fenomena masovne samokomunikacije, tako da korisnici uslovljavaju promenu strategija proizvodnje i distribucije sadržaja. Poglavlje će zatvoriti kratak zaključni pregled.

4.2. Informacioni grad: čvorište umreženog društva

Rani radovi Manuela Kastelsa znatnije su vezani za marksističku teoriju nego kasnija dela, mada je do danas zadržao model socijalnog konflikta kao ključan za razumevanje savremenog društva. Kao sociolog urbanog nije, dakle, video savršen red i funkcionisanje svih delova društva, već je gradove posmatrao u kategorijama ideologije i masovnog društva. *Urbanizam je bio mit o skladnom socijalnom razvoju kapitalizma* (Castells 1976: 68), jedan “sistem normi i vrednosti” (Ibid: 65) koji se predstavljao kao neminovan, kao nešto što se podrazumeva na određenom nivou organizacije gradskog prostora, etalon prema kojem će se voditi i “zaostale” kulture. Tako se očekivalo da različiti gradovi preuzmu istovetni urbani kulturni model, pri čemu se ignorisala činjenica da je autonomiju gradova uništavao industrijalizam i nametao specifičan sistem (Castells 1977: 15). Kao sociokulturni tip, skup verovanja i stavova, urbanistička društvena organizacija i ponašanje žitelja imalo je sledeće karakteristike:

“diferencijacija među individuama, društvena i lična izolacija, segmentacija uloga, površnost i utilitarizam u društvenim odnosima, funkcionalna specijalizacija, podela rada, kompetitivni duh, visok nivo mobilnosti, tržišna ekonomija, preovlađujući sekundarni naspram primarnih odnosa, pomeranje od zajednice ka asocijacijama, subordinacija individua organizaciji, kontrola političkih procesa putem masovnih apela”. U tom smislu urbanizam je zamišljen kao “*kulturni sistem masovnog društva*” (Castells 1976: 65).

Pojam *urbane ideologije* Kastelsu omogućava da se distancira od “*kvaziprirodnih uzroka*” urbanizacije, da se problemi tumače ne u klasnom ključu, kao društvene kontradikcije, već kao “razilaženje prirode i kulture”, tako da su nuspojave objašnjene neodovoljno razvijenom tehnologijom, koju, tome sledstveno, treba nadalje usavršavati (Castells 1977: 430). Tehnološki razvoj ujedno je imperativ sistema i lek za probleme koje sistem proizvodi. Time se futuristikom zanemaruje “*razmatranje istorijskih medijacija u vidu društvenih organizacija, koje se nalaze između tehnoloških potencijala i njihovih stvarnih efekata*” (Castells 1991: 1). Postoje interakcije brojnih višestranih procesa i uvek više faktora oblikuje fenomen, no urbana ideologija eventualne protivrečnosti i hijerarhije predstavlja kao prirodan razvoj, koji će tehnološkim napretkom ispraviti kontradikcije (Castells 1977: 85). *Socijalna dezorganizacija je, dakle, tehničko pitanje*, i kao takvo ga prepoznaje državna administracija, prikrivajući klasnu moć i neravnomeran razvoj (Castells 1978: 6). No, čak i takvom formulom urbani problemi su prepoznati i priznati, i ulaze u fokus političkih institucija.

U pitanju su koncentracija populacije usled koncentracije proizvodnje i podrazumevajuće potražnje radne snage, te ekoloških i drugih problema koje prenaseljenost donosi, što očekivano izaziva intervenciju države više u distribuciju dobara, ali i u proizvodnju. Takođe, dolazi do pojave takozvane “urbane borbe”, tako što novi društveni pokreti skreću pažnju institucija i povećavaju značaj urbanog kao teme (Castells 1977: 451). Budući da je prostor organizovan kroz tri instance, ekonomsku (proizvodnja, potrošnja), političku (regulacija ekonomije) i ideološku, poslednja reartikuliše nešto što je za marksiste jasan pokazatelj kontradikcija kapitalizma. *Ideologija obeležava prostor, ovaploćuje ga “mrežom znakova, čiji označitelji su sastavljeni od prostornih formi, a označena su ideološki sadržaj*” (Ibid:

127). Primera radi, razilaženje kulture i prirode stoga može imati odgovor koji priželjkuju birokratija i privreda, da se životna sredina štiti povećanom potrošnjom, ili da se menja vrednost samog profita, odnosno, proizvodnja (Castells 1978: 165). Za ranog Kastelsa, kontrakultura je stoga ideologija, jer se njena humanistička kritika uklapa u ekološku problematiku na nivou svakodnevnog života, a ne političke dominacije i proizvodnje, te se kontrakultura pokazuje kao “revolt sitne buržoazije” (Castells 1977: 464), bez direktne konfrontacije i bez razmatranja klasnih sukoba.

I mediji tu dobijaju svoje mesto. Naime, onda kada je potrošnja zadobila legitimitet kao jedino rešenje urbanih kontradikcija, onda i državne intervencije popravljaju materijalne uslove života prvenstveno organizacijom potrošnje, budući da je istinski lakše ispunjavati građanske zahteve u konzumerističkoj sferi (Castells 1978: 17). Ta “fleksibilna hegemonija” istovremeno udovoljava potrebama ljudi i opravdava dalji tehnološki razvoj baš radi još efikasnijeg opsluživanja građanstva. Društveni pokreti su ti koji ističu probleme, pribavljaju pažnju i simpatije građana prvo na lokalnom nivou, a onda s medijima oblikuju mnjenje i vrše pritisak na institucije, te i političke partije uvode pitanja urbanog u demokratske procedure (Ibid: 2). No, bilo da su to stambeni, saobraćajni ili ekološki problemi, oni se redefinišu kao problemi potrošnje. Budući da je proizvodnja centralistički koordinirana a radna aktivnost, prebivalište i dokolica razdvojeni, *ideološka integracija obavlja se fokusom na familiju, individualizam i masovne medije* (Castells 1977: 23). “Kompleksna komunikaciona mreža” (Ibid: 27) tako igra dve uloge: s jedne strane, razvoj megalopolisa zahteva propratni razvoj *proizvodnje i diseminacije znanja i informacija*; s druge strane, protestantska etika i navodni suburbani aktivizam pretočeni su u “*usamljenu gomilu*” proizvedenu medijskim tehnologijama (Castells 1983: 329) i *društvo potrošača*, uz “dominantnu ulogu televizije” (Castells 1977: 100).

U tipično marksističkom ključu, potrošnju Kastels doživljava kao vid reprodukcije radne snage i društvenih odnosa, tako što dolazi do duhovne i fizičke pripreme za novi rad (Ibid: 455-457), i jedinu kreativnu svrhu potrošnje Kastels posmatra bodrijarovski, kao izraz klasne prakse i pozicije (Ibid: 458). *Mediji vrše ulogu razvijanja želja pojedinaca i atomizacije njihovih odnosa*, kako bi se lakše kontrolisala radnička populacija (Castells 1978: 27). No, iako u ovako zamišljenoj potrošnji Kastels vidi prvenstveno kapitalističku penetraciju u simboličko, on ipak priznaje da *kultura*

nije sasvim osvojena, i da će se razvijati u skladu s “relativno autonomnom logikom” (Castells 1977: 459). Može se, dakle, desiti da administracija neće moći odgovoriti zahtevima potrošača, mada će šoping molovi i masovni mediji biti garant statusa quo (Castells 1978: 177).

Kastels u ranoj fazi ide toliko daleko da smatra da će se, u nastojanju očuvanja poretka, polako uklanjati društveni odnosi i svesti na sisteme komunikacije, dok će društveno delanje biti redukovano na jezik (Castells 1977: 218), čime će u stvari urbana ideologija biti apsolutno uspostavljena. Kasnije donekle koriguje ovo nihilističko viđenje medija, s kojim će u stvari društveni akteri biti prisiljeni da žive. Prednost, doduše, sedamdesetih godina i dalje ima neposredna interakcija, oslanjanje na javne prostore, izvesnu “zajednicu” koja nestaje u novoj urbanoj kulturi nesolidarnih, površnih i anonimnih veza (Ibid: 79). Dimenzije socijalne promene su kulturni revolti, radnička imigracija, oslobođenje žena (Castells 1978: 10), i lokalne ukorenjene zajednice stoje nasuprot “kulture uniformisanosti masovnih medija” (Castells 1983: 326). No, već početkom osamdesetih, kada je marksistički ton značajno umanjio, Kastels nevoljno priznaje i taj *medijski deficit društvenih pokreta*, koji su ignorisali “audiovizuelni svet” i izbegavali da uvežu sopstvene živote sa tehnologijom (Ibid: 330). To kaskanje alternative ostaće, po svemu sudeći, trajna karakteristika, ali sam Kastels će sopstvena istraživanja sve više usmeravati ka medijskim tehnologijama.

Gradovi će odrediti putanju opremanja društva optičkim kablovima i ostalim elementima, što znači da će nastaviti korporativnu i koncentraciju stanovništva (Castells 1992: 148). Štaviše, u želji da se objedine fleksibilno poslovanje, uspešna kontrola i obrada informacija iz što manje centara, biće planski stvarani “motori ekonomskog razvoja” (Castells & Hall 1994: 9) i vidu posebnih teritorija na kojima će se prožimati nauka i industrija, to jest, gde će se sinergijom pokušati oploditi tlo za mnoštvo tehnoloških inovacija. Paradigmatski primer jeste Silikonska dolina, gde se čitava klasa izoluje i distancira od ostatka društva, razvijajući čak i sopstvenu kulturu daleko od podređenih slojeva (Castells 1992: 348). Od trenutka kada su elite shvatile značaj informaciono komunikacionih tehnologija za globalizaciju ekonomije, digitalno je dobilo status železnice iz industrijskog doba (Castells & Henderson 1987: 6). Kastels početkom devedesetih iznosi jednu od svojih prvih kontroverznih izjava, koje će biti ambivalentne prema tehdeterminizmu: “*nove informacione tehnologije transformišu*

način na koji proizvodimo, trošimo, uređujemo, živimo i umiremo; ne samostalno, već kao moćni medijatori šireg seta faktora koji determinišu ljudsko ponašanje i društvenu organizaciju” (Castells 1992: 15).

To znači da mnogi pioniri informacionog autoputa mogu da odrede temelje i pravac razvoja digitalne infrastrukture i kulture. Pomenuta Silikonska dolina sadržala je vrlo nezahvalne karakteristike: agresivnu kompetitivnost, inovativno i ekstremno individualističko preduzetništvo, kao i svojevrsni “tehnostres” usled rizičnog posla, ali čije psihičke manifestacije rešava kompenzatorna potrošnja (Castells & Hall 1994: 21-23), fleksibilna libertarijanska organizacija (Ibid: 234) i shodno tome konzervativno glasačko telo, koje zazire od komandnih struktura socijalne države (ID1: 41). S druge strane stoje još nepripremljeni *društveni pokreti*, koji nastoje da izađu iz “podruma političke arhitekture” (Castells 1983: 294) i postanu značajna snaga koja će uznemiriti vrednosti i norme vladajućeg poretka. Oni su tu *više “indikatora klasne borbe” no agenti promene* (Ibid: 299), i Kastels čak poručuje da ne mogu reformisati institucije bez “pomoći ekstremista” (Ibid: 295). Budući da nisu ni partije niti institucije, već haotični entiteti, usled čiste akumulacije različitih interesa i identiteta, a bez istinske kulture koja bi to obuhvatila, pokreti se suočavaju sa “siromaštvom pluralizma” (Ibid: 117), kao i pojavom “političkog tribalizma” (Ibid: 317).

Vrli novi svet, kako Kastels naziva naše savremeno doba, pozajmljujući naslov romana Oldosa Hakslija, nije tek totalitarni univerzum, iako pokušava da ukloni smisao i instalira ekonomsku racionalnost. *Ljudi pokušavaju da se zaštite fundamentalizmom, iako bi trebalo da razviju međukulturne komunikacione veze i zajednički identitet, kako bi se suprotstavili ne toliko svemoćnoj kapitalističkoj logici “dezintegracije i reintegracije”* (Castells 1992: 349-351). Budući da je društvena promena nastajala u sukobu oko proizvodnih, rodnih i odnosa moći unutar države (Castells 1983: 311), internacionalizacijom ekonomije, društva i kulture, problemi radnika, tehnologije i lokalnih zajednica izneseni su na globalni teren, gde su vidno oslabljeni u odnosu na moć kapitala. Ono što Kastels priželjkuje jeste *“odlučujuća konfrontacija”* (Ibid: 315), *aproprijacija tehnologije od strane podređenih zarad odbrane njihovih života i identiteta*. To je upravo informaciono doba, obeleženo tenzijom *Mreže i Sopstva* (ID1: 39), koja je za Kastelsa *centralna kontradikcija umreženog društva*.

4.3. Država, civilno društvo i tržište

Novije teorije u levom spektru političke misli razvijale su se pod pritiskom krize ideje socijalne države kao temelja demokratskog reformizma (Habermas 1992: 435), i stvarale probleme u promišljanju budućeg, egalitarnijeg uređenja. Nedoumice koje je izazvala država blagostanja iziskivale su nova teorijska rešenja. Temeljni postulati, od odnosa prema državi i tržištu, do definisanja funkcije civilne sfere u potpunom društvu, morali su biti prevrednovani, a to je činjeno i u medijskim i kulturnim studijama, koje su, kako vidi Džejms Karan (Curran 2006: 143), “zavedene diskursom tržišnog liberalizma izolovale pojam klase... ovekovečile mitove koji maskiraju privilegiju”. U tom vrtlogu valja pozicionirati Manuela Kastelsa, odrediti konture njegove teorije u odnosu na ukupan razvoj levičarske misli poslednjih decenija, te onda i medijske situacije shodno restrukturiranom *trouglu birokratije, civilne sfere i tržišta*. Tu se provlače najpre kritike takozvane statolatrije, iliti preteranog oslanjanja na državu, koja je svašta značila mnogim marksistima (Hay 2006: 62), toliko da se razvio kontinuum od neoliberalnog prekida s prošlošću do nadgradnje same uloge države posle propasti socijalističkog bloka. I koncept civilnog društva postaje značajan, ali ne i samodovoljan, budući da se ideja demokratizacije počinje posmatrati kao dvostruki proces – obostranog reformisanja društva i države. Ukratko, ideološkom čistunstvu, koje je ridigno razdvajalo i tržište i društvo, i insistiralo na univerzalnim normama, sada je suprotstavljeno liotarovsko postmoderno stanje. Time možemo pripremiti deskripciju Kastelsove društvene organizacije u pogledu domena proizvodnje i moći.

Nova levičarska misao se, dakle, distancira od statolatrije, koja podrazumeva da je moderno društvo umnogome određeno birokratijom, toliko da ulazi u sve sfere. Odnosi subordinacije, kompleksna hijerarhija i specijalizacija različitih administrativnih oblasti, radi efikasnijeg održavanja sistema, deluju bezlično i racionalno, u skladu sa svojom nadležnošću. Rečima Jirgena Habermasa (1982), sistem nastoji da sprovede sveopštu integraciju, tako što nastoji da vrši specifične aktivnosti usmeravanja jednog sistema, poput sposobnosti održavanja svojih granica i svoga ustrojstva savladavanjem kompleksnosti okoline. U tom smislu birokratija je kalkulantski mehanizam savremenog društva, daleko od nekog “herojskog” doba kapitalizma, s velikim trgovcima, piratima, odmetnicima i sličnim avanturistima. Era neobuzdanog slobodnog

preduzetništva navodno je zamenjena ekspanzijom države prvenstveno u privredi, ali i u drugim oblastima, tako da se blagostanje administrativno rasprostire. Birokratija bi shodno tome trebalo da obuzda finansijsku spekulaciju i umiri iracionalnost samog tržišta, budući da se privatne kompanije moraju upodobiti pravilima administracije. Jasno je da to izaziva sumnju u mogućnosti povinovanja kapitalizma birokratiji, ali to svakako nije više ni klasični liberalizam, čiju bi državu marksistički monisti posmatrali kao “zgušnjavanje klasnih odnosa” (Vinsent 2009:174). Birokratija je ipak novum veberovskog tipa, u smislu da nije tek epifenomen kapitalističkog sistema, tek instrument buržoaske prinude. Ekonomski determinizam mora biti korigovan idejom bar relativno autonomnog političkog delovanja. Štaviše, kapital može postati zavisian od stabilne državne strukture toliko da “*državna administracija sve više postaje sine qua non uređene korporativne potere za profitom*” (Keane 1984a: 42). Pritom se očekuje da i privreda i civilno društvo uvide korist od oslanjanja na državu blagostanja.

Ovaj pokušaj fleksibilnijeg i kooperativnijeg odnosa sa kapitalističkom državom u stvari stoji naspram totalitarnih konotacija izvesne birokratske distopije u socijalističkim zemljama. Pod pretpostavkom da se svaka postkapitalistička ekonomija ne može proizvesti bez gotovo diktatorske regulacije, sveobuhvatnog plana suzbijanja slobodnog tržišta i preduzetničke inovativnosti, što je navodni motor buržoaskog društva, potencijalni socijalistički poredak bi, kao i u istočnoj Evropi, značajno uvećao birokratiju i disciplinu. Šalterska kalkulacija bi se možda emancipovala od motiva profita, ali bez ovog autoritarnog momenta ne bi mogla da postigne zadovoljavajuću efikasnost. Preduzetnike bi zamenili činovnici, ali radnici bi i dalje bili otuđeni od svog rada. U socijalističkim zemljama navodno je došlo do okoštavanja društvene nejednakosti, a sama ideologija se postavila kao prepreka ekonomskom rastu (Hantington 2004: 53), što se takođe moglo reći i za sam državni aparat, u smislu da su socioekonomski problemi percipirani kao uzrokovani birokratijom. To je značilo da nijedno društvo ne može da se izvuče iz kandži administracije, ma koliko levičari obećavali oslobođenje od hijerarhije, bezlične kalkulacije i sličnih oblika dominacije. Socijalizam bi, dakle, samo nastavio širenje birokratije u vidu jedne produžene diktature nad proletarijatom.

To je kontekst u kojem je valjalo razmotriti ideju buduće demokratizacije, razapete između veberovske tvrdnje da je administracija neizostavna, i neoliberalnog

idealizovanja minimalne države i slobodnog tržišta, pri čemu je ukazivanje na krizu upravljanja korektivnog administrativnog mehanizma (Habermas 1982: 49) pre odmoglo nekoj rehabilitaciji statolatrije. Apologija birokratije, prema kojoj bi stvaranje decentralizovanije, manje formalne i fleksibilnije organizacije bio čisto regresivni akt, bila je oslabljena dominantnim idejama da država učutkuje podređene, održava hegemoniju povlaštenih i ignoriše neefikasne oblasti. Mediji, od kojih se očekuje da preispituju rad institucija, kod kojih država u startu nije bezgrešna mašina, teško mogu da vrše svoj posao ako su pod stalnom kontrolom u pogledu vlasništva ili regulative. U skladu sa sve popularnijim idejama društva kao kontingentnog fenomena, ili zdravog “agonističkog pluralizma” (Kaningam 2003: 317), valjalo je promisliti saradnju i protivrečnosti u postmodernom društvenom stanju.

Ni antinomija između birokratije i civilnog društva ne mora uvek biti štetna. Nema potrebe za idealizovanjem administracije koja ne pokazuje kapacitet da odgovori na sve potrebe društva. U obliku demokratske javnosti, građani mogu biti ne samo objekti politike već i sasvim aktivni učesnici, koji usmeravaju mašinu u željenom pravcu. Upravo situacija društvenog pluralizma je mogla da brine Maksa Vebera, koji je sve posmatrao kao politeističku borbu za moći, u kojoj jedan od bogova uvek trijumfuje, te bi birokratska racionalizacija mogla da spreči destruktivnost društvenih konflikata (Đurić 1987). Međutim, leвица se okreće pokušajima da se razviju mehanizmi koji bi javno mnogoboštvo učinili korisnim za samu birokratiju (Keane 1984b). Umesto anarhičnog, revolucionarnog civilnog društva 19. veka, današnji pluralizam se pojavljuje u vidu samoorganizujućeg građanstva, a naspram loših učinaka državne uprave. Ono što se traži jeste stalna *artikulacija države i civilnog društva*, tako da ne dođe do toga da, po Habermasovim rečima, “fiskalno crpljeni resurs ‘vrednost’ mora supstituirati ograničeni resurs ‘smisao’” (prema Stojanović 1985: 85). U stvari, akteri civilnog društva, pre svega društveni pokreti, jesu izvori smisla, te od njihovih konflikata zavisi i koherentan rad same države (Jessop 1990: 351).

Kriza legitimiteta države blagostanja stoga nije posledica nekog haosa stvorenog od strane društvenih pokreta, niti je istinita neoliberalna tvrdnja o birokratskoj okupaciji društva, već se razlog sastoji u tome što je *država primorana da bude u “pozitivnoj subordinaciji” u odnosu na kapitalističku ekonomiju*, kako kaže Džon Kin (Keane 1984b: 15). Ili, Kastelsovim rečima, da polako ali sigurno *država*

ugrožava sopstvene osnove pokušavajući da savlada burne vode globalnih mreža moći (ID2: 249). Država gubi suverenitet nad monetarnom politikom, trpi zbog preseljenja proizvodnje i trgovinskog deficita, pada u fiskalnu krizu i zavisnost od stranih ulaganja, uz rastući spoljni dug i, konačno, gubitak kontrole nad informacijama i zabavom (ID2: 259). Daleko od toga da država može da ostvari kontrolu nad privredom. Ona konstantno pomaže proces akumulacije u želji da postigne punu zaposlenost, kao i da stvori infrastrukturu, odnosno preduslove uspešnog funkcionisanja privrede. Država garantuje privatnu svojinu a istovremeno se nalazi u finansijskoj zavisnosti od reprodukcije takve ekonomske organizacije. Privatni akteri stoga osvajaju poseban položaj iz kojega mogu da utiču na državnu strategiju kako bi ispravili one aspekte koje smatraju suprotnim svojim interesima, što država na kraju plaća gubitkom autoriteta i racionalnosti (Ofe 1999: 98). Fuzija politike i ekonomije prvenstveno škodi samoj državi. U pokušajima da pribavi masovnu lojalnost država često ulazi u probleme sa upravljačkim deficitom, zbog čega postaje laka meta libertarijanske i korporativne desnice. Iako je značajno poboljšala kvalitet života nižih slojeva, nastojeći da ih učini građanima u punom smislu, država biva optužena za sve društvene kontradikcije, uz zahteve za povratak tržištu kao vrhovnom regulatornom principu. Kriza racionalnosti i legitimiteta nije izvor krize motivacije, već joj je paralelna (Held 1980: 295).

Država blagostanja pati zbog suviše birokratizacije, i Kastels primećuje da će građani to simplifikovano prepoznati kao rasipništvo (ID2: 294). Reprodukcijska (ali i transformacijska) takvog društva iziskivala bi centralizovani intervencionizam visokog stepena, da ga administracija ne bi mogla racionalno sagledati. Štaviše, korupcija je izvesna u slučaju da neka specijalizovana državna agencija okupi ograničen broj interesnih grupa. Institucije slabe jer se formalnoj proceduri suprotstavljaju neformalne pogodbe i oligopoli. Država je proširila svoje nadležnosti kako bi sprečila da je iskoristi jedan društveni sloj, međutim, novonastala država blagostanja u stvarnosti je još vrednija nagrada, još privlačniji cilj (Lowi 1979). Nije reč, dakle, o masovnoj demokratiji, jer vlade i ne služe mnjenju većine nego posebnim interesima koji ignorišu bilo kakav dogovor masa, što prihvataju i autori poput Fridriha fon Hajeka (2002: 347). Optužbe da je država u krizi zbog neradnika ili kontrakture preplavljaju političku sferu, ali donose bar jedan uvid: da država svakako ne može da sprovede utopijske namere levičara, bez adekvatne i snažne civilne strategije u budućnosti. Iako to deluje

kao kohabitacija, demokratski socijalizam je krenuo svoju teoriju da razvija u liku posebnosti civilnog društva i njegovog odnosa sa privatnim kapitalom i intervencionističkom državom.

To je prilično realan zaključak onda kada se nisu ispunila očekivanja da se “baš u kriznim društvenim situacijama jasnije kristalizuje socijalni identitet različitih društvenih klasa” (Pavlović 1984: 137). Upravo suprotno, talas intelektualaca razočaranih socijalizmom u njegovim različitim vidovima (Habermas 1982; Ofe 1999; Lefor 2003) nosi uvid da država ne može da proizvede društvenu jednakost, koju je navodno sakatila samo buržoaska demokratija. Smatralo se da su sloboda i istinska vlast nemogući u kapitalističkim državama, jer se na izborima bira mala frakcija koja nije odgovorna građanima, kao i da vlast suštinski pripada bogatima, te se državnicima i mediji samo prilagođavaju stavovima i ambicijama viših klasa. Štaviše, sada komercijalni mediji donose dah slobode, dok “gvozdeni zakon oligarhije” uvodi paradoks u marksističku teoriju, budući da se postavlja pitanje da li je država organ klasne vladavine ili je nastala kao potreba industrijskog društva, što je dilema Džona Plamenca. Marksisti prihvataju industrijalizam kao uslov napretka, ali ako je industrijsko društvo moguće organizovati samo na način da generiše nejednakosti, onda ni socijalistička država ne može biti demokratska (Plamenac 2006: 60), a samim tim ni država blagostanja. U uslovima globalizacije, Manuel Kastels još jasnije pokazuje da *država koja podupire privredni prosperitet snažno povezuje konkurentnost, produktivnost i tehnologiju* (ID1: 121), *umrežava se sa korporacijama, i time stvara još veću društvenu slojevitost*, sa uvećanim vrhom, još više dnom, i istanjenom sredinom. Radna snaga postali su “slabi pojedinci, dani u zakup fleksibilnoj mreži, kojih je položaj nepoznat i samoj mreži” (ID1: 307). Rečju, prekarijat, privremeno zaposleni i nedovoljno zaštićeni radnici, koji uvezuju velike reči poput konkurentnosti i profitabilnosti, ali su umnogome odvojeni od njihovih dobrobiti.

Stoga se krenulo sa odbacivanjem teze da je demokratija nemoguća u uslovima društvene nejednakosti, takav esencijalizam je odbačen kao iluzija, jer i ne postoji drugačije društvo do konfliktnog i nepravednog, sem ako se za njega ne izbere. Vlast je više neka vrsta “*praznog mesta*” (Lefor 2003: 34), koje niko ne zauzima, već je vladanje “iskomadano”, a društvo nikakav organski totalitet. Političko društvo mora da ostane “*partikularističko društvo*”, posledica prethodnih strategija, proizvod nekoliko

partikularnih logika, a ne potpuno funkcionalan sistem. Reč je o poststrukturalističkom poimanju države, koja nije jedan centralni instrument represije, prestaje da se zamišlja kao nosilac suverene monolitne moći, već moć postaje konstitutivan element svakodnevnih odnosa. Država postaje samo jedno od mesta kojim se vlada društvom (Finlayson 2006: 169), ne zato što je to puka činjenica, već i što je poželjno stanje usled straha od mogućeg totalitarizma. Time se u nešto izmenjenom obliku ponavlja tvrdnja kritičke teorije da društvo više nije uslovljeno samo ekonomskom krizom, već se dominacija ostvaruje i u simboličkom domenu. Odnosno, da i politički i kulturni faktori pospešuju razvoj hegemonije i otpora.

Poslušnost u kontekstu privredne eksploatacije se objašnjava u terminima vrednosti i uverenja date kulture i njene industrije. U slučaju poststrukturalizma, tome je pridodat i jezik kao konstituent realnosti, kao i disciplinski diskursi pomoću kojih se uspostavlja socijalna kontrola. Shodno, tome, ono što je levičarima ipak zajedničko jeste ideja emancipovanog društva, ljudi koji se oslobađaju odnosa dominacije, mada retko i teško uspevaju u tome, ali ključna poluga u toj postavci jeste sposobnost učesnika da aktivno kontrolišu svoje živote, kao i na zadovoljavajućem nivou razumeju funkcionisanje privredne, političke ili simboličke sfere. To kod Kastelsa svakako nije shvaćeno kao civilno društvo koje konstruišu suštinski prosvećeni akteri, kao što je navedeno realnija mogućnost je fundamentalizam, ali u svakom slučaju je generalna karakteristika nove levičarske misli napuštanje uverenja da su institucije same po sebi dovoljne, da vlada može da kontroliše privredu, da je stranačka demokratija garant pravednog zakonodavstva, ili da je pravda zadovoljena maksimizacijom koristi. U stvari, ova intelektualna struja veruje da bez učešća građana ne može doći do ograničenja sve globalnije moći kapitala, svojevrstne “demokratizacije ekonomije”, te da je *politizacija ekonomske i privatne sfere neophodna* (Beri 2007: 365). Premda zahtevi civilnog društva mogu biti radikalni, oni nisu i nasilni. Iako dovode u pitanje čitav sistem, pluralistička strategija koja ih podupire doprinosi konsolidaciji demokratije (Pavlović 2006: 83). Samim tim, razvijanje participacije proporcionalno je jačanju nove političke kulture i njenog kapaciteta za demokratskom promenom.

I tenzija između reprezentativne i participativne demokratije razrešena je naglašavanjem učešća građana, stalnom orijentacijom ka javnosti. Nasuprot elitističkim stavovima, da je apatičnost u stvari korisna jer dopušta vladi da nesmetano radi, ovde se

deficit javne konekcije shvata kao kriza demokratije, kao donošenje odluka u skrivenim, privatnim sferama (Couldry, Livingstone & Markham 2007: 12). *Participacija postaje centralni pojam*, neizostavni element demokratije. Aktivističko civilno društvo proizvodi jednu mnoštvenost koja se suprotstavlja moći iz više pravaca i u višestrukim formama, tako da se moć “raspršava” (Couldry 2003: 44). Moć država i korporacija u tom kontekstu nije toliko postojana i centralizovana, već zavisi od odnosa u čitavom društvu i izvan njega, na molekularnom, svakodnevnom nivou. Zamišljena kao oslabljena, nikad sasvim koordinisana i konsolidovana, moć je ranjivija pred naletima društvenih pokreta ili građanskih udruženja. Iz ove “kapilarne perspektive” proizlazi i *napuštanje koncepcije ujedinjene javnosti u korist mozaika različitih, međuzavisnih i preklapajućih sfera* (Milivojević 2015: 134; Barnett 2004: 70). Multiplicitet dobija prednost u odnosu na jedinstvenu javnost. Naglašavaju se mreže kao antihijerarhijski oblici mikromobilizacije, koji svakodnevno eksperimentišu sa sopstvenom društvenošću (Lievrouw 2011: 175), premošćavajući masovne i interpersonalne procese (Ibid: 230). Reč je o dinamičkim modelima koji u malim zajednicama stvaraju alternative postojećem poretku, laboratorije za praktikovanje budućih promena.

Ograničavanje moći sprovedeno je pluralizacijom, širenjem mesta na kojima odluke mogu biti donesene, umnožavanjem institucija civilnog društva i države u kojima građani mogu da učestvuju. Ali demokratizacija države ne podrazumeva samo izbegavanje preterane birokratizacije i opunomoćavanje ekspanzije civilnog društva koje bi je nadziralo i pozivalo na odgovornost. Nasuprot sna klasičnog liberalizma priželjkuje se monteskjeovska ravnoteža, prema kojoj *civilno društvo* nije tek kontrabalans državi koju može da rasformira u svakom trenutku, ili je kao nužno zlo polako ukida, već da zajednički, *s vladavinom prava i podelom vlasti čini trostruko ograničenje moći, s uverenjem da društvo, uprkos svemu, ne može da opstane bez države* (Pavlović 2011: 226), i obrnuto. Civilno društvo, prepušteno samo sebi, neće automatski postati pravedno, egalitarno i decentralizovano, pošto će se zasigurno pojaviti društvene grupe ili klase sa suprotnim tendencijama. Nekoordinisano društvo bez pomoći države lako će upasti u stanje paralize i žestokih konflikata. Naravno, to ne može da odvede do levičarskog ekstrema prema kojem je civilno društvo tek buržoaska tvorevina, maltene gramšijevski aparat hegemonije, ali ni u desničarsku fantaziju neoliberalnog tržišta koje bi prožimalo kompletan život (Dahlgren 1995: 126).

Više ne može da se prihvata ni prirodna nevinost civilnog društva, niti hobsovska ili anarhosindikalistička rešenja, već uzajamno ispomaganje i napredovanje civilnog društva i države u procesu *dvostruke demokratizacije* (Keane 1988). Bez autonomne sfere koja će nadgledati upotrebu političke moći i sama država će postati plen posebnih interesa, ili zastranjivati na druge načine. Država bez civilnog društva ne može stvoriti demokratski poredak, ali samom društvu je potrebna pomoć države prilikom rešavanja sukoba i pitanja redistribucije. Čak i liotarovski postmodernizam iziskuje postojanje političkog aranžmana koji bi osigurali opstanak različitih jezičkih igara (Keane 1987: 13), kako društvo ne bi degenerisalo u različita geta. Rečima Džona Kina, “*moć civilnog društva i kapacitet državnih institucija mogu jačati zajedno u sinergetskoj interakciji, ili mogu propadati zajedno... demokratizacija – pluralizacija moći unutar civilnog društva zaštićena i osnažena odgovornim institucionalnim okvirom – jeste jedini mogući oblik odnosa između države i civilnog društva*” (Keane 1988: 61).

Nova levica odbacuje čistunstvo i u pogledu odnosa sa privredom, u odnosu na one koji radikalno razdvajaju te sfere, smatrajući da je slobodna komunikacija sasvim neekonomska, što prema Kinu (2003: 27) vodi ka pasivizaciji civilnog društva, koje mora imati složeniji odnos sa privredom. Pretpostavlja se da i ekonomski činioци mogu biti aktivni učesnici u institucijama civilnog društva, kao i da je sama privreda prinuđena da se osloni na kulturni kapital koji izvire iz samog društva. Poverenje i građansko poštenje možda je podjednako potrebno tržištu koliko i novac. Umesto Habermasovog ideala preostaje “*stvarno postojeća kulturna i konzumeristička demokratija*” (McGuigan 2009: 17), koja se suprotstavlja i neoliberalnim “*turbokapitalističkim*” ideologijama, koje pokušavaju da desocijalizuju tržište i otarase se solidarnosti i bratstva u samoj ekonomiji (Keane 2003: 78). “*Tamo gde ne postoje tržišta, civilna društva ne mogu da prežive. Ali ovo pravilo se može primeniti i u obrnutom sferu: tamo gde nema civilnog društva, ne mogu postojati ni tržišta*” (Kin 2003: 29). Ovo nameće zaključak da tržišna privreda svakako jeste često neprijateljska prema civilnom društvu, destruktivna prema poretku, ali i neophodan sastojak demokratije kao beskonačnog projekta.

Ali, čini se da misao nove levice sve više odstupa od Kastelsove. Suštinska razlika jeste ona između normativnog i empirijskog modela. Naime, valja proveriti kakvi su istinski odnosi tržišta, civilnog društva i države, a pritom imati na umu da

kritička perspektiva može da priželjkuje, ali svakako ne i da potvrdi da je postojeće stanje najbliže ravnoteži. Takođe, nije zgoreg naglasiti da je sasvim legitimno držati da se “odnosi moći ne emituju iz jedne centralne tačke ili iz jednog žarišta suvereniteta, nego u svakom trenutku idu od jedne tačke do druge u polju sila, proizvode savijanja, zaokrete, preokrete, prevrate, promene pravca i otpore” (Delez 1989: 78). No, to je više potencijal nego stvarno stanje. Fukoovski gledano, dominacija možda jeste precenjena u društvenim naukama, jer se u društvu više mogu pronaći odnosi moći kao “*složene strateške situacije*” (Fuko 1982: 84), koja podrazumeva: *mногоstrukost odnosa sile i lance*, odnosno sisteme koje ti odnosi formiraju, a koji *u neprestanoj borbenoj igri stvaraju strateški obrazac*, institucionalizovan u državnim aparatima. Takva hegemonija u stvari je, podseća Kejt Neš (2006: 15), “ideologija otelotvorena u kolektivnim oblicima života”, tako da je moguće sve odnose posmatrati sa aspekata moći i sukoba.

Ono što se tu događa, a što kritikuje klasični marksizam, pa i klasična sociologija, jeste zamagljivanje samog žarišta dominacije. Slobodan Antić (2006: 17) to ilustruje tvrdnjom da se iz fukoovske perspektive jedna bilijarska kugla kreće iako je nisu udarili ni štap ni druga kugla. Drugi, naučnofantastični primer bio bi da Marsovci nekim slučajem mogu da pomisle da su semafori bogovi, pošto svi izvršavaju njihove svetlosne naredbe, gde su zeleno i crveno znaci prekidanja ili otpočinjanja molitve za domorce u vozilima na četiri točka. Ipak, mislim da mrežni pristup zaslužuje bolje. Tvrdnja da kuglu uvek mora da udari druga kugla ili štap nije još sasvim naučna tvrdnja. Ona je više ideološka. S druge strane, podjednako preterivanje bi bilo da kuglu pomera sam sto, kao nepokrenuti pokretač. Ali istinski mrežni pristup mora da se nađe između dva ekstrema, upravo kroz ideje strateške situacije i dominacije, koje su u srcu Kastelsove teorije umreženog društva. Ni gidensijanska strana Kastelsovog pristupa ne može samo da se fokusira na rutinizaciju praksi i banalnu društvenu reprodukciju, već i na borbu i refleksivnu promenu, tako da se uvaži “dijalektika kontrole u društvenim sistemima” (Giddens 1984: 16).

Stoga, ako su privreda, društvo i država bilijarske kugle, držati da je jedan faktor odredio dalji tok događaja možda je, strukturalno gledano, olakšana metodologija, ali ostaje upitno da li je i tačna. Umesto izolovanja faktora upravo *mreža s više čvorišta može ponuditi adekvatnije objašnjenje, koje nije zasnovano na krutom piramidalnom*

procesu, nego mreži u kojoj usko grlo može biti neočekivano, naime, to mogu biti i mediji. Država kod Kastelsa stoga teško da je došla do shvatanja svog iracionalnog položaja, a da nije bila na druge načine, paradoksalno, čak i od strane sopstvenih građana, pritisnuta da relaksira regulaciju u nekim oblastima, pa i u slučaju kontrole informacija. Tržište možda nudi slobodu medija i vodi do nekog stepena željene profesionalizacije, pa i ekonomskog prosperiteta, ali po koju cenu? Civilno društvo nije sfera salona i analitičke štampe, već jedan nered prepun plemena, religija, emocija, više nego razuma. Kakve sve kombinacije ovi domeni mogu proizvesti, i kakve sve posledice u globalnom kontekstu mogu nastati, upravo je najava jednog sve *nehumanijeg umreženog društva, "kombinacije čvrste arhitekture i promjenljive geometrije"* (ID1: 178), gde su *"prijatelji i neprijatelji isti"* (ID1: 196).

Dakle, da bismo rezimirali, hipotetički okvir koji nam je levičarska politička misao ponudila omogućava nam da razumemo njihove dileme u kontekstu propadanja socijalističkih zemalja i krize države blagostanja, te potrebe redefinisanja odnosa u trouglu civilnog društva, administrativnog aparata i tržišta. Rigidno razdvajanje ovih entiteta je relativizovano, ponekad sasvim odbačeno zarad kompleksnijeg sagledavanja njihovih međusobnih veza. Svaki domen ponaosob stvara pozitivne elemente koji cirkulišu po čitavom društvu, ali isto tako se pojavljuje potreba da druga dva entiteta koriguju negativne strane prvog. Birokratija bi u tom smislu sprečavala preterane tržišne kontradikcije i posredovala u građanskim konfliktima pre svega kroz potrošnju više nego proizvodnju, kako Kastels pokazuje. Zahtevi civilnog društva povoljno utiču na reorganizaciju privrede i države, a samo tržište može učiniti ostala dva polja efikasnijim, snažnijim ili fleksibilnijim. *Kastels se, ipak, distancira od ovakvog normativnog, dobronamernog, ali ipak empirijski pogrešnog modela.* On ovde istinski razmišlja kritički. Borba jeste značajniji proces od saradnje u ovako zamišljenom društvu.

Država je posustala pred globalizacijom kapitala, i dovela se u stanje da mora da mu služi, kako ne bi bila sasvim marginalizovana. Time se otuđila od sopstvenog stanovništva, koje je neretko reagovalo kroz ksenofobiju, netoleranciju, fundamentalizam ili tribalizam. Kastels gotovo proročki, mada sasvim empirijski pronalazi konflikt nacije i države u SAD-u, oličan u kritici rasipnosti Vašingtona, problematike spoljnotrgovinskih ugovora i propagiranja protekcionizma, pretnje

terorizmom i javljanja izolacionističkih ideja, kao i odbrane privatnog života, u smislu značaja porodice, heteroseksualnosti, patrijarhata, i naravno nošenja oružja. Protivrečnost je sasvim očita u toj disonanci republikanskog glasačkog tela, osiromašenog globalizacijom, koji istovremeno napada velferizam, koji identifikuje sa socijalnom pomoći drugim rasama, ekološkom zaverom ili abortusima, a da pritom podržava političku elitu koja veliča slobodno tržište i smanjuje radna prava, ali nudi obećanje povratka tradiciji i ublaženi aparthejd (ID2 294-301). Ovo je gotovo savršen opis nastupa Donalda Trampa, kandidata za predsednika ispred Republikanske partije, za kojeg se može reći da deluje kao da je bukvalno pročitao ove stranice Kastelsove knjige, i bez izmena ih primenio, predstavljajući se, paradoksalno, kao milijarder koji je bliži Berniju Sandersu nego Hilari Klinton, na strani obespravljene, pretežno muške i bele, radničke i niže srednje klase.

Taj paradoks više ne može da objasni ideologija. Mreža je više od toga. Lako je reći da je Tramp neiskren u svojim povlađivanjima glasačima. Teže je pretpostaviti da će oni biti umireni tek retorikom. Marksistički rečeno, svest Trampovih glasača je lažna, ali njihova klasna pozicija možda je revolucionarna, ona paradoksalno spada u takozvanih 99% Occupy pokreta. Ovo civilno društvo, ma koliko mračno izgledalo, posebno radikalnoj levici, može izazvati multidimenzionalne društvene promene. I to je glavni nauk Kastelsove teorije, da promena nije tek ona koja ide ka balansiranju civilnog društva, tržišta i države, nego ka “*metadruštvenom neredu*” (ID1: 500), “*varvarsko-nomadskoj dinamici*” (ID2: 361), gde pomenuta polja zauzimaju uglavnom borbene pozicije i uspostavljaju pretežno nepovoljne odnose. Mreža se pokazuje kao *informaciono društvo nejednakosti* (ID1: 250), najčistije kapitalističko društvo i civilizacija ikada, daleko od srećnije konekcije između polja. No, Kastels i dalje veruje da je to samo jedno naličje mreže, da ona može biti upotrebljena na druge načine, što će pokazati naredna poglavlja. Ovo će nastaviti sa opisom umreženog društva.

4.4. Planetarna mreža i tehnologija

Globalizacija se primarno razume kao preuređenje strukture proizvodnje i potrošnje na međunarodnom nivou, tako da dovodi do uvećanja pokretljivosti sirovina, kapitala, roba i ljudi. Brzina relativizuje značaj distance između mesta gde se materijal

prikuplja, fabrike u kojoj se prerađuje i tržišta na kojima se roba prodaje. No, globalizacioni proces takođe menja političke i sociokulturne odnose, i oni se ubrzavaju, jačaju i šire od regionalnih do interkontinentalnih razmera. Vladimir Vuletić (2003) primećuje da su se izdvojili optimistički i pesimistički pristup izučavanju globalizacije. S jedne strane nalaze se *fukujamisti* s narativom trijumfa liberalne demokratije i neupitnim dolaskom svetskog mira, građanskih sloboda i ekonomskog prosperiteta. S druge strane, tu su *teorija haosa i sukoba civilizacija* Samjuela Hantingtona, takozvani “Jihad vs McWorld”, kao i *kritike neoliberalne eksploatacije* svih prirodnih i humanih resursa. Bez obzira da li neki vide *globalizaciju kao proces* (Imanuel Valerštajn) ili kao *projekat* (Pjer Burdije, Noam Čomski), u pitanju je *ideološka konstrukcija koja opravdava nekontrolisani razvoj kapitalizma*. Svet je u tranziciji ka neizvesnoj budućnosti, gde se ne vidi konačan rezultat, ali je jasna namera sticanja profita i marginalizacije neuspešnih, kao i otpor antisistemskih pokreta koji globalizaciju mogu razotkriti kao mit i izboriti se za egalitarnije društvo (Valerštajn 2005).

Nešto drugačiju klasifikaciju nudi Dejvid Held, koji razlikuje *hiperglobaliste, skeptike i transformacionaliste*. Po Heldu (2003), hiperglobalisti vide gubitak moći i autoriteta nacionalnih država pred bezličnom silom slobodnog tržišta, globalno širenje konzumerizma i hibridizaciju kultura, ali i razvoj svetskog civilnog društva. Rekonfiguracija dosadašnjih okvira ljudskog delovanja za hiperglobaliste je suštinska i nezaustavljiva. Skeptici, pak, ne vide svetsku privredu kao savršeno integrisanu. Hiperglobalistička teza je preterana, naprotiv, u vreme zlatnog standarda svetska ekonomija bila je razvijenija, a danas je krasi prvenstveno proces *regionalizacije* (Evropa, pacifička Azija i Severna Amerika) i interakcija nacionalnih privreda. Štaviše, vlade nisu žrtve već glavni arhitekti internacionalizovane ekonomije, koja gura Treći svet na periferiju i uvećava nejednakost na planetarnom nivou, što može dovesti do razvoja agresivnih nacionalizama i fundamentalizama i *sukobljenih civilizacijskih blokova*. Konačno, transformacionalisti ujedno vide globalizaciju kao prožetu protivrečnostima i kao *pokretačku snagu opštedruštvenih promena*. Ne samo da su neke države isključene iz procesa, nego i delovi država ili gradova, tako da se teritorijalnost i suverenitet moraju razumeti na drugačiji način, a države i ostali akteri bi trebalo da pronađu adekvatne strategije i pozicije u globalizovanom svetu.

Entoni Gidens smatra da su sada svi primorani da učestvuju, jer je najpogubnija isključenost iz globalizacionih procesa. Ekonomska jednakost za Gidensa (Giddens 2002: 18) je više rezultat lošeg upravljanja i izbegavanja globalizacije nego divljanja kapitalizma, što se vidi na primerima prosperitetnog azijskog Pacifika i siromašne Afrike. S druge strane, Kristijan Fuks (Fuchs 2012a) ne vidi mogućnost izbora za isključene regije. To jest, za Fuksa globalizacija nije ništa drugo do *reprodukcija lenjinistički shvaćenog imperijalizma*. Pored prostorne stratifikacije korporacija i političkih aktera, imperijalizam u lenjinističkom ključu karakterišu i ekonomska koncentracija i dominacija finansijskog kapitala, koji je sve pokretljiviji. Finansijalizacija, komodifikacija, privatizacija i hegemonija transnacionalnih korporacija stožeri su savremenog neoliberalizma (Fuchs 2012a: 47). U pitanju je, dakle, razilaženje tržišne ekonomije, države blagostanja i demokratije, koje su istorijski bile uvezane, a čije odnose neoliberali sada raskidaju u procesu likvidacije Zapada i propasti modernosti, kako to vidi Ulrich Bek (2003: 138). Globalizacija je po Beku *svetsko društvo bez svetske države*, dok je po Valerštajnu oblikuje borba jednih koji žele da zadrže postojeće privilegije i manjim ustupcima smiruju “opasne klase”, i drugih koji žele stvoriti novi sistem sa više ravnopravnosti i demokratije (Volerstin 2003).

Kastels se mora pozicionirati među navedenim stanovištima. Ne samo da ga mnogi vide kao fukujamskog apologetu, već to prerasta i u “desničarsko slavljenje informacionog kapitalizma”, kako tvrdi Bob Džesop (Jessop 2003: 40). Džesop ne samo da ne vidi pesimističke konture Kastelove teorije, prognoze višeslojnog sukoba civilizacija i kritike neoliberalizma, već smatra da je pozni Kastels napustio i “hijerarhiju strukturalne determinacije” (Ibid: 42), smatrajući da zanemaruje eksploataciju i kontradiktorne klasne odnose u temelju društvene organizacije. Kastelsa treba odrediti i naspram hiperglobalista, skeptika i transformacionalista, u pogledu bezličnosti tržišnih sila, regionalizacije ekonomije, deterritorijalizacije i ostalih protivrečnosti ili afirmacija globalizacije. Takođe, treba razmotriti da li je uopšte moguće utvrditi *stvaran uticaj informaciono komunikacionih tehnologija*, koliko je njihovo delovanje presudno, a koliko je reč o ustoličenju teorije komunikacija kao vrhovnog objašnjenja celokupnog života (Garnham 1998: 97). Za Kristijana Fuksa dilema je i da li je *pojam informacionog kapitalizma* nešto što može da se odnosi na privrednu celinu ili tek deo kapitalizma, u kojem su značajniji finansijski kapital,

energija i hiperindustrijalizam (Fuchs 2012a: 16). Koliko je, dakle, ovaj nesigurni, iščašeni “svet-dezertar” (Gidens 2003) nešto što Kastels slavi ili kritikuje treba da pokažu naredni redovi.

U jeku postmodernističke teorije, koja je raširenih ruku dočekala opsežne društvene promene, poput globalizacije kapitalističke ekonomije ili povlačenja socijalizma sa svetske scene, Manuel Kastels krenuo je u suprotnom pravcu. Umesto intelektualnog nihilizma, pokušao je da pronade neki smisao u tektonskim pomeranjima; naspram cinizma – transformativno društveno delanje. Nije ga omeo dominantni postmodernistički napad na ideju progresa i velikih otuđujućih centralističkih sistema, kako taj period opisuje Lio Marks (Marx 1998), već je Kastels nastavio da veruje u prosvetćenost i razum. U drugoj polovini devedesetih godina, Kastels je išao i protiv plime, tražeći alternativu Fukujaminom metanarativu kako bi objasnio drastično izmenjene istorijske okolnosti, a ne kraj povesti. Poduhvat kritičkog hvatanja u koštac sa *fuzijom tehnologije, kulture i biznisa, koji se “strukturiraju uz pomoć i oko Interneta”*, odnosno u njegovoj galaksiji (IG: 13), svakako je sadržao određenu ambivalentnost. Kao bivši marksista, pokušavajući da ne stane čvrsto na nečiju stranu, sem opšteljudske, Kastels je i dalje video moćne ekonomske strukture. Kao neko ko je sve više uviđao značaj tehnologije i njene interakcije sa društvom i prostorom (ID1: 404), rizikovao je pad u zamku tehnodeterminizma. Kastelsove kategorije često su, kako primećuje Lovink (2002: 36), instrumentalne, gotovo birokratske, nikad “antikorporativne”, istovremeno blagonaklone prema društvenim pokretima, kao da ne želi nikoga da uvredi. Neke stare ljubavi su, ipak, zadržane, budući da postoji i tendencija da se globalizacija definiše i u netržišnim terminima, prepoznavanjem multikulturalnog krajolika, te iskorišćavanjem planetarne komunikacione infrastrukture u demokratske svrhe.

Ako je globalna konstrukcija neizbežna, možda je kapitalizam tek jedan njen oblik. Možda je, nakon religijske sabornosti ili univerzalnosti prosvetiteljstva i marksizma, moguća formulacija nove globalne ekologije, sa ljudskim licem (Poster 2006: 47). Kastelsova teorija stoga može da se doživljava kao eshatološka, transformacionalistička, ali i vrlo oprezna, na mahove pesimistička, ali i tehnodeterministička, zavisno od toga koji deo sveobuhvatne slike je najviše naglašen. Pokušavajući da razvije tezu sa više povezanih kauzalnih faktora (ID1: 40), Kastels je

napustio teorijsku čistotu, verujući u dinamično i fleksibilno prilagođavanje raznovrsnim društvenim procesima koje posmatra. Iako suštinski empirista, Kastels veruje da je teoretiziranje reformistička društvena aktivnost, ne samo u smislu razumevanja sveta, već i njegovog poboljšanja. Teorije su sasvim upotrebljiva sredstva za opis postojećeg *shizofrenog odnosa između apstraktnog instrumentalizma, vezanog za ekonomsku i tehnološku globalizaciju, i partikularističkih identiteta koji se tome suprotstavljaju kroz nacionalne, religijske, ekološke organizacije ili rod*. “*Naša su društva u sve većoj mjeri strukturirana oko bipolarne suprotnosti Mreže i Sebstva*” (ID1: 39). Registrovana je, dakle, tenzija između umreženog društva kao postojećeg privredno-tehnološkog hibrida i različitih društvenih aktera, koji brane sopstvene vrednosti i eventualno žele značajnije prevrednovanje socijalnog pejzaža. Ovde bi trebalo da se pokažu “strukturne determinante društvene i političke moći u globalnom umreženom društvu”, kako bi došlo i do kristalizacije “moći komunikacija” (MK: 29).

Iako Kastels eksplicitno odbacuje tehnodeterminizam, sveprisutnost tehnologije u ljudskim životima, te sintetizujuće formulacije koje društvo ne mogu zamisliti bez tehnologije, niti tehnologiju bez društva, drže ovog sociologa i dalje pod pljuskom optužbi za takav redukcionizam (Curran 2003; Webster 2006; van Dijk 1999; Garnham 1998; Fuchs 2009, 2013). Kastels, međutim, ne prihvata jednostavne teze, prema kojima tehnologija određuje društvo, ili obrnuto, već insistira na mnogobrojnosti faktora, poput inventivnog preduzetništva, militarističkog faktora, naučnog progressa ili kulturnih vrednosti, budući da je i individualna potreba za slobodnom komunikacijom značajno uticala na razvoj interneta (IG: 12). *Pored proizvodnje, potrošnje, iskustva i moći, tehnologija čini poseban deo strukture umreženog društva* (Castells 2000b: 9). Složena interakcija pomenutih elemenata približava Kastelsa ideji medijske ekologije, i on ne krije naklonost ka Maršalu Mekluanu i medium teoriji (ID1: 359). Tehnologija je, dakle, neizostavni deo simboličkog okruženja, ali je daleko od arhimedovske tačke kakvu bi tražio čvrsti tehnodeterminizam. Čak i ako takvih momenata ima, oni se nalaze u okvirima medijske ekologije, to jest, unutar mekluanovskog razmatranja ne samo opštila već i kulturne matrice, kao i inisovskog viđenja sprege komunikacionih oruđa i moći. *Tehnologije* su, kao uči Lengdon Viner (Winner 1980: 126), “*način građenja poretka u svetu... društva biraju strukture za tehnologije koje utiču na to kako ljudi rade, komuniciraju, putuju ili troše*”, ali društvo je to koje im određuje svrhu. Stoga,

tehnološka paradigma kao osnova umreženog društva ukazuje ne samo na novum informacionalizma, već i na svetsku geopolitiku, globalnu ekonomiju, te američku kulturu slobode, u njenim libertarijanskim i kontrakturnim oblicima.

Ipak, uz rizik da bude etiketiran kao nomološki determinista, koji tretira tehnologiju kao nezavisnog agenta koji uzrokuje jedan mogući put promene (Bimber 1998), Kastels ukazuje i na to nisu sve posledice tehnologije društveno određene, nego da oruđa imaju i svoj autonomni momenat, koji se jednostavno ne može ignorisati. Društva koja ne pokažu sposobnost ovladavanja novim alatom, koji poseduje strateški značaj, mogu sebi lako zapečatiti sudbinu. Ako država nema intervencionistički kapacitet da iskoristi potencijal novonastale tehnologije, može lako da onespособi svoje najkreativnije institucije, uguši sopstveni razvoj, te postane osuđena na tavorjenje na marginama planetarne ekonomije. Društva su stoga primorana da se prilagode ili nestanu, i Kastels nudi značajne i surove studije slučaja srednjevekovne Kine (ID1: 43-46) i Sovjetskog Saveza (ID3: 17-76), kao žrtava nespretnog ili ignorantskog odnosa prema tehnologiji. U tom kontekstu, *uloga države je presudna za čitav proces integrisanja određene inovacije*. Pritom Kastels misli na državu kao organizaciju društvenih i kulturnih sila koje su dominantne u datom periodu. U slučaju informaciono-komunikacione revolucije, tehnologija je postala socijalno relevantna tek kada je ekonomski iskorišćena, kada je poslužila kao alat u “restrukturaciji kapitalizma” na globalnom nivou, zbog čega možemo zaključiti da je *ekonomski faktor oblikovao tehnologiju prema svojim vrednostima i interesima* (Stalder 2006: 25).

Možda otkrića u oblasti mikroelektronike nisu isprva bila kapitalistički predestinirana, ali su svakako vremenom postala deo takve strategije. Kastels to posmatra kao proces odigran u specifičnom istorijskom kontekstu, tako da rezultat nije ni puka slučajnost niti sasvim determinisan. Umreženo društvo je istovremeno i kapitalističko i informaciono, i kao takvo je alternativna koncepcija informaciono-društvene realnosti, kao što primećuje Denis Mekvejl (McQuail 2010: 564). Stvaranje znanja, obrada informacija, te delovanje znanja na znanje, postaje značajan element u procesu proizvodnje, možda i sam izvor produktivnosti, ali i nešto što obeležava ljudsko iskustvo i reprodukciju moći. Kastels (Castells 2004: 16; ID1: 85) ne krije da je *reganomika oblikovala informacionu tehnologiju osamdesetih godina*, i trasirala put ka današnjoj strukturi umreženog društva. Velike državne reforme, najčešće povlačenje

nadležnosti iz različitih oblasti, to jest, deregulacija i privatizacija (ID1: 256), dovele su do reorganizacije ne samo telekomunikacije već i čitavog društva, od finansijskih tokova do svakodnevnog života. Takođe, informaciona revolucija bila je vezana za velike gradove ili inovacijske sredine, i bez snage takvih čvorišta nije mogla da se sprovede, što omogućava Kastelsu da demistifikuje ideju prema kojoj nema povlašćenih u novoj društvenoj strukturi. Naime, budući da je početno transformativno stanje pratila uspostavljena nejednakost, Kastels izražava i strepnju da će to za duže vremena odrediti pravac tehnološkog razvoja, gde je u temeljima već učinjena nepravедna raspodela (IG: 282). Time stoji uz Džona Kina koji takođe uviđa da su “modaliteti komunikacije uvek strukturirani odnosima moći” (Keane 2013: 113), i da samo jedna demokratska korekcija može da zaustavi medijsku i društvenu dekadenciju, kao i hronično produblјivanje nejednakosti.

Mreža je tu pre svega metafora pomoću koje Kastels objašnjava restrukturiranje kapitalističkih društava i njihovo transnacionalno povezivanje. U nadolazećem informacionom dobu tehnologija je društveni činilac, ali kapitalizam je i dalje dominantan. Determinantu i dalje čine proizvodne snage, mada postoje zamerke da Kastels generalno pokušava da pomeri fokus sa negativnih posledica globalizacije i okrene se informacionim tokovima, koristeći vrednosno neutralne termine (Madsen 2002: 7). Pritom se pretpostavlja da, u skladu sa veličanjem infotokova, takav fokus može umreženo društvo predstaviti kao simpatičnu kosmopolitsku zajednicu sa blagom rizomatičnom prirodom. No, generalna nesposobnost razlikovanja postmodernističkog od poststrukturalističkog pristupa, po svemu sudeći zanemaruje one delove gde Kastels ukazuje na “drvene”, reganovske i centralizujuće delove mreže. U najboljem slučaju, nekim kritičarima ovako vrednosno neutralno prikazivanje deluje kao balistički izveštaj o putanji metka i pogođenoj meti, u skladu sa zakonima fizike, ali uz minimalno spominjanje onoga ko je povukao oroz (Stalder 2006:133), što nas stalno vraća na pitanje bilijarske kugle. Mreža svakako jeste interaktivna, fleksibilna, veoma decentralizovana, a informaciona ekonomija koja počiva na njoj sigurno je osobena, ali Kastels razumno zaključuje da ona izrasta iz industrijske ekonomije (ID1: 123), te ne može biti govora o jednostranom slavljenju novonastalog društva, koliko o njegovom istinitijem opisu.

Mreža je umnogome komunikaciona mreža. Ona je omogućila internacionalnoj ekonomiji da suštinski postane globalna. Razlika je u tome što je sa novom tehnološkom infrastrukturom privreda dobila sposobnost da radi u realnom vremenu, potpuno planetarno sinhronizovana, kao maltene jedna proizvodna jedinica (ID1: 125). Finansijskim tržištima sada je moguće danonoćno upravljati elektronskim putem, tako da se velike količine kapitala mogu prenositi klikom miša (Giddens 2002: 28). Preduzetnici „mogu sami da se odluče za mesto njihovog ulaganja, mesto proizvodnje, mesto oporezivanja, mesto prebivališta, i da ih postave jedne nasuprot drugima” (Bek 2003: 132). Kapital može brzo da se premešta, postajući sve nezavisniji od države, zbog čega se donose i sudovi da je došlo do preobražavanja društva u “hiperprostor čiste cirkulacije” (Bauman 1999: 50). Kastels stoga čini napore da ukaže da internet nije samo tehnologija već i “organizacijski oblik koji distribuira informacijsku moć, generiranje znanja i kapacitet umrežavanja” (IG: 293), i da samostalno nema nikakvu moć. Ignorišući činjenicu da se kroz tehnologiju društvene prakse materijalizuju, pretpostavlja se idealističko viđenje mreže, iako to uopšte nije Kastelsova ontologija. Mešanjem njegovih (ne baš toliko čestih) optimističkih stavova sa samom strukturom mreže odbacuje se čak i jedan pristup koji je u načelu nezavisan od Kastelsa kao “biografskog projekta” (Giddens 1984: 111), ne razdvajajući Kastelsove opaske ili želje od objektivnih karakteristika umreženog društva. Ostaje nam da, radi balansa, u tom slučaju insistiramo na potpuno suprotnoj tezi, naime, sasvim nehumanoj mreži, za šta u Kastelsovoj teoriji ima osnova.

Nesporo je moć u procesu emancipacije od klasične politike, koja teško može da zaustavi slabljenje protekcionizma ili radničkih prava. Jedina stvarna prepreka globalizaciji po Kastelsu je sama globalna konkurencija. Menadžment stoga mora da svakodnevno čini napore kako bi održao masovnu, a ipak fleksibilnu proizvodnju, da saraduje ad hoc sa različitim korporativnim akterima, decentralizuje sopstvenu strukturu radi bržeg prilagođavanja tržištu, a da sutra možda čini sasvim suprotno, zavisno od potreba održavanja konkurentne prednosti. Kao što je već pominjano, ova organizacijska logika toliko je dinamična da može da najčešće ima samo privremene prijatelje i neprijatelje, koji već dan kasnije menjaju položaj (ID1: 196). Suštinski, kompanija čini ono što je oduvek činila u kapitalizmu, ali nove tehnologije su donele neslućenu brzinu, insistiranje na detaljima, kao i fleksibilnu produkciju. Namera je da

sve globalno cirkuliše, ali to ne podrazumeva da je država stvar prošlosti, i da je globalizacija sasvim sprovedena. Poenta je više u insistiranju na *simultanom umrežavanju i disperziji*, budući da ekonomske i političke elite i dalje mogu da koncentrišu moć (Castells 2003a: 27), ali i da je gube.

Ovakvi momenti navode teoretičare poput Boba Džesopa na zaključak da je Kastels naturalizovao kapitalizam, jer je pokazao da može da iskoristi potencijal digitalne tehnologije, za razliku od komandne ekonomije (Jessop 2003: 40). Džesop smatra da je rani Kastels više naglašavao otpore, te da je konceptom mreže sasvim obrnuo determinaciju. Naime, kao marksista, Kastels je na eksploataciji i klasnoj borbi gradio društvenu organizaciju, pa su *iz kontradikcije proizlazili i tržišna konkurencija i transformacija prirode*. Mrežni Kastels, pak, počinje s transformacijom, govori o odnosu kompetitivnosti, inovacija i produktivnosti, ali ignoriše eksploataciju (Ibid: 44), što ga po Džesopu pomera ka ideološkoj desnici. Možda je Džesopova kritika preterana. Iako se Kastels manje bavi eksploatacijom, on ističe i „*restrukturiranje odnosa kapitala i rada*” (ID1: 301), tako da je rad sve manje plaćen, sve više nesiguran i privremen, a sve češće i nepostojeći, u slučaju evropske systemske nezaposlenosti. U pitanju je fleksibilna i institucionalno nezaštićena radna snaga, i Kastels uopšte ne negira da je proizvodnja i dalje oblikovana klasnim odnosima s ciljem aproprijacije viška (Castells 2000b: 8), s beskrajnim ponavljanjem društvene podele na pobednike i gubitnike. Radnici su kolektivno razbijeni, postavši „slabi pojedinci, dani u zakup fleksibilnoj mreži... *društva su postala/postaju dualizirana*, sa značajnim vrhom i značajnim dnom na oba kraja strukture zanimanja, pa je na taj način smanjena sredina”, a „*informacijski rad je potaknuo još temeljniji proces: dezagregaciju radne snage, koja najavljuje umreženo društvo*” (ID1: 307). Kastels, dakle, uprkos nešto neutralnijoj terminologiji, stvari postavlja kritički.

Informaciono-komunikaciona mreža itekako je vezana za postojeće moći, i Kastels pod trenutnom globalnom ekonomijom misli na tri međusobno povezana regiona, čije se poslovanje dalje razgranava u preostale delove svetske privrede. Budući da Kastels svoje *Informacijsko doba* piše u drugoj polovini devedesetih, može se dodati očekivanje da će se skupu pridružiti Kina ili Rusija, ali to bi samo kvantitativno izmenilo Kastelsovu tezu o *troughu bogatstva, moći i tehnologije* (ID1: 132), koju čine *Severna Amerika, Evropska unija i azijski Pacifik*. Preostali delovi planete primorani su

da se prosto prikače i nadaju milosti od ova tri središta, stoga se razvija jedna *hijerarhična, vrlo asimetrična mreža, izvan koje se nalaze jedino diskonektovani, nepotrebni delovi planete*. Mreža će fragmentirati teritoriju i integrisati samo one komponente od kojih ima direktne koristi. U slučaju crnog kontinenta, to može i bukvalno značiti da su dijamanti i nafta in, a stanovništvo aut. Čak i pojedini gradovi mogu biti globalno povezani a na lokalnom nivou “fizički i društveno iskopčani” (ID1: 430), tako da jedan isti grad može istovremeno objediniti prvi, drugi i treći svet. Takozvani “prostor tokova” može da poveže različite aktivnosti i informacije u jednu funkcionalnu geometriju, i zanemari sve što, informatički rečeno, nije naloženo početnim programskim algoritmom. Tok poslovanja firme poput “Benetona” imaće konekciju sa turskim proizvodnim ispostavama, dok se prodajna mesta mogu naći na sasvim drugom kontinentu. Jedna desetina ukupnog društvenog proizvoda je potrebna da bi Sjedinjene Države obezbedile 38 od 62 strateške sirovine iz uvoza, npr. da zadrže kontrolu nad većinom (59%) naftnih nalazišta (Jakšić 2007:112). U određenom trenutku, takav algoritam može povezati veliki prostor u jednu proizvodnu jedinicu, ali, još važnije: “*društvena dinamika koja se formira oko mreža po svemu sudeći razara društvo kao stabilan vid društvene organizacije*” (MK: 41).

Očita neljudskost ovakvog sistema olako se relativizuje kod kritičara. Oni se usmeravaju na druge momente u Kastelsovoj teoriji, poput njegove ekstravagantne tvrdnje da ne postoji neko pojedinačno korporativno ili političko lice koje vrši spomenuto isključivanje, već da to čini mreža. Na slobodnom, umreženom tržištu ponašanje privrednih činilaca je uslovljeno, i oni ne rade sve po svojoj volji. *Mreža isključuje, uslovljava, povezuje, izražava moć, bezlična je i deluje kao mašina*. Feliks Stalder (2006: 133) zbog toga zamera Kastelsu da ovaj ne uviđa da je mašina programirana, da se ponaša na određeni način koji je suprotan pojmu autonomnog aparata, iako je Kastels programirane ciljeve mrežnog automata već spominjao (Castells 2000b: 16). Teorija umreženog društva Stalderu izgleda kao balistički izveštaj o putanji metka, meti, ali ne i počinitelju, koji se spomene tek u prolazu. Međutim, Kastelsov trougao bogatstva, moći i tehnologije poprilično demantuje ove tvrdnje, pogotovo što one ni same nisu logički konzistentne. Naime, to je ipak balistički izveštaj, ne reportaža s nekog bezazlenog događaja. Štaviše, umreženo društvo samo je nastavilo čuvenu “warfare” državu i ekonomiju, gde čitave industrije služe militarističkoj svrsi, u

simultanom povećanju odbrambenog budžeta i bezbednosne pretnje (Markuze 1979; Galbraith 1981; Jakšić 2007).

Takođe, kao što vidimo na slučaju Afrike i diskonektovanih mesta uopšte, postoji i globalna podela rada, od informacione radne snage preko industrije i proizvodnje sirovina, do onih najnižih i obezvređenih (ne)radnika. Uvreženo je i mišljenje da Kastelsova asimetrična mreža proističe iz razvoja informacione tehnologije, kao da globalna nejednakost nije istorijski fakat i početna pozicija umrežavanja, odnosno strukturalna datost, na koju se ekonomija direktno oslanja, zasnivajući politiku deregulacije i redukovanja radničkih prava i bezbednosnih standarda (Beck 2005: 151). Biznis je, dakle, i dalje bolno analogan, ali to i proističe iz same Kastelsove teorije, koja se pre svega doživljava kao slavljenički rizomatski libertarijanizam. I Entoni Gidens upozorava da se vizija Maksa Vebera o našoj birokratskoj budućnosti ne treba olako odbaciti. Naime, možda su se mreže pokazale adaptabilnijim, i zahvaljujući informacionoj tehnologiji uspešnijim načinom integracije u odnosu na hijerarhizovanu administraciju, ali time nisu postale samodovoljne. Gidens (Giddens 2006: 671) pretpostavlja da je verovatnija prognoza neka vrsta tenzije između birokratskih dinosaurusu i umreženog društva. Ali, i u ovom slučaju reklo bi se da Kastels ne deluje kao neko ko se u načelu ne slaže sa Gidensom. Ono što je moguć razlog ovakvog tumačenja *Informacijskog doba*, jeste zanemarivanje Kastelsovog duga prema medium teoriji, posebno Haroldu Inisu, i njegovom razmatranju komunikacije u kontekstu razvoja imperija i njihove administracije, te dijalektičkog procesa decentralizacije i recentralizacije.

Strukturu globalne ekonomije, ali i čitavog umreženog društva, stvarno čini "kombinacija čvrste arhitekture i promjenljive geometrije" (ID1: 178), i birokratija će tu nesporno pronaći svoje mesto. Arhitekturu karakteriše asimetričnost upravo u korist razvijenih područja, i polarizacija na informaciono bogate i osiromašene, kao i društveno isključene. Stoga samo na prvi pogled deluje da je Kastelsov rad jedna administrativna i nekritička studija, koja ne uviđa prožetost tehnologije strukturama moći (Fuchs 2014a: 57), jer Kastels naglašava da je ta arhitektura nasleđena, i da čini istorijski okvir razvoja globalne ekonomije. Koncentracija kapitala nije poništena, iako je sada odlikuje kreativnorazarački haos i varljivost mrežnog poretka. Reč je o nestabilnoj, dinamičnoj strukturi u kojoj su protivrečni trendovi konstanta; društveni

akteri uvek imaju suprotstavljene vrednosti i interese, sukobi su uvek prisutni, štaviše, *društva su "kontradiktorne strukture"*, formirane u spletu sukoba i pregovora (MK: 35), i čak se i menjaju kroz sukobe (IG: 152).

Prisutni su stalni tokovi kapitala, informacija, čak i tokovi simboličkih interakcija. Prostor u kojem ljudi žive prilično je fluidan, a istodobno predstavlja materijalnu podršku različitim društvenim praksama (ID1: 438). Prakse su prvenstveno glavnotokovske, potiču iz dominantnih društvenih struktura, kojima varijabilna geometrija najviše odgovara. Neometana mrežna protočnost je cilj onih koji žele da obezbede korisnu interakciju fizički udaljenih privrednih i političkih aktera. Njihova razmena je omogućena komunikacionom konfiguracijom, koja izražava pomenutu arhitekturu vladajućih interesa. Različiti čvorovi određuju funkciju i vrednost brojnih rukavaca, te oblikuju tokove kapitala i simbola. Umreženo društvo možda ima rizomatske delove, ali je itekako istorijski ukorenjeno, i čvorovi predstavljaju važne tačke u mreži, koje određuju njeno tkanje. Ako kojim slučajem to deluje suviše estetizovano ili elegantno, Kastels ponekad, uprkos umerenosti i priči o međunarodnoj saradnji tvrdi i da je Evropska unija ništa manje do "kartel" (ID2: 271), samim tim, nikakva utopija dobroćudnih mreža.

Možemo, dakle, govoriti o privilegovanim čvorovima, upravljačkim središtima, informatičkim elitama, budući da je umreženo društvo organizovano oko dominantnih interesa. Elita izrasta iz takvog ustrojstva, i dokazuje se ne samo sopstvenom organizacionom sposobnošću već i kapacitetom da dezorganizuje suparničke grupe, ne dozvoli im pristup tokovima moći, toliko da se Kastels (ID1: 453) pribojava formiranja *paralelnih svetova* u društvenom hiperprostoru. Tako bi bila stvorena strukturalna *shizofrenija između jednog, sveta performativnosti i surovih algoritama, te pojedinačnih ljudskih skupina, s druge strane*. Čak i imućniji sloj poželeće da se izoluje od društava kojima upravlja, stvaranjem posebnih delova grada, izdvojenih jednostavnim receptom – cenom nekretnina, ili specifičnim stilovima života, nedostižnim za podređene. U tom svetu postmodernističkom logikom se razbija tradicija, postojeći kulturni kodovi koji zadržavaju dalje prodiranje kapitala, i ostaje kulturna neodređenost, svojevrsni elektronski surfing koji obećava neograničene mogućnosti (ID1: 445). Treba, dakle, imati na umu, da opaske o rizomatskoj, neuhvatljivoj mreži, u koju, za razliku od

Heraklitovog rečnog sliva, ne možete nijednom da stanete, nisu suština nego dopuna glavne teze o umreženom društvu.

Istina je da Kastels svoju teoriju postavlja u ogromne transformativne okvire, i od sociologije urbanog je preko tehnološke paradigme lako došao do promišljanja globalizacije, naizgled primenjujući jednačinu koju je odbacivao: tehnologija + grad. Neki smatraju da metafora mreže ipak ne može da izdrži ispit, i da se kao snažniji koncept nameće polje Pjera Burdijea, kako smatra Mikael Madsen (2002: 12). Liotarom inspirisano tehnološko stanje, kojim je rekonstruisan predmet istraživanja, za Madsena je problematično, budući da je odnose svelo na interakcije. Razlika je, navodno, u subjektivnosti interakcija, utemeljenih pre svega u ljudskoj svesti, naspram burdijeovske objektivnosti odnosa koji postoje nezavisno od volje pojedinaca, i strukturalno deluju na ponašanje individua, kroz društvene hijerarhije i simboličko nasilje, uslovljavajući aktivnosti u društvenom polju. No, iako je ova podela na simboličkog Burdijea i neorealističkog Kastelsa upitna, još je zanimljivije da je kritika fukoovske strateške situacije potpuno obrnuta. Naime, da zbog smrti subjekta odnosi moći pomeraju bilijarsku kuglu bez štapa ili druge kugle (Antonić 2006), stoga je mreže teško svesti na intersubjektivne veze, kao da pozicije i odnosi aktera nisu objektivni. Informacijsko doba jasno se ističe konceptualnim fokusom na mobilnosti, na metafori fluidnosti (Beck 2006: 80), ali to ipak ne ide toliko daleko da bi Kastels tokove predstavio kao nezavisne od (trans)nacionalnih političkih i ekonomskih struktura, i skrenuo pažnju s analize odnosa moći. Takođe, Madsenova burdijeovska skepsa prema tektonskim pomeranjima usled informatičke paradigme možda promašuje cilj, budući da je Nik Koldri već prevrednovao Burdijeovu teoriju polja, uključujući koncept medijskog meta-kapitala, te Kastels u tom kontekstu nije usamljen. Uostalom, Kastels dilemu razrešava prilično jednostavno: ako nema ničega novog, zašto bismo bilo šta uopšte radili?

Mreže, koje su sveprisutne u ljudskim društvima, ali uvek lokalnog ili regionalnog dosega, izgledale su neugledno u odnosu na birokratske strukture. *Inferiornost društvenih mreža možda je ispravljena materijalnom podrškom u vidu novih informaciono-komunikacionih tehnologija.* Time je omogućeno mrežnom obliku organizacije da se proširi kroz maltene čitavu društvenu strukturu, menjajući njenu morfologiju. Reč je o dinamičnom sistemu sastavljenom od čvorova koji kontrolišu njene tokove. To su pre svega finansijski tokovi, koji čine “*metamrežu*” savremenog

društva (ID1: 496), mrežu svih mreža. Kapital egzistira u globalnom hiperprostoru, i odatle koordinira različite procese, dok je radna snaga individualizovana, te uz fleksibilan i generalno manje zaštićen rad – atomizovana. Da li je ovo rizično društvo tehnodeterminisano? Da li je iz jedne autonomne pozicije tehnologija delovala na društvo (Webster 2006: 121)? Da li je društvo svedeno na informatičke mreže, koje su potpuno nezavisan izvor produktivnosti i moći (van Dijk 1999: 20)? Da li Kastels tvrdi da su mreže neupotrebljive od strane represivnih režima ili gramzivih korporacija ili je esencijalista koji zanemaruje delovanje subjekata (Dahlgren 2013: 42)? Ako je Kastelsova teorija sama po sebi protivrečna, izgleda da je to karakteristika i njegovih kritičara. Ako finansije u stvari čine metamrežu, a ta teza nije promenjena ni u najnovijem izdanju *Informacijskog doba* (Castells 2010a: 503), onda to Kastelsa i dalje drži u zagrljaju svojih marksističkih učitelja. Ako i tehnologija doprinosi konačnom rezultatu, onda Kastelsova multidimenzionalna perspektiva nadrađa klasični strukturalni determinizam. Ako je “*horizontalno-pluralno-hijerarhijsko, odnosno mrežno shvatanje strukture društva*” (Petrović 2006: 162) još u povoju, onda zaslužuje šansu.

4.5. Globalni multimedijски sistem

Kako Kastels zamišlja mrežno komuniciranje? On smatra da su “strukturne determinante procesa masovne komunikacije” oličene u tehnologiji, kulturi i organizacionim i institucionalnim uslovima (MK: 29), odnosno, da je *umreženo društvo kontekst samog procesa komunikacije*. Kontradiktorni i konfliktni odnosi u tom društvu dobijaju svoje otelovljenje u spomenutim determinantama, te Kastelsa interesuje da li je i kakav je novi oblik time zadobilo kompletno polje komunikacije. On je definiše gotovo iz nehata, kao “širenje značenja razmenom informacija” (MK: 81), kao da komunikacija ne služi, pored podataka, i razmeni saznanja ili emocija (Radojković & Đorđević 2005). Iako se i sam fokusira na delovanje emocija u društvenoj komunikaciji, po svemu sudeći emocije razume takođe kao značenja, koja se prenose informacijama. Takođe, neke vrednosne iskaze poput “ljudi su jednaki” bi, shodno suviše informatičkoj definiciji, tretirao kao informacije, iako to u stvari nije podatak koji bi empirijski trebalo da se dokazuje (Roszak 2004). Ovo je u stvari vrlo slobodno razumevanje pojma

informacije, daleko od pretpostavljenog niza nula i jedinica, ali ne može se reći da opterećuje Kastelsovu teoriju. Informacija u tom smislu objedinjuje ono što Radojković i Đorđević nazivaju podacima, (sa)znanjima i emocijama, i nije toliko socijalno deficitarna ili nerefleksivna, koliko tvrde kritičari Liotara i Kastelsa (Gane & Beer 2008; Best & Kellner 1991).

Tako zamišljena, *komunikacija je određena tehnologijom, učesnicima i njihovim kulturnim kodovima, kao i protokolima ili obrascima komuniciranja* (MK: 81), pod čime Kastels podrazumeva same okvire unutar kojih se komunikacija odigrava (reklamiranje, brendiranje, infotejment, šering...). Sve je, naravno, zamišljeno u kontekstu umreženog društva, ali je, uprkos tome što je svestan postojanja interpersonalne komunikacije, u Kastelsa ona na neki način zamenjena masovnom samokomunikacijom, čija je glavna specifičnost u odnosu na interpersonalnu razmenu poruka ta da sadržaj potencijalno može dopreti do globalne publike. Samim tim, pored upitnosti same snage rasprostiranja ovog vida komuniciranja (Fenton 2012), izgleda da Kastels na kontinuumu od interpersonalnog do masovnog komuniciranja priželjkuje da novi vid interaktivne i dvosmerne komunikacije bude bliži drugom, masmedijskom obliku. Virtualna samokomunikacija lako može biti komunikacija o sebi (Deuze 2012: 241), samodovoljna i nedovoljno ambiciozna da istinski postane i masovna. Iako su se kod Kastelsa mogli pronaći momenti kada razmatra upravo digitalizaciju interpersonalne komunikacije, pa i tehnike narrowcasting-a i nadzora koje guše masovnu samokomunikaciju, ovaj “angažovaniji” Kastels okreće se više nego ikad manjinskim, kreativnim, aktivističkim pojedincima.

U sličnom kontekstu valja videti i drugu komponentu multimedijskog sistema. Ilustrativno je videti da svoje poglavlje o komunikaciji u digitalnom dobu Kastels počinje referencom Šilera, ali ne Herberta nego Dena Šilera, i samim tim već šalje poruku da ovo nije još jedna knjiga o američkom kulturnom imperijalizmu. Ipak, ako su glavne karakteristike imperijalizma dominantno jezgro, koje vrši pritisak na zemlje van centra, nameće im određene modele poslovanja (mardokizacija), bez reciprociteta između globalne i lokalne produkcije (Ampuja 2012: 80), Kastels svakako ovo tek koriguje u nekim detaljima, uz ukazivanje na regionalne industrije kulture. *Institucionalna strana globalne komunikacije nosi pečat komercijalizacije, koncentracije, tehnološke i poslovne konvergencije, ali i prilagođavanje korisničkim*

nišama, ali kod Kastelsa i dalje stoji nasuprot krutog modela imperijalizma, s uprošćenim viđenjem komunikacionih tokova i potcenjivanjem publike (Morley 2006). Ipak, uz organizaciono-institucionalnu i kulturnu determinantu procesa komunikacije ostaje i tehnološka transformacija, koje zajedno čine “izraz društvenih odnosa, koji se u krajnjoj instanci svode na odnose moći, i koji leže u osnovi evolucije multimodalnog komunikacionog sistema” (MK: 84). U načelu dakle, struktura multimedijjskog sistema je prožeta sukobima, i to odgovara kritičkoj paradigmi. Ostaje pitanje koje sukobe ili alijenacije Kastels ističe, i u kakvim su oni odnosima sa pitanjem emancipacije. Stoga valja redom razmotriti domene tehnologije i organizacije.

4.5.1. Konvergencija i masovna samokomunikacija

Brisanje granica između medija svakako je nezaobilazna pojava savremenog doba. Ovo uslozljavanje upotrebe medija, kao i same tehnologije, umnogome je motivisano smanjenjem troškova, i konvergencija je radosno dočekana na nivou proizvodnje i distribucije sadržaja (Curran 2009: 235), gde je znatno olakšan rad profesionalaca, ali i proširena mogućnost participacije primalaca. Kompanije su videle prednosti širenja tržišta i razvijanja kompleksnijeg odnosa s potrošačima, no Henri Dženkins (Jenkins 2006: 18) smatra da je publika sebe sve manje videla kao pasivnog učesnika komunikacije, i neretko se sudarala sa poslovnim interesima, odnosno, klasičnom industrijom kulture. U tom smislu, *istinska konvergencija jeste ona između korporativnog i korisničkog domena*, te njihovi sukobi, kao i odnosi saradnje, trebalo bi da obeleže samu kulturu umreženog društva. Manuel Kastels tako želi još jednom da obnovi ideju *suprotnosti mreže i sopstva*, ovaj put u vidu različitih ciljeva konvergencije.

S jedne strane, može se reći da se pod konvergencijom naziva ono što Džejs Karan vidi tek kao medijsku proliferaciju (Curran 2009: 243), sve veće umnožavanje različitih aparata, koje u stvari ne prati i obogaćivanje sadržaja. Naime, *mogućnost prijema istog sadržaja preko više tehnoloških formi* jeste glavna odlika ove, suštinski kvazi-konvergencije. Karan prema podacima iz 2008. godine ne vidi da je publika uopšte digitalno opremljena da se ravnopravno nosi sa medijskim gigantima, niti vidi pad nadmoći televizije, koja uz štampu zadržava u velikoj meri svoj stari modus

operandi. S druge strane, Henri Dženkins vidi pomeranje sa personalizovane potrošnje, odnosno publike kao selektora među mnoštvom sadržaja, ka umreženoj potrošnji, gde ljudi istovremeno participiraju, zajednički proizvode, koriste benefite digitalizacije i kompjuterskog umrežavanja svesno, a potom i konzumiraju neindustrijsko, uistinu mrežno bogatstvo (Jenkins 2006: 244-5). *Multimedijalni sistem stoga je određen tenzijom klasičnih masmedijskih delatnosti i samokomunikacije korisnika*, iliti prozumeru, koju kompanije pokušavaju da prepoznaju kao vid potražnje, koju bi onda mogli da bar privremeno fiksiraju za određenu ponudu, ili iskoriste u obradi podataka.

Ali, kako uviđa Denis Mekvejl (McQuail 2010: 343), niti je sasvim jasno šta konvergencija jeste niti šta će u budućnosti postati. Ona se oličava u nekim vrstama “konsultacija”, koje producenti obavljaju sa sopstvenom publikom kako bi udovoljili njenim željama, no niko ne garantuje da će to i dalje ostati najmanji zajednički imenitelj, kojeg na primer Teodor Adorno identifikuje kao prosečnog jedanaestogodišnjaka. Prosto praćenje amatera ne garantuje kvalitet, još manje može da ublaži prvobitne teze o industriji kulture koja gaji strah od mase. Facebook ili Youtube, kao stožeri prozumiranja, imaju sasvim komercijalne okvire, i nose opasnost komodifikacije, a ne rasprostiranja samokomunikacije u emancipatorskom smislu. Nik Koldri (Couldry 2012) ukazuje da takozvana “konvergentna kultura” može štaviše da odvoji ljude od raspodele društvene moći a ne da korisnike postavi u centar, što je stara ideja mobilne privatizacije Rejmonda Vilijamsa. Fanovi pop-kulturnih fenomena, i aktivisti uopšte, ne mogu da budu avangardni primer kako će se razvijati tehnološko opremanje stanovništva. Kastels je toga svestan, ali u angažovanom maniru umiva značajne prepreke.

Televizija se povezala s kablom i satelitom, konačno dobila i digitalni oblik, i tako dobila fizičku mogućnost da postane prenosnik ogromnog broja različitih kanala, potencijalno hiljade. Vreme provedeno uz televiziju po Kastelsu i dalje raste (MK: 87), i ona ostaje “najistaknutiji medij masovne komunikacije”. Ipak, televizija se fragmentira i obraća publici kroz specifične kanale, nudeći poseban sadržaj, namenjen različitim gledalačkim nišama. Kastels priželjkuje da namena narrowcasting-a prvenstveno bude “povećanje kulturne diferencijacije u svetu masovnih medija” (MK: 88). Pritom se poziva na Džozefa Tjuroa, za kojeg se ne može reći da to tvrdi, ili bar da ne tvrdi samo to. Naime, imajući u vidu podatak da jedva nešto preko petine (22%) uopšte ostaje da

gleda televiziju u toku reklama, dok drugi odlaze iz sobe ili se zabavljaju na neki drugi način (Schudson 2013), sasvim je jasno da je televizija nastojala da pronađe svoju publiku na različite načine. Tako tehnološka konvergencija pomaže televizijskim kompanijama da preko različitih platformi, i u različitim terminima, proda još više marketinškog vremena preduzećima koja žele da plasiraju svoj proizvod publici (Turow 2011).

Kastels je, pak, fokusiran na prilagođavanje sadržaja korisnicima. Njega više brine vertikalna integracija koja onda tek simulira “lokalno”, iako je u stvari čak i vremenska prognoza proizvedena od strane reportera iz centra, koji stvaraju privid da se uopšte nalaze u mestu ili regionu o čijim oblacima i klimi izveštavaju (MK: 89). Kastels ukazuje da su televizijske mreže, usled procene rashoda i koristi, čak i standardizovale sadržaj i nametnule jedan te isti proizvod kroz mnoštvo kanala, obrazujući upravo ono što je Džejms Karan nazvao kvazi-konvergencijom. S druge strane, to što je usled narrowcasting-a i sve većeg izbora medijskog sadržaja publika večernjih vesti od 1980. do 2006. godine pala sa 40 na 18,2 procenta, Kastelsa značajno ne zabrinjava, iako se javni prostor potencijalno razbija na male domene sa sopstvenim stavovima i vrednostima, što možda pomaže manjinama ali svakako ugrožava društvenu koheziju, štaviše, samu svrhu zajedništva (Curran 2009: 244). Doduše, i Karan i Kastels beleže generalnu dominaciju televizije, te u stvari različito vide tek budući razvoj kulturne diferencijacije. Dok Karana brine opšte dobro, *Kastels proliferaciju medija vidi kao paravan za još veću centralizaciju proizvodnje i standardizaciju sadržaja*, da postaje nebitno što su poruke kasnije decentralizovano isporučivane (MK: 90). To jest, sadržaj nije proizveden od strane neposredno prisutnih novinara, nego po procenjenom marketinškom modelu, prototipskim potrebama, što približava Kastelsa kako bodrijarovskoj hiperrealnosti, tako i delezovskom viđenju društva kontrole.

Ali, iako je došlo do drastičnog pada praćenja vesti, i uprkos tome što Kastels ne nalazi potvrdu da je tih nedostajućih 11,8% otišlo ka onlajn izvorima informacija, *on vidi masovnu samokomunikaciju kao fenomen koji će drastično izmeniti medijsku panoramu*. Kastels govori da je širenje infrastrukture interneta uzrokovano potrebama ujedno i javnosti i poslovnog sveta (MK: 90), no to uvećanje korisnika i ispunjavanje njihovih potreba ne razmatra kao u *Informacijskom dobu* dvadeset godina ranije, kada su to bile *zabavljачke kolibe, ali i pristrasne desničarske medijske niše*, koje karakterišu

koliko nesuvisla zabava toliko i opasnost fundamentalizma. Kastels iz nekog razloga pretpostavlja da će nove komunikacione mreže u stvari biti angažovane koliko i on sam. Interaktivna komunikacija, koju omogućava tehnološka konvergencija uvećavajući kapacitete prenosa, razara stare podele među medijima, počinje da ugrožava povlašćeno mesto starih informativnih redakcija, ali ne nudi nikakve garancije u pogledu naslednika. U stvari, Kastelsovo viđenje suviše je opšte, da je to naše “tkivo” (IG: 1), da ljudi “žive sa internetom” (MK: 93), da reprodukujemo mnoštvo intimnih, poslovnih, društvenih ili političkih veza, da je to svojevrsni životni multitasking. Međutim, neophodno je jasno naznačiti šta ljudi u stvari rade na internetu, na primer, ukazati na činjenicu da u Sjedinjenim Državama, kao i u Aziji, zabava dominira, dok je Ujedinjenom Kraljevstvu fokus na opštem komuniciranju (Cardoso, Liang & Lapa 2013: 221), kao i da je to u stvari klasno uslovljeno, tako što, uz prag obrazovanja, imućniji koriste digitalne medije češće radi informisanja. Odnosno, kulturni kapital je presudan u samom uspehu onlajn kreativaca (Curran 2012: 11)

Umesto toga, Kastels za relevantno smatra odnos tinejdžera prema televiziji, videći u tome budućnost korišćenja medija, koje je sve individualizovanije. Naime, oni ne mare za raspored programa, jer očekuju da će se medij prilagoditi njima i njihovom vremenu. Štaviše, tehnologija će ispratiti njihovu potrebu za samoizražavanjem, koja je sve zastupljenija u razvijenim društvima (Inglehart & Welzel 2005). Sve je počelo sa SMS porukama i šerovanjem fajlova, da bi onda blogovi kao istaknuti oblici masovne samokomunikacije postali značajni toliko da ih je 2008. godine bilo 112 miliona (MK: 94), a sada ih ima višestruko više⁵. Nesporan je, dakle, taj uspon masovne samokomunikacije, čak i moć blogova da podstiču participaciju čitalaca, da se međusobno povezuju i suprotstavljaju monopolu masovnih medija (McQuail 2010: 377), ali da li to govori išta o “revolucionarnim vidovima komunikacije” (MK: 95)? Naime, prema pisanju Njujork Tajmsa i sajta Technorati, svega 5% blogova je aktivno u periodu od poslednjih mesec dana, dok je većina neažurirana, ako ne i potpuno ugašena (Rogers et al 2015: 160). Novinar Tajmsa (Douglas Quenqua) se figurativno pita ko uopšte čuje pad bloga usred šume.

Možemo se pritom zapitati i šta bi blogosfera donosila čak i da je znatno aktivnija, kada blogeri najčešće pišu za sebe i zbog sebe, toliko da i sam Kastels priznaje da je ovo bliže “*elektronskom autizmu*” (MK: 95), iako odmah mora i da koriguje svoj uvid metaforom o poruci u boci koja plovi internet okeanom. To razdvajanje pojedinaca odgovara onome što je Rejmond Vilijams nazivao mobilnom privatizacijom, gde se mediji pojavljuju kao okrepljenje tokom vrlo dinamičnog života, ali koji plivaju suprotno društvenoj integraciji. Kao što smo videli, Kastels ipak primećuje delovanje samomenjajućih i anticipirajućih kalupa, prema kojima se upravlja dalje poslovanje medija, koji onda nude publici ono što na osnovu istrage samog korišćenja interneta prepostavljaju da će postati popularno. Ova anticipacija jeste neka vrsta panopticism, ali ne fukoovskog tipa, u smislu da tu ipak nadzor ne povlači za sobom i kažnjavanje ako, slučajno, ugroze vlastodršce (Petrović 2014: 629). Interesantno je da je Kastels na ovu opasnost upozoravao pre nego što je Džordž Buš postao predsednik, tvrdeći da postoji opasnost da naši onlajn identiteti u stvari budu konstruisani imidž onoga što se očekuje da mi na internetu budemo, zbog čega bi došlo do internalizacije cenzure (IG: 200), ali kasnije Kastels na fukoovske opasnosti gotovo da odgovara “pa šta?”, bez suza nad već učinjenim, ili narodski rečeno – prosutim mlekom. U stvari, kao što Petrović primećuje, Kastels zbog raznih Edvarda Snoudena i Wikileaks-a, pa i moguće monitorske ili nadzorne demokratije (Keane 2009), računa više na koristi nego na štetu koju panoptikonski digitalni mediji mogu doneti, i to ga vodi ka razmatranju delovanja društvenih pokreta.

To jest, Kastels ekplicitno ne odbacuje sopstvene ranije nalaze, poput one da *internet nastavlja da strukturalno individualizuje ljude i kroz medijsku praksu uklanja zajednički smisao, stvarajući različita iskustva društvene stvarnosti* (IG: 226). Kastels je, dakle, bukvalno govorio o otuđenju ljudi, koji bi personalizovanjem sopstvenih medijskih hipertekstova u stvari formirali jedan “*svijet slomljenih zrcala*”. Posle Bušovog mandata, u Kastelsovoj društveno angažovanijoj knjizi *Moć komunikacije* ovo nije toliko negirano poželjnim razvojem i širenjem virtualnih društvenih prostora, koliko je sklonjeno u stranu, zarad praktičnog programa delovanja. *Informaciono doba*,

<http://www.statista.com/statistics/256235/total-cumulative-number-of-tumblr-blogs/>

dvadeset godina ranije, proklamovalo je da će *svet multimedija i dalje imati upravljače i upravljane*, one kojima je najčešće pripremljen sadržaj i onda ponuđen navodni izbor (ID1: 398). Ono što je za Kastelsa promenjeno ne može biti sama podela koliko nastanak kompleksnije medijske logike. Individualni korisnici, to jest oni koji nisu udruženi u bilo kakvoj aktivističkoj grupi, i dalje su plen korporacija, ali plen drugačije vrste.

Naime, usled odlivanja publike sa starih ka novim medijima, korporacije su bile primorane da publiku potraže tamo gde je i otišla. Nije više bila stvar u tome da profesionalci znaju gde će ih gledaoci, čitaoci ili slušaoci čekati, već kako pronaći mogućnosti hibridnog suživota. Masovna samokomunikacija stoga je isto toliko marginalna koliko je i moguće buduće pravilo. Ako se samo pogledaju mogućnosti, možda se vidi na šta cilja Kastels, jer u okviru njegove knjige poglavlje o masovnoj samokomunikaciji jedva da zauzima desetak strana. Stare dobre organizacije civilnog društva u stvari su emancipatorski korisnici, ili krstaši masovne samokomunikacije. Ipak, kako objašnjava Eksl Bruns (2008: 31-33), *masovna publika je odavno postala roj*, u smislu da možemo znati gde sleće i gde ostavlja plodove samo ako medijska kompanija dobro opremi samo cirkulisanje roja. Kraudsorsing i slične tehnike moraju da se koriste oprezno kada pokušavaju da od publike kao roja izvuku profit. S jedne strane, platforma mora pomoći roju i usmeriti ga ka kreativnosti, uz simboličke nagrade poput broja klikova ili lajkova. U slučaju pokušaja da se od roja otme suviše, kako bi se više i zaradilo, to kopirajterstvo ili reklamerstvo u stvari može biti i kontraproduktivno. Kako kaže Bruns, “berba” ili “žetva” plodova roja mora biti dovoljno suptilna da ne odvraća publiku, koja bi to prepoznala kao uznemiravajuće zadiranje u njihov prostor, zbog čega bi se preselila na neke privlačnije destinacije. U tom smislu, *čuvanje kapija dobija fleksibilniju hijerarhiju*, i može poprimiti oblik nadgledanja, odnosno filtriranja sadržaja, pa čak i prepuštanja kompletnog procesa internet pretraživačima, društvenim mrežama ili onlajn agregatorima (Milojević & Radojković 2015).

Shodno tome, Kastels spominje Al Gorovu televiziju “Current”, gde su korisnici stvaraoci, a profesionalci urednici (MK: 100), i svakako da je to jedna formula umrežavajuće sinergije, gde dolazi do “*interakcije između horizontalnih i vertikalnih mreža komunikacije*”, tako da medijske korporacije pokušavaju ako ništa drugo ono bar da simuliraju izvesnu komplementarnost sa oblicima masovne samokomunikacije, kako

bi na kraju imali šta da ponude oglašivačima. To koliko je ovaj model i dalje nerazvijen govore i razmatranja poput Marka Andrejevića (Andrejevic 2013), koji strepi da ovo ne ostane zatvoreno unutar kapitalističkog biznis modela, gde bi kompanije poput Google-a brinule ne samo o amaterskoj produkciji nego i o kulturnoj baštini čovečanstva, koja treba da bude digitalizovana. Andrejević tome suprotstavlja ni manje ni više nego ideju da javni servis proizvede i internet pretraživač i društvenu mrežu svoje zemlje, koji bi, naravno, bili nekomercijalni, ili bar umnogome održivi bez znatnijeg upliva privatnog kapitala. Iako Kastels ne odlazi toliko daleko, odnosno, ne deluje sasvim opredeljen u pogledu izbora između dobroćudnih, otvorenih, poluamaterskih ali ipak privatnih medija poput Gorove televizije, s jedne strane, ili razvijanja javnog servisa, s druge strane, u oba slučaja trasira se ideja da se produkcija publike iskoristi ali ne i zloupotrebi.

Kastels svakako naglašava da se to ipak odigrava u kontekstu “borbe za moć u političkim i poslovnim krugovima” (MK: 100), ali jasno je da *u atomizovanim korisnicima, neorganizovanom roju, kojem se ni na koji način ne pomaže, koji ne koordinira određena alternativna grupa ili pokret, ili bar slobodoumniji preduzetnik, Kastels ne vidi moć masovne samokomunikacije*. Prožimanje masovnih medija, kompjuterskih mreža i publike jeste budućnost toliko uopštena da su sve prognoze konkretnijih oblika podjednako verovatne. Kastels vidi da klasične televizijske mreže ili listovi, zajedno sa svojim onlajn ispostavama, vrlo lako mogu da izumru ako ih publika napusti. *Integracija “roja” u samo delovanje medija, tako da se samoproizvodi, možda čak i samozabavlja, a istovremeno donosi profit bez ugrožavanja samih kapitalističkih odnosa, ili pak, kao neka vrsta javnog servisa tog roja, jeste zadatak kojem tek predstoji rešavanje. Budući da je zabava vrlo značajan deo celog medijskog sistema, savezi industrija kulture, internet kompanija i informativnih medija jesu trenutno najsnažnija formacijska prepreka stvarnom trijumfu masovne samokomunikacije*. To je predmet naredne glave.

4.5.2. Struktura medijske mreže

Mediji umreženog društva, Kastels otvoreno priznaje, prvenstveno funkcionišu u skladu sa sopstvenom “*poslovnom logikom*” (MK: 101). Profit je nesporan cilj,

nametnut čak i javnim servisima koji su primorani da se bar delimično prilagode tržištu, ali u slučaju Sjedinjenih Država profit znači i strukturnu zavisnost od marketinških agencija, eventualno drugih vrsta sponzora, i naravno publike koja bi svojom pažnjom opravdala unosne dogovore medija sa oglašivačima. Ovaj način poslovanja se slobodno može nazvati i “*komercijalnom logikom*”, kako to čini Džejms Karan (Curran 2011: 22), čak i “*neoliberalnim modelom*” (Ibid: 44), koji karakteriše stalni pritisak da informativa bude profitabilna, a zabava i više od toga. Simplifikacija sadržaja i infotejment tretman prema Karanu započinju svoj razvoj sedamdesetih godina, kada se pojavljuje takmac u vidu kablovske televizije. I sam Kastels zapaža trendove globalizacije, deregulacije i digitalizacije (MK: 102), koji utiču na novo umrežavanje medija. Karan stoga vidi jedno propadanje demokratske svrhe medija, koje drugi, među kojima imenuje Danijela Halina i Paola Manćinija, pokušavaju da zabašure, dajući medijskom sistemu elegantan estetski oblik, zanemarujući imperijalističko ruho koje konstantno nagriza autonomiju medija (Curran 2011: 31).

S druge strane, pomenuti Halin i Manćini (Hallin & Mancini 2004: 253) vide *opšti trend opunomoćenja medija distanciranjem od političkih institucija*, odnosno, liberalizaciju onih medijskih sistema koji su do tada bili pod značajnijom kontrolom takozvane političke logike, to jest potreba partija i političkih lidera. Pritom time građanstvo nije bačeno u krilo svetske homogene kulture, već je ostalo ukotvljeno u sopstvenim tradicijama, aktivno učestvujući u hibridnoj glocalizaciji (Mancini 2015: 31). Komercijalizacija je proces koji je emancipovao građane od politike, išao paralelno sa sekularizacijom društva, okrenuo medije ka zabavnijim sadržajima i izveštavanju iz perspektive običnih građana (Hallin & Mancini 2004: 278), uz dramtizaciju i personalizaciju politike i političara. Halin i Manćini pitanje posledica komercijalizacije ostavljaju otvorenim. S jedne strane, izražavaju nezadovoljstvo nepouzdanim i optužujućim nalazima da je isključivo komercijalizacija izazvala određene kulturne defekte i oslabila novinarstvo (Ibid: 281). S druge strane, pokazuju i zabrinutost da bi, uz određenu dozu političkog paralelizma, komercijalizacija stvorila preduslove za razvoj posebne pristrasnosti medija, kao i tabloidnog i senzacionalističkog novinarstva. U suštini, dakle, Halin i Manćini ne mogu da, kao ni Kastels, prenebregnu činjenicu da je *medijski sistem organizovan oko multimedijjskih korporativnih mreža*, i da stoga trpi

različite političke i ekonomske uticaje, što Kastels potvrđuje i u novom predgovoru drugog toma svoje trilogije (Castells 2010b: xxxii).

No, ovu “zabavnu demokratiju” (Curran 2011: 64) kritički mislioci retko mogu mirno da prihvate, jer ne vide kako će mediji izbeći da ih proguta industrija zabave, niti kako će putem “racionalizacije” poslovanja uspeti da ne projektuju društvene vrednosti jeftinog i profitabilnog tipa. Po Džejmsu Keriju, ne samo da novinari imaju neutemeljenu veru da je demokratija neuništivi perpetum mobile koji se samoobnavlja, nego se iznova i iznova, počev od 1992. godine, ponavlja diskurzivni dan mrmota, prema kojem će dalji razvoj interneta “spasiti novinarstvo”, iako za Kerija spasa nema bez ponovnog i *radikalnog razdvajanja informative od zabave i računarske industrije* (Carey 2011: 102). Takođe, u kontekstu globalizacije tržišne ekonomije, mediji lako mogu postati epifenomen korporativne infrastrukture, praćeni komercijalizacijom i vlasničkom koncentracijom, tako da Herman i Mekčesni (2004: 185) vide izvesni “web unutar weba”, mrežu koja i dalje centralizovano kontroliše različite informacione tokove. Ovakva politekonomska perspektiva hrabro ukazuje na kapitalističku dominaciju, dok se kod Kastelsa to ponekad stidljivije podrazumeva, samim faktom da su finansijski tokovi “metamreža” društva.

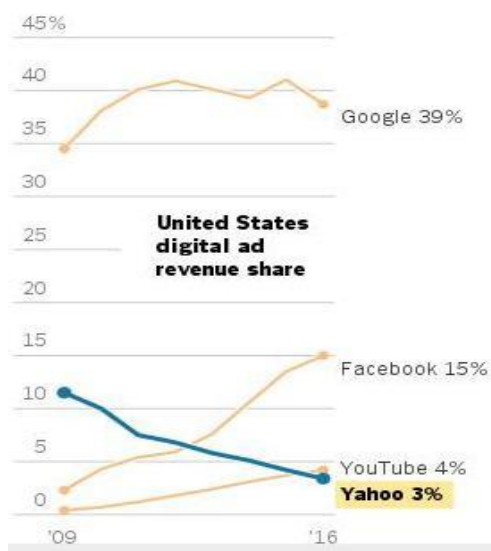
Ipak, ono što Kastels pokušava da predstavi, pored nesporne mreže u mreži, jeste viđenje *specifičnog mesta medijske industrije*, takvog da postane, ili bar bude prepoznata kao “*spona između gospodarske, kulturne i političke moći*” (ID2: 260). Reč je, dakle, o nekoj vrsti blagog konstrukcionizma, tako da se mediji percipiraju kao centar društva, i samim tim teren borbe, nakon čega sledi utrkivanje moćnih aktera da zadobiju naklonost medija. Sažimanje moći medija u oligopolske ruke podjednako je dokaz snage koliko i slabosti različitih aktera, kojima je potrebno značajno biračko telo u slučaju političara, ili strateško partnerstvo između nekad distanciranih medijskih industrija, kako bi pronašli i potom privukli publiku zagubljenu u kiberprostoru. I digitalizacija je stoga pokušaj da programski jezik “omogući ekonomije obima” (MK: 103), način da se proizvede sinergetski efekat povezivanja roba i oblika plasmana istih. Bilo je tu svakako i političkog lobiranja zarad ublažavanja antimonopolskih zakona pod izgovorom globalne konkurencije, ali i strepnje da će publika usled digitalizacije biti znatno opunomoćena (Curran 2012: 228). Tako jedno *megakorporativno jezgro*

koncentriše vlasništvo, omogućava platforme, diferencira sadržaj i segmentira publiku, kako bi izvuklo optimum svog sinergetskog poslovanja.

Kastels identifikuje “*sedam veličanstvenih*” kompanija kao jezgro svetske medijske mreže (MK: 104): Time Warner, Disney, News Corporation, Bertelsmann, NBC Universal, Viacom i CBS. Pozivajući se na istraživanja Bena Bagdikiana počev od 1983. godine, kada je tržište imalo pedeset ravnopravnih medijskih takmaca, Kastels potvrđuje da je konkurencija sužena daljom vlasničkom koncentracijom, toliko da su poslednje dve firme na spisku u stvari nekad bile jedna, a i danas su svojina lanca bioskopa National Amusements, porodične kompanije Samnera Redstouna (Sumner Redston). Redstoun je samozvani pristalica Demokratske partije koji je zarad koristi za kompaniju podržao republikanskog kandidata za predsednika Džordža Buša, iako je takođe i finansirao njegovog protivnika Džona Kerija 2004. godine (McChesney & Nichols 2011: 309). Umrežavajuće pozicioniranje je, naravno, ne samo političko, ono je pre svega vođeno idejom da će vertikalna integracija preduzeća biti profitabilna, zato što će zajednički proizvoditi medijski sadržaj a potom ga i distribuirati, uz znatne prihode od reklama, što po Robertu Mekčesnom ranije nije bilo ni zakonito (McChesney 2008: 22). No, budući da su se potom ponovo razdvojili, Kastels zaključuje da sinergija može biti neuspešna ako mreže nisu kompatibilne. Štaviše, podela platformi izvršena je tako da CBS dobije distributivne sektore, dok je Viacom pretežno ostao fokusiran na proizvodnju sadržaja.

Isto se desilo i u slučaju merdžera Time Warner kompanije, nastale spajanjem Time Incorporated i Warner Communications preduzeća 1990. godine (Bagdikian 2004: 4), i AOL (American Online), internet distributera 2000. godine. Vidi se, dakle, obrazac, po kojem prvobitno novinska kompanija Time ulazi u merdžer sa industrijom zabave, a potom nastoji da osvoji i novo, digitalno tržište. Time Warner, kako tvrdi Mekčesni, proizvodi neverovatnu količinu sadržaja, koji je uz to i brendiran, te se dalje rasprostire u različitim industrijama, od televizijskih kanala, poput evropskog Canal Plusa, do igračaka za decu. “Breeding + prodaja” za Mekčesnog su nesporna dobitna kombinacija, vid profitabilnog umrežavanja (McChesney 2008: 110). Ipak, ovde se bojazan Džejmisa Kerija u potpunosti ne ispunjava, pošto je proces merdžera sa stanovišta zakonitosti bio sumnjiv, zbog čega je AOL odstranjen prvo iz imena kompanije (Bagdikian 2004), a onda i sasvim razdružen. Potom ga je, u sveopštoj

ekonomiji sinergije, 2013. godine kupio Verizon (telekomunikacije i bežični internet), kojem je bila potrebna “platforma za programatsko oglašavanje”⁶. Verizon je 2016. godine pazario i Yahoo internet istraživač, i time dodatno proširio svoje tržište. U tom smislu, *umrežavanje proizvodnje, distribucije i marketinga možda više nije ograničeno regulativom, ali ispostavlja se da tržište trpi medijske gigante samo do neke mere*, pošto Time Warner za sada ipak funkcioniše, mada se ipak rešio kabla, muzičke industrije i književnog izdavaštva (Shaw & Barry 2015: 202).



Izvor: New York Times⁷

To čini Disney verovatno najvećim medijskim konglomeratom, koji je odavno prevazišao sadržaj za decu, ušao u filmsku industriju, a takođe priključio i sportske, istorijske i informativne kanale, a tu se takmiči i sa Mardokovom News Corporation (McChesney 2008: 112). No, nije sve u takmičenju: “*sedam veličanstvenih i najveće internetske kompanije povezuje gusta mreža partnerstava, unakrsnih investicija, članova odbora i menadžera*” (MK: 106). Sasvim je, dakle, moguće da postoje isti članovi odbora, ili bar isti vlasnik deonica, u upravljačkim odborima Disney-a i Viacom-a (Bagdikian 2004: 52). Ali ono na šta Kastels cilja je gotovo paradoksalna partnerska mreža, koja je toliko nestalna da ovaj primer iz knjige *Moć komunikacija* više i ne postoji. Naime, u želji da budu konkurentni video platformi Youtube, koja je u vlasništvu Google-a, NBC Universal i News Corporation formirali su sajt Hulu.

⁶ <http://www.cnbc.com/2015/05/12/verizon-to-buy-aol-for-44-billion.html>

Istovremeno, to nije sprečilo Mardoka da sa Google-om sarađuje u pogledu oglašavanja na društvenoj mreži MySpace, koja je u posedu News Corporations (MK: 106). To je upravo primer Kastelsove tvrdnje da su trenutno prijatelji i neprijatelji isti. Štaviše, budući da se Mardok povukao iz obe kompanije, i ova mreža je maltene obrisana. MySpace je prošla kroz više ruku, čak neko vreme bila u vlasništvu pop zvezde Džastina Timberlejka, a onda otkupljena od strane Time Inc. kompanije⁸. Među vlasnicima Hulu-a našao se i Disney, no Hulu značajno zaostaje za profitom Youtube-a⁹, kao i novog takmičara na tržištu Netflix-a, za kojim po profitu sad kaska i Google-ova kompanija, pokušavajući da uvede čak i pretplatne kanale¹⁰.

Sinergije su, dakle, nestalne, pre svega jer raznolikost platformi i publika otežavaju klasično poslovanje medijskih mreža. Istovremeno nije dovoljno samo proizvoditi sadržaj, a nije lako inkorporirati i distribuciju i internet tržište, iako je upravo dostavljanje sadržaja ključno za konačni uspeh poslovanja (MK: 108). No, u kontekstu sve veće fragmentacije medija, potrebno je *uvezati publiku, platforme i prihode od marketinga*, to jest, širiti se i na internet tržište a istovremeno smanjivati troškove. Ovaj shizofreni kompetitivni pritisak može da se reši različitim sistemima mikroplaćanja, poput neuspešnog MySpace-a i pomenutih novih pokušaja Youtube-a, ali nema garancija za konačan rezultat – publika želi da plaća Netflix. Roj je u tom smislu nestalan. Ipak, zarada od reklamiranja na internetu već je 2012. godine premašila oglašavanja u štampi (McChesney 2013). U tom smislu, nazad se ne može, i slede novi pokušaji ukroćivanja masovne samokomunikacije. Kompanije poput Google-a ili Facebook-a odavno su se pretvorile u velike baze podataka koje koriste informacije o pojedincima, kako bi njihovu aktivnost pretočile u robu (MK: 130), što je sasvim u skladu sa buribunkologijom Karla Šmita, gde će potpuno transparentno društvo biti lako praćeno, vođeno i kontrolisano. Klikovi, lajkovi i interakcije tek su informacije koje se obrađuju za potrebe preciznijeg plasmana robe.

⁷ <http://www.nytimes.com/interactive/2016/technology/yahoo-sale.html>

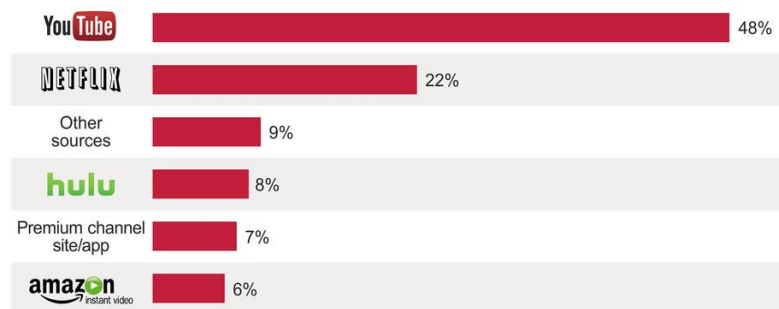
⁸ <http://variety.com/2016/digital/news/time-inc-myspace-viant-1201703860/>

⁹ <http://www.forbes.com/sites/timworstall/2013/12/12/googles-youtube-ad-revenues-may-hit-5-6-billion-in-2013/>

¹⁰ <http://www.bbc.co.uk/news/business-22474715>

People Still Prefer Watching Free Videos Online

Percentage of time spent viewing by source in the U.S. in March 2014



THE WALL STREET JOURNAL. n=873

Source: nScreenMedia **statista**

Izvor: Wall Street Journal¹¹

No, stvari se dodatno komplikuju kada te iste kompanije, Google, Amazon ili Yahoo, stoje kao jedini bedem protiv velikih promena infrastrukturi interneta. Dilema mrežne neutralnosti tu pokreće važna pitanja, pre svega jednakosti i komunikacione otvorenosti, ali i mogućnosti da manji tržišni akteri mogu pod bar istim tehnološkim uslovima poslovati. Ali u stvarnosti postoji diskriminacija internet korisnika u zavisnosti od toga koliko su ekonomski značajni (Claffy & Clark 2013: 16). Postoji tendencija da se veći protok podari kompanijama za koje se smatra da će operateru obezbediti i veću zaradu, što na kraju vodi ka stvaranju privatnih interneta, sa svakako kvalitetnijim uslugama. Kontroverznijim rečnikom Roberta Mekčesnog, “kartel je tražio pravo da diskriminiše” (McChesney 2013: 119), tako da se resursi alociraju naizgled putem nevidljive ruke, a u stvari manipulacijama u širokopojasnom saobraćaju. *Paradoks se sastoji u tome da korisnici, koji su ujedno nadzirani i tretirani kao konzumeri od strane Google-a, istovremeno sa njim grade savez kako provajderi ne bi napravili “razliku u pristupu i cenama, kako bi kontrolisali komunikacionu infrastrukturu. Ovaj konflikt zapravo predstavlja sukob između različitih industrija i njihovih interesa”, određujući “budućnost televizije”* (MK: 141).

U pitanju je stoga nastojanje telekomunikacionih preduzeća da se izbore sa opasnošću da im publiku preotmu internet kompanije, koje zahvaljujući sve bržem protoku mogu prenositi i sam televizijski sadržaj, pa i filmove. Internet postaje teren

¹¹ <http://blogs.wsj.com/digits/2014/05/30/data-point-for-people-watching-online-video-its-youtube-and-then-everyone-else/>

koji je sve manje slobodan i svima dostupan, te je ideja mrežne neutralnosti u stvari nešto što treba biti ishod borbe, a što se lako može i izgubiti (Couldry 2012: 10). U nastojanju da sačuvaju svoj način poslovanja, pomenute kompanije pokušavaju da pretvore kompletnu infrastrukturu u skup zatvorenih platformi, čime bi sprečile i razvoj globalne digitalne kulture. Oni prosto traže da budu rešeni obaveze da mrežu ravnomerno raspoređuju, budući da to čak smatraju “marksističkim”, kako tvrdi jedna od lobi grupa braće Koh, poznatih republikanskih finansijera: “napad na slobodno tržište... pokušaj je uništenja američkog kapitalizma” (Freedman 2016: 131). Neutralnost u tom pogledu ostaje oblik zadržavanja bar neke vrste potrošačkog suvereniteta, slobodnog i otvorenog korišćenja interneta, a što, kao što je napomenuto, odgovara ipak nekim kapitalističkim firmama.

Konačno, takvo kakvo je, globalno multimedijско jezgro, pretežno sastavljeno od američkih kompanija, pokušava da osvoji čitava tržišta i nametne komercijalni model poslovanja. Tu se uvoze različiti sadržaji, ali i franšize čiji se format prilagođava lokalnom kontekstu, poput rijaliti programa ili kvizova. Kastels posebno ističe “mardokizaciju medija”, koja sem isporuke gotovih proizvoda zahteva profitabilnost svakog medijskog sektora, pa i novinarstva, koje juri za tiražima, podrivajući sopstveni profesionalizam infotejmentom (MK: 121). Iako postoje, naravno, situacije kada se neke vrste emisija preuzmu ne iz korporativnog jezgra nego iz različitih delova sveta, poput holandske formule “Velikog brata” ili telenovele “Ružna Beti”, ipak to drastično ne menja globalni plasman svih sadržaja, i može se zameriti Kastelsu što podjednaku pažnju daje lokalnim uticajima na globalno kao i obrnutoj i znatno učestalijoj situaciji. Jezgro mora da se prilagođava karakteristikama regiona, ili da razvija partnerstva sa tamošnjim industrijama. Tu se već razvija igra sa pedesetak moćnih kompanija, koje doduše pripadaju “drugom ešalonu” (McChesney 2008: 103), ali to je već još rizičnije tržište od američkog, i na zaradu se strpljivo čeka u međuigri građenja infrastrukture i prilagođavanja posebnim protekcioničkim merama, toliko da se mogu desiti fascinantne stvari, poput učešća Henrija Kisindžera, prekaljenog američkog diplomate, u pregovorima Kine i kompanije Disney (McChesney 2015: 115).

Konzumerizam je, dakle, krajnji cilj, a zarada svrha postojanja medijskih korporacija. No, ma koliko one nastojale da stvore sistem u kojem se svi klikovi pretvaraju u dolare, u kontekstu protivrečnog umreženog društva medijski imperijalizam

nikad nije svemoćan. S jedne strane, i dalje postoji dominantni centar proizvodnje i distribucije, koji nameće svoje modele poslovanja širom planete. Komercijalizacija je nesporan proces, ali je sve više multipolaran, budući da se javljaju i regionalne industrije poput indijskog Bolivuda i nigerijskog Holivuda, sa kojima su američke korporacije prinuđene da sarađuju. Pored toga, iako SAD ostaje najjače čvorište u mreži, Dejvid Morli (Morley 2006: 34) relativizuje ideju imperijalizma procesima globalizacije, protekcionizma i publike, koja je do sada bila potcenjena. Postoji, dakle, *puš i pul globalne kulture*, tako da naspram uniformnosti, kolektivnosti i proizvodnje stoji rizična brzina, otvorenost, diverzitet i lični izbor (Lull 2006: 46). Interakcija horizontalnih i vertikalnih mreža u Kastelsa može poprimiti različite, dobre ili loše oblike, dok kod Herberta Šilera komercijalizacija vodi ka prelazu svih delatnosti u uslužne, odnosno plaćene, čime se ustoličava sebičnost kao vrhovni princip nove kulture (Ibid: 51). Kastels, pak, ne zatvara put i drugim mogućnostima. No, ta protivrečna kultura stvarne virtualnosti biće predmet drugog poglavlja.

4.6. Medijativizovano društvo

Šta je, dakle, umreženo društvo za Manuela Kastelsa? Ako se prisetimo, Kastels je u svojim ranim radovima ukazao na fenomen urbanizma, modela razvoja gradova prema kojima bi trebalo da se upravljaju svi zaostali akteri urbanizacije. Taj model je, naravno, Kastels proglasio ideološkim, u smislu da je nametao specifičan vid kulture, koja je specijalizaciju, otuđenje ili utilitarizam pokušala da predstavi kao nešto sasvim prirodno. Eventualni problemi u razvoju gradova tumačeni su samo kao tehnički, koji će, samim tim, biti ispravljeni razvojem tehnologije. Zanimljivo je pritom sama društvena organizacija, koja je spomenutu tehnologiju koristila u uređivanju urbanog prostora i života, a kao privremeni odgovor na urbane kontradikcije nudila samo potrošnju, ne i reformu drugih sektora. Ideologija urbanizma stoga je prikrivala činjenicu da je proizvodna sfera koncentrisala stanovništvo, potrošnju, zagađenje, kriminal i mnoštvo drugih aktivnosti, a potom predstavila problem kao nedostatak tehničkih kapaciteta. Ovo valja istaći, budući da Kastels paradoksalno postaje meta kritike (Ampuja 2012; Jessop 2003) prema kojoj je jedan od predvodnika savremene, ali sasvim komplementarne ideologije – globalizma.

Može se reći da je to srž moderne debate unutar levice, gde je jedna strana počela fleksibilnije da razmatra ulogu države, tako da ona nije samo instrument klasne dominacije, kao i civilnog društva, koje nije tek gramšijevska hegemonika formacija ili altiserovski skup ideoloških aparata. Posebno u kontekstu sve većeg povezivanja ekonomskih, političkih i sociokulturnih procesa širom planete valjalo je razmotriti i uobičajena levičarska pitanja, ali i medije. Tako se Kastelsova optužba, prema kojoj urbana ideologija drži da je tehnologija modernizovala grad i podarila mu neslućenu moć i propratne probleme, sada okreće protiv samog Kastelsa, u različitim optužbama za tehnodeterminizam i preneglašavanje pozitivnih strana globalizacije. Njegovo zanemarivanje klasne borbe i radne teorije vrednosti, te okretanje informacionoj tehnologiji i umrežavanju planete, povukli su za sobom i ublažavanje, ili čak uklanjanje nekih stavova, što nije najbolje dočekano od strane marksista, pošto su teorijski okvir sada otelovile vizije Maksa Vebera i Danijela Bela, ali i Alana Turena i Mišela Fukoa, uz poneku posvetu Nikosu Pulancasu, što je percipirano kao nedovoljno, čak neiskreno.

No, država, društvo i tržište dobijaju nove dimenzije u procesu globalizacije. Država sve više gubi sposobnost da racionalno nadzire i podržava tržište, kao i da zadovolji potrebe građana putem javnih politika. Država je na svakom koraku posustajala u svom naumu da u društvo uvede red i sprovodi održivi razvoj. Gubitak efikasnosti platila je krizom legitimiteta, gde su građani vremenom sve više protestovali zbog nerešenih pitanja. Kao što i Stjuart Hol (Hall 1996a) primećuje u slučaju tačerovske Britanije, došlo je do paradoksalne veze između javne podrške radnika konzervativnoj desnici, sa kojom su objektivno bili u sukobu interesa. No, Tačerovci su uspeli da povežu za Holu sasvim udaljena značenja, gde je država od strane svojih građana doživljena kao glavni krivac i uzrok njihove neslobode, te je njeno uklanjanje značilo praktično ozdravljivanje nacije. To su artikulacije koje ne može pojasniti samo ekonomska baza. Ujedno je, kako tvrdi Džon Grej (Gray 2007), tačerovska hegemonija obećala retradicionalizaciju i uništila gotovo kompletnu baštinu, prepuštajući slobodnom tržištu ključne aspekte sopstvene kulture.

Doduše, preterivanje nije sporno. U stvari, sporna je redefinicija odnosa države, društva i tržišta, u kojoj su učestvovali i levičarski mislioci. No, to i dalje nije moglo da promeni činjenicu da civilno društvo nije sastavljeno samo od crkava ili škola, koje je Antonio Gramši video kao proizvođače društvene legitimnosti, već da tu postoji i borba

društvenih pokreta i nevladinih organizacija, kao i medija. Država, pak, nije mogla biti samo instrument vladajuće klase, već i čuvar kompletnog poretka, pa i neki garant dobrobiti nižih slojeva. Konačno, tržište nije bilo samo divlja alijenatorna mašina, već je, kako je video Džon Kin (1995a) u svom delu *Mediji i demokratija*, u vreme rušenja Berlinskog zida tržište bilo i garant snažnog civilnog društva. U pitanju su, dakle, kompleksni, protivrečni odnosi, jedan trougao sastavljen iz višestrukih kombinacija, koji može da poprimi koliko povoljan oblik, toliko i da, usled unutrašnjih, ili sve više globalnih problema, postane i kontraproduktivna formacija.

Tako onemoćalu kejnzijansku državu može građanska aktivnost da revitalizuje, stvarajući novi smisao kroz društvene konflikte i nove potrebe ljudi, a koje bi doprinele restrukturiranju i samog državnog aparata. Pritom je tržišna privreda mogla ojačati civilne aktere, ili ih suviše komercijalizovati, no, ono što je nesporno postajalo najgore rešenje jeste kompletno uklanjanje tržišta, budući da je to garant predestiniranog neuspeha. Postojala je opcija pluralističke situacije, gde će doći do demokratizacije ekonomije i konsolidacije demokratije, zahvaljujući pojačanoj participaciji građana; ali i opcija habermasijanske strepnje da će politički i privredni sistem sasvim napustiti logiku služenja narodu, i posvetiti se puzajućoj kolonizaciji različitih aspekata javnog i privatnog životnog sveta. Među važnijim razlikama jeste što u prvom slučaju i samo civilno društvo može degenerisati u tribalizam i nasilje. *Sukobi između države, tržišta i društva podjednako mogu proizvesti poželjne rezultate, ali isto tako "metadruštveni nered" i "varvarsku dinamiku" Kastelsovog umreženog društva, u kojem je civilna sfera zapostavljena, ali i u izuzetnim slučajevima uporno alternativna, a tržište najčešće neljudski performativno, uz državu koja pokušava da se stabilno ukotvi u svetu koji joj to ne dozvoljava.*

Okvir je, dakle, inisovski, i uticaj medium teorije najvidljiviji je u proceni generalnih karakteristika umreženog društva, u pogledu odnosa tehnologije, prostora i vremena. Novina čak i nije to što države posustaju pred izazovima umreženog društva, pošto se i to ponavljalo u istoriji imperijalističke ekspanzije, tako da i stari centar carstva može da izgubi uporište, i bude zamenjen novom prestonicom. Novina je za Kastelsa što ni Sjedinjene Države nisu sasvim sigurne, iako su svakako najuticajnije čvorište u umreženom društvu. No, glavna inisovska tvrdnja (Innis 2008) da laki mediji podupiru militarizam i osvajačku logiku, dominaciju na većim teritorijama, efikasno

koordiniranje poslova i u komercijalnoj sferi, odnosno, da bez tehnološke potpore mreže ne mogu ni da dođu do izražaja, biva reprodukovana i kao Kastelsova teza o globalizaciji društvenih procesa. “Gramatika kapitalizma” (Kroker 1985: 119) u ime progresa sve više oprema informacione tokove ne samo zbog utilitarističkog obavljanja poslova širom planete, već i borbe protiv entropije unutar sistema, te su prozumska mikrodelovanja istovremeno i koristan agonistički momenat u održavanju sveukupnog performansa.

To što Kastelsov globalni kapitalizam radi sinhronizovano u celosti možda je idealtipska pretpostavka, ali ukazuje na sveopštu kompjuterizaciju društva koja teško može da se nazove optimističkom, što je optužba koja se Kastelsu pripisuje zajedno za tehnodeterminizmom (Garnham 1998; van Dijk 1999; Fuchs 2013). Tehnološka merkantilizacija znanja srž je Kastelsovog postmodernog stanja, i korigovana je tek blagonaklonošću prema društvenim pokretima, što ga ne razlikuje ni od Inisove potrage za neefemernim i netrivialnim zajednicama, niti od Liotarove komunalizacije istine kao pokušaja svojevrzne odbrane od kibernetičkog, operacionalnog “metanarativa”. Opšte viđenje umreženog društva blisko je i Meluanovom globalnom korporativnom selu (Cavell 2014: 11), ali nameće opšti utisak da politička ekonomija nije ovlaš dotaknuta, za razliku od kanadskog istraživača. Prateći Inisa, Kastels neumoljivo ukazuje koji militarističko-ekonomski centri imaju najviše koristi od umreženog društva, i taj trougao Japana, SAD i Evropske unije deluje u skladu s logikom uključivanja i isključivanja, umrežavajući one komponente kojim su im upotrebljive, dok diskonektuju nepoželjne elemente, proizvodeći drastičnu nejednakost.

Kritika Nikolasa Garnama u vezi ustoličavanja komunikacione teorije kao vrhovnog objašnjenja celokupnog života, što je po Garnamu “imperijalistička tvrdnja” (Garnham 1998: 97), tako postaje dvosmislena. S jedne strane, Kastels teško može precizno da odredi uticaj informaciono komunikacionih tehnologija. Koji faktor u preduzeću je stvarno presudan, da li je to naučno znanje ili obrada podataka ili neka inovacija, da li je bitniji proizvodni ili uslužni sektor, kao i šta je sa prodajom, sve su pitanja gde Kastels ne može formulirati sasvim sociološki odgovor. Nešto mu je ipak lakše da informacioni kapitalizam ne proglasi za celinu, kako ga kritikuje Fuks (Fuchs 2012a: 15) budući da je finansijska metamreža u osnovi umreženog društva (ID1: 496). S druge strane, to nije problem za medijalizaciju, ne u smislu istinitosti tvrdnje, jer

Kastels svakako ne veruje da je tehnologija primarni uzročnik razvoja globalnog kapitalizma, koliko to da mu *tehnologija iz perspektive postrukturalizma i medium teorije omogućava da metaforički predstavi globalizovani svet*, njegov imperijalizam, militarizam i performativnost. Tehnologija, uključujući medije, jeste način građenja poretka u svetu. Kao što nalazi i Entoni Gidens (2003), iako je vrednost svetske privrede porasla pet puta, prodaje se ista količina robe kao i pre trideset godina, tako da je današnja “bestežinska ekonomija” pre svega trgovina informacijama. Paradoksalno za Garnama, komunikaciona teorija možda je vrhovni eksplikator celokupnog života, ali ne zarad apologije globalizacije.

U slučaju strukture svetskog multimedijiskog sistema, Kastels je sasvim na tragu političkih ekonomista, razlika je više kvantitativna nego što je u pitanju negiranje određenih tendencija globalnih medija. Postoji jezgro sa velikim korporacijama, koji se međusobno takmiče ali po potrebi i sarađuju, budući da nema garancija da će zauvek ostati na vrhu. Tako između objavljivanja Kastelsove knjige i sadašnjeg stanja imamo pad Time Warner-a s vrha i uspon kompanije Verizon, ili nove takmace na području video striminga, poput Netflix-a. Time se, naravno, ne menja osnovna logika, pogotovo što postoje indicije da su se američke kompanije uz pomoć države potrudile da osujete izgradnju alternativne globalne infrastrukture zemalja BRICS-a, tako da je samo Brazil uspeo da postavi kabal do Portugala, dok su rusko-kineske inicijative odbijene u međunarodnim institucijama, koje su sačuvale amerocentričnost mreže, a možda sprečile jeftiniju i sigurniju konekciju (Aouragh & Chakravartty 2016: 9). Uprkos tome, “telekomunikaciona logika” i u bar bliskoj budućnosti će se držati “imperijalne infrastrukture”.

Kastels se više interesuje za promene bliže običnim građanima, iako ova geopolitička strana priče nije ni u kakvoj koliziji sa teorijom umreženog društva. Ta borba provajdera i internet kompanija, oko internet neutralnosti, odnosno pitanja ravnopravnog korišćenja komunikacione infrastrukture, jeste povezana sa pitanjem ulaska BRICS-a na tržište. Tako, paradoksalno, geopolitički protivnik može biti saveznik civilnog društva u očuvanju internet neutralnosti. To takođe važi i za, kao što je već spominjano, internet kompanije poput Google-a i Facebook-a, koji s jedne strane nadgledaju korisnike, prikupljaju, obrađuju i na kraju unovčavaju podatke o njima, a s druge strane dele interese tih istih eksploatisanih prozumeru u pogledu jednakosti

pristupa internetu. U umreženom društvu zaista prijatelji i neprijatelji su isti, i strane se vrlo lako menjaju. To po Kastelsu pokazuje da takvi manevri i ekonomije sinergije koliko su moćni toliko i očajnički prate publiku, koja sve brže napušta jedne i seli se na druge platforme. Pokušaj provajdera da u stvari preotmu protok jeste način da preuzmu kontrolu nad distribucijom sadržaja i stvore privatne mreže, dok je odbrana neutralnosti garant opstanka internet kompanija, koje profitiraju od otvorenosti mreža.

Ni jedni ni drugi ne mare istinski za sopstvenu publiku, u pitanju je samo nemilosrdna konkurencija. Nekad su Yahoo i MySpace bili “kraljevi interneta”, a sad i Youtube kaska za Netflixom, koji je obična start-up kompanija. Google i Facebook deluju kao trajnija rešenja, no nikome se ne garantuje večnost. U svakom slučaju, korporacije i korisnici su u procesu nalaženja novog odnosa. Sve manje su korporacije u mogućnosti da čekaju da publika dođe njima, iako centralizacijom proizvodnje uspevaju da smanje troškove, standardizuju sadržaj i distribuiraju medijskim nišama nešto što je u stvari identičan proizvod plasiran preko više kanala. Pritom ipak moraju da prate kulturne razlike do određenog stepena, kako bi privukli publiku koja treba da bude prodana oglašivačima. Industrija kulture i društvo kontrole, kao organ i organizam, statistički oblikuju ciljnu populaciju, i onda takvoj ipak imaginarnoj grupi šalju sadržaj u skladu sa planski stvorenim marketinškim modelom. Ovo je svakako i dalje često uspešan recept, no korisnici, iako su još uvek plen korporacija, budući da se ponašaju kao roj očekuju da im medijski teren, kako kaže Eksl Bruns (2008), bude opremljen cvećem i košnicama, kako bi se uopšte mogao ubirati med. No, publika lako može i da napusti platformu, nezadovoljna sopstvenim statusom ili kvalitetom sadržaja košnice, ako oseti da je eksploatisana.

Jasno je da je ovo više bodrijarovska hiperkonformistička masa nego ona kreativna publika, koju priželjkuje Kastels, no čak i takva ona se rasprostire po čitavoj medijskoj mreži, donekle samostalno proizvodi socijalnu stratifikaciju i sam društveni poredak, ali upravo takva paradoksalno je sve manje kontrolisana od strane korporacija. Publika često istinski postaje Bodrijarova vračarska kugla, čije ponašanje se ne može precizno predvideti, sem možda u smislu daljeg uklanjanja cenzure sadržaja. *Spajanje informative, industrije zabave i internet kompanija*, na koje podseća Džejms Keri (Carey 2011: 102), kao i *predviđanje populističkog razvoja medija ukrštanjem komercijalizacije, političkog paralelizma i tabloidizacije* (Hallin & Mancini 2004: 281),

odnosno, ideološka zastranjivanja industrije kulture, Kastels šire ne obrazlaže i zadovoljava se samo referisanjem na Skota Leša ili Benjamina Barbera. Tako Kastels ujedno ne negira kritičke probleme u kulturnoj proizvodnji, ali ih sam ekstenzivno ne analizira. Njegov fokus jeste na medijskoj ekologiji i političkoj ekonomiji umreženog društva, čije je korporativno jezgro locirao i opisao njegovu deregulaciju proizvodnje i distribucije sadržaja, ostavljajući neke poststrukturalističke dileme nepotpuno obrazloženim, pošto je ta pitanja prekrila potraga za emancipatornom simboličko-tehnološkom logikom. No, kultura stvarne virtualnosti ipak nije ružičasta.

5. *Kultura stvarne virtualnosti*

5.1. Uvod

Manuel Kastels je, kao što je rečeno, označio informacijsko doba kao eru sa smanjenom tenzijom kulture i prirode i naglaskom na čisto društvenom, ljudskom svetu, u kojem se kultura odnosi samo prema kulturi (ID1: 501). Iako mu se može zameriti da time zanemaruje vrednost energije i industrije u globalnoj ekonomiji, na medijalizovanom Zapadu teza je ipak održiva. Više no ikad, kako su to videli još Rejmond Vilijams i Maršal Mekluan, kultura i mediji su bitni podjednako kao i proizvodne snage, i sve autonomniji u odnosu na materijalne osnove društva. Kastels razume kulturu kao “*skup vrednosti i verovanja koja služe tome da informišu, usmeravaju i motivišu ponašanje ljudi*” (MK: 61). Kultura nastaje “konsolidacijom značenja”, nastalih u međusobnim odnosima svih delova društvene strukture. Budući da u temelju vidi konfliktnu interakciju struktura i ljudi, ne samo odnosi saradnje nego i tenzije između proizvodnje, potrošnje, iskustva i moći doprinose rušenju ili konsolidaciji kulture (Castells 2000b: 7), koja se povrh toga organizuje oko elektronskih medija kao posebnog elementa strukture. Fleksibilni hipertekst strukturira našu simboličku sredinu i stvara posebnu, virtualnu¹² dimenziju realnosti, koja nam obezbeđuje same kategorije pomoću kojih možemo da mislimo i delamo (Ibid: 13).

¹² Dictionary.cambridge.org: “skoro ili gotovo specifična stvar ili kvalitet”, “može se stvoriti ili videti korišćenjem kompjutera, bez odlaska nekuda i razgovora sa nekim”.

Merriam-Webster.com: “biti u suštini ili efektivno, ali ne i formalno prepoznat ili priznat”, “hipotetička čestica čije se postojanje pretpostavlja/zaključuje pomoću indirektnih dokaza”.

Oxforddictionaries.com: “gotovo ili skoro blisko opisu, ali ne u potpunosti u skladu sa striktnom definicijom”.

Dictionary.com: “u optici označava sliku koja se formira geometrijskom konvergencijom zraka, ali ne stvarno, budući da je slika u stvari odraz u ogledalu (a ne realnost)”.

Thesaurus.com: Definicija: u suštini. Sinonimi: osnovno, konstruktivno, esencijalno, fundamentalno, implicitno, pretpostavljeno, efektivno, praktično, indirektno,

Virtualno je stoga varljiv pojam koji traži dodatno pojašnjenje. Naime, Kastels koristi Oksfordski rečnik kako bi definisao kulturu stvarne virtualnosti: “*virtualan: takav je u praksi iako ne striktno ili imenom... stvaran: realno postojeći*” (ID1: 399). S druge strane, Miroljub Radojković i Marko Miletić podsećaju da je termin virtualno preuzet, kao i izraz kiberprostor, iz naučne fantastike, i da nosi značenje “*stvaran*”, te da je virtualna stvarnost suštinski pleonazam. Zbog toga predlažu termin virtuelan, kojim bi se ukazalo na privid ili nešto imaginarno (Radojković & Miletić 2006: 161-163), u smislu snažne “*digitalne fatamorgane*”. Kastels, pak, koristi termin virtualnost vrlo slobodno, te obuhvata oba značenja, koje dopunjava bodrijarovskim razumevanjem, gde pleonazam u stvari najavljuje hiperrealnost, ali što Kastels umerenije tumači, kao uvek posredovano i simboličko komuniciranje, ali ne i slom autentičnosti i značenja. Kastels, dakle, ne samo da insistira na simulakrumima, već i *ne pravi razliku između “stvarnosti i simboličkog predstavljanja”* (ID1: 399).

To jest, to što je nešto imaginarno za Kastelsa nije i nestvarno, jer ako kroz njega posmatramo svet, uokviravamo praksu nekim imaginarnim značenjem, onda u tom hibridu stvarnog i izmišljenog drugi element postaje samo novi sloj stvarnosti. Tu se Kastels slaže s Hjarvardom, pošto “u sociološkoj perspektivi, *interakcije putem medija nisu ni manje ni više realne od neposrednih interakcija... nema potrebe za diferencijacijom statusa stvarnosti u različitim oblicima interakcija*” (Hjarvard 2013: 15). No, ostaje dilema da, i pored toga što medijski posredovana interakcija sama po sebi nije privid, to što se stvarno desila ne znači i da ima isti uticaj kao neposredovana interakcija. Plastičan primer bila bi bilo koja organizacija društvenog događaja, recimo protesta, gde je znatno više onih koji na internetu izražavaju nezadovoljstvo, agituju, pokreću inicijative, protestuju na Twitter-u i slično. To jest, lakše je biti aktivista klikom miša nego na stvarnim demonstracijama. Dakle, Kastels ističe realističnost posredovanih interakcija, koji su suštinski i efektivno istog kvaliteta kao i neposredne veze, ali ne zanemaruje potencijalni kreativni međudnos stvarnog i imaginarnog, odnosno, moć privida, na koji ukazuju Radojković i Miletić.

Valja preneti u potpunosti Kastelsovu definiciju komunikacijskog sistema koji proizvodi stvarnu virtualnost: “*To je sustav u kojem je sama stvarnost (to jest ljudsko*

potencijalno, u praksi, pragmatično, još ne primljeno k znanju. Antonimi: aktualni, autentični, realni.

materijalno/simboličko postojanje) u potpunosti obuhvaćena, posve uronjena u virtualnu postavu slika, u izmišljeni svijet, u kojemu pojave ne postoje samo na ekranu pomoću kojeg se iskustvo komunicira, već same postaju iskustvo” (ID1: 400). Kastels iz devedesetih i u novom milenijumu tretira konvergenciju stvarnog i imaginarnog na dva načina, i to obeležava njegovo delo. Za kasnog, angažovanijeg Kastelsa, kultura je sačinjena od procesa, od protokola koji omogućavaju komunikaciju između različitih kultura, kako bi se prevladao “strah od drugog” (MK: 64). U pitanju je kosmopolitska kultura, koja u početku ne može da se zasnje na zajedničkim vrednostima već na deljenju vrednosti same komunikacije. Protokoli bi trebalo da omoguće bar elementarno razumevanje različitih kultura, kako ne bi došlo do bespotrebnog nasilja, na isti način kao što demokratska kultura na procedurama temelji svoje funkcionisanje (MK: 63). No, Kastels koji je u poslednjoj deceniji dvadesetog veka pisao *Informacijsko doba*, video je i rađanje fundamentalističkih, nacionalističkih i netrpeljivih informacionih mreža, koje proizvode “stvarnu urotu... pothranjujući paranoju, povezujući ljutnju i, možda, prolijevajući krv” (ID2: 99). To jest, koegzistencija svih kultura i narativa u velikom multimedijском tekstu Kastelsu je slična *Alefu* iz istoimene priče Horhea Luisa Borhesa, specifične tačke iz koje se vidi čitav svet. Ali tada Kastels završava dramatično daleko od kosmopolitske kulture protokola komunikacije: “moramo gledati sebe u ogledalu povijesne stvarnosti. I možda nam se neće svidjeti ono što budemo vidjeli” (ID1: 501), budući da će fundamentalizam činiti “najdrskiju, beskompromisnu prijetnju jednostranoj dominaciji informacijskoga globalnog kapitalizma” (ID3: 378).

Ovaj potencijal kulture stvarne virtualnosti u skladu je sa viđenjem računara kao mašine mogućnosti, koja sada obrađuje veći deo kulture. Prva glava stoga će se posvetiti medijima kao mentalnoj infrastrukturi, gde novi “supertekst” okuplja do tada raštrkane oblike komunikacije, od oralne, preko pisane, do audiovizuelne, ublažavajući granice između intra, interpersonalnog i masovnog komuniciranja. Kastels drži da je došlo do digitalne konvergencije nekad različitih sfera s različitim pravilima, koji se sada prelivaju u druge kontekste prosto zato što nova tehnologija obuhvata sve vrste kulturnog izražavanja. “Zajednički kognitivni obrazac” u stvari sastavlja religijsko i sekularno, autoritarno i slobodno, asketsko i potrošačko. Čak i prošlost, sadašnjost i budućnost moraju da koegzistiraju po cenu da se međusobno obesmisle. Mete su različite, od lokalnih kultura, odbacivanja smrti i dominacije zdravstvenog diskursa, do

ideologije zabave. Sve to čini stanje virtualnog, koje je kod Kastelsa blisko Liotarovom postmodernom stanju, ali koje nosi sa sobom kako opasnosti tako i mogućnosti emancipacije.

Posebna pozicija publike predmet je druge glave. Publika više nije element koji se može zanemariti kao konstrukcija samih medija koja se prodaje oglašivačima. Umesto artificijelne, imamo publiku koja nije bespomoćna, ali nije sasvim određeno i da li to vodi ka istinskom pluralizmu i građanskoj participaciji. Publika je sposobna da selektuje aspekte poruka koje prima, da iskoristi sopstvene kodove kako bi bar donekle izbegla industrijsku logiku medija, a u digitalnoj sferi omogućena joj je i veća samostalna kreacija. *Pošiljalac/primatelj, Kastelsova centralna figura*, nalazi se u protivrečnom položaju simultanog odražavanja komercijalnih interesa i interaktivnosti i individualizacije. Oslanjajući se na Umberta Eka, Kastels predstavlja svojevrstni model komunikacije budućnosti, koji polako kreativnu publiku oslobađa korporativnog stiska, što će dovesti i do preuređenja same kulture. I ovde se razlikuje Kastels iz devedesetih godina i onaj angažovaniji Kastels trećeg milenijuma. Naime, dok je prvi upozoravao na opasnost da konzumerizam i zadovoljstvo ostanu dominantni obrasci, da može doći do psiholoških zastranjenja i mnoštva autističnih, personalizovanih hipertekstova, koji bi tako izolovani proizveli sistematsko nerazumevanje i gubitak zajedničkog društvenog smisla, pozni Kastels većinom odbacuje ove slutnje kao suviše hipotetičke, empirijski neproverene. Nažalost, u svom angažovanom pokušaju da istraživanja oblikuje s ciljem promene bušovskog sveta, ni on sam ih ne proverava, pa narastajući problem kontrole sasvim zanemaruje.

Treća glava okreće se medijatzaciji politike, odnosno, uticaju medija na sam način političke borbe za naklonost javnog mnjenja i raspodelu moći. Politicari su primorani da razviju specifičan stil, kako bi se prilagodili kriterijuma selektice, organizacije i prezentacije podataka od strane medija. Posebno važni formati jesu takozvani human interest, frejm konflikta, prilozi o ekonomskim posledicama određenih procesa ili odluka, kao i interpretacija političkog delovanja kao strateške igre. Time se omogućava distanca novinara od politikih aktera, njihov profesionalizam, prisniji odnos sa publikom, kao i analitičko i istraživačko novinarstvo. Ova sfera je prilično nekritički zamišljena u dosadašnjem proučavanju medijatzacije, iako je zabeležena i zabrinutost da ugrozi tekovine demokratije infotejnmentom koji konstantno traži junake i žrtve,

sukob i emociju, te onemogućava racionalnu raspravu o društvenim problemima i otvara prostor za razvoj populizma. Ovo je sfera koja je posebno bila na udaru u prethodnim američkim izborima, koji će svakako dovesti do prevrednovanja ideje medijalizacije politike, a čemu će biti posvećen deo ove glave.

Identitet je poslednja stavka u poglavlju o kulturi stvarne virtualnosti, iako ne i završna reč, pošto će razmatranje subjekata društvene promene takođe biti kulturno pitanje. Kastels razlikuje *legitimizirajuće, projektne i identitete otpora*, tako da dovodi u pitanje informacionalizaciju zajednica, kako to vide Hep i Hjarvard. Kastels ne vidi samo sekularzaciju, deteritorijalizaciju post-tradicionalnih identiteta, gde su religijske institucije pod nadzorom kritičkih medija, a društvene veze i dalje u procesu refleksivne modernizacije. To je samo jedna od mogućnosti. Kastels lično priželjkuje razvoj kosmopolitiskih mreža, koje bi bile segmentirane, policentrične, ali i ideološki podobne. Integrisana levca mogla bi da izvrne fukoovski panopticism i nadzire državu, kako to čini mnoštvo monitoring institucija. Zelena i feministička kultura oblici su novih identiteta koji najavljuju za Kastelsa poželjne društvene projekte. No, on je primoran da ukaže i na izazov globalnom civilnom društvu u vidu fundamentalističkih protivnika, koji razvijaju teorije zavere, brane stare načine života protiv takozvanog establišmenta, i ne prezaju ni od ekstremnijih metoda, tako da terorizam čine medijskim spektaklom. Medijalizacija, dakle, nije samo nešto što sekularizuje. Ako umrežava različite ugrožene svetske manjine i razvija liberalnu političku kulturu, noseći emancipaciju polova i zaštitu životne sredine na svojim plećima, onda je medijalizacija sposobna i za obrnute procese.

5.2. Virtualno: od tehnologije do industrije kulture

Prihvatanjem mekluanovskog viđenja da *medijske tehnologije čine „mentalnu infrastrukturu“ naše komunikacije* (ID1: 356), Manuel Kastels je označio najšire okvire svojem viđenju kulture. Nekad je postojalo samo neposredno komuniciranje sa svim svojim simboličkim i telesnim slojevima, zvukovima, grimasama, govornim i drugim manama. Pismo je već uvelo konceptualno mišljenje. Znanje se ne samo odvojilo od onoga koji je to znanje izlagao, već su epika i drama zamenjeni čvršćom, teorijskom kompozicijom. To jest, rečima Erika Haveloka (1991: 55), nepismeni nisu bili skloni

deduktivnim kategorijama, te su sada bili primorani da svoje mišljenje uklope u čisto logičke forme. Pisana reč nametnula je određenu gramatiku, iako Havelok priznaje da su knjige antike sporo modifikovale primarnu usmenost, te da je alfabet polako fiksirao jezik. Spontanost i improvizacija, koji su karakterisali oralno doba akcije i emocionalnog jezika, zamenjeni su faktografijom i linearnim oblicima komunikacije. Presa je kvalitativnu promenu učinila masovnom: svi su počeli da slažu pojmove kao olovna slova u štampariji (Alić 2010: 121). Umesto ritmičnog usmenog čuvanja tradicije, jezikom sve više dominiraju termini koji ukazuju na mentalne predstave, koje nagone na ispitivanje postojećeg. „Participi, glagoli i pridevi, koji su se ponašali kao glagolske imenice, ustuknuli su pred ideološkim entitetima, apstrakcijama, objektima“ (Havelok 1991: 130). Virtualno je za Kastelsa večno stanje našeg komuniciranja.

Iako je Žak Derida ukazivao na to da se usmeno i pismeno toliko radikalno ne razilaze (Coyne 1995), Kastels se drži stava da je pismo osujetilo potpuno izražavanje ljudi, i postavilo se iznad audiovizuelnog, koje je potisnuto u domen umetnosti, neretko preziran od strane intelektualaca još od Platona i njegovog odnosa prema grčkim tragičarima. No, Kastels u pojavi filma, radija i televizije vidi istorijsku osvetu sveta slika i zvukova (ID1: 357), te novu komunikacionu revoluciju. Jasno je da je i s ove strane bilo preterivanja u vezi nove medijske galaksije. Razvilo se svojevrsno „magijsko mišljenje“, kolektivna fasciniranost tehnologijom, u kojoj čak i predsednik Obama vidi demokratizatora i rasadnika egalitarnosti i prosperiteta (Eubanks 2011: xvi). Mada, opčinjenost nije ni preterano nova, budući da Noam Čomski beleži plitke pretpostavke o potencijalu novih tehnologija još polovinom dvadesetog veka, kada mu je kolega antropološki lingvista govorio da trenutno samo prikuplja materijal koji će kroz koju godinu kompjuteri lako obraditi (Čomski 1979: 182). Sam rad Čomskog na polju generativne gramatike sugerise da on veruje da je ljudska inteligencija dublja od par formalnih misaonih tehnika koje bi računar mogao da simulira, i u tome ima istomišljenike, koji su takođe ukazivali na nesuvisla uverenja da su društveni problemi samo „greške u komunikaciji“ koju razvoj informatike može rešiti, pošto je realnost izračunljiva (Vajzenbaum 1980: 32).

Pritom je prisutan i pokušaj odomaćenja, naturalizacije tehnologije, kako bi se kroz softverske interfejse nešto suštinski neljudsko predstavilo kao sasvim prirodno (Siegert 1998), budući da ljudi smatraju da preko računara percipiraju stvarnost a ne

sistem jednačina (Kittler 2010: 228). Po Ketrin Hejls, to vuče poreklo ne od tehodeterminizma, već od stare kartezijske podele na um i materiju, stoga je i kibernetika konceptualizovala informaciju kao nešto bestelesno, što lagano prenosi značenja putem različitih prenosnika, što je čak i suprotno Mekluanu, za kojeg je značajna materijalnost medija (Hayles 1999: 2). Ovde se u stvari *jednom apstrahovana stvarnost počinje tumačiti kao izvorni oblik same stvarnosti*, koja postaje maltene nesavršeni odraz svoje kompjuterske simulacije. Hejlsova pretpostavlja da se na ovome temelje različite teorije liberalnog subjekta, koji možda poseduje telo, sve kontradikcije društvenog konteksta i bioloških ograničenja koja uz to idu, ali taj subjekat nije predstavljen kao telo, nego kao virtualni entitet. Ako mi promišljamo našu stvarnost posredstvom medija, onda *tehnologija ograničava naš diskurs tako što se postavlja između naših čula i sveta*, što je omogućilo Mekluanu da dovede u pitanje ukotvljeni modernistički racionalizam (Poster 2006: 123). Sada je telo sasvim podređeno, postaje diskurzivni konstrukt kojim informaciona tehnologija može da manipuliše (Hayles 1999: 194).

Umesto kritičkog razmatranja, prisustvujemo *antropomorfizaciji tehnologije*, koja može da se zarazi virusima kao ljudska bića, a i sami ljudi mogu da se reprogramiraju (Postman 1993: 116). Kao što Nil Postman primećuje, raširena su bila i verovanja da mašine imaju „uverenja“, primera radi, da termostat poseduje određeno znanje, da deluje šaljivo razmatrati da li termostat razume ideju vrućeg ili hladnog, da li oseća ili shvata značenje bilo čega. Pomama je ilustrativna na primeru pretpostavke Norberta Vinera da bi ljudi, u slučaju da su kompjuteri bili u širokoj upotrebi u vreme otkrića atomske bombe, verovatno tvrdili da bomba ne bi nikad bila stvorena bez računara, iako je u stvari mnogo toga napravljeno bez digitalnih tehnologija (Ibid: 111-120). I sam Kastels primećuje kontrakulturnu upotrebu tehnologije, kojom je pokušana korekcija čisto militarističke svrhe prvobitnog Arpanet-a (ID1: 382), i što će karakterisati mrežu u daljim borbama za njenu otvorenost, spontanost i decentralizovanost. No, istina je i da je Kastels na ivici da upadne među one koji slave kompjutere kao sredstva ličnog oslobođenja, i proglašavaju računar za „novi LSD“ (Turner 2008). Kastelsova vera u pozitivne promene u novom tehnološkom kontekstu teško se može uzdrmati.

S jedne strane, to je razumljivo, pošto računar čak i oni koji ponajviše strepe smatraju *mašinom mogućnosti* (Galloway 2012: 19), nešto što potencijalno može zadobiti mnogobrojne oblike, jer pritom ne poseduje konkretniju definiciju kakvu su imale prethodne tehnologije. Kao što uviđa Vendi Čun, stari mediji su posedovali odgovarajuća imena, oni su gotovo bukvalno denotirali sopstvenu svrhu. Štampa je zaista bila štampa, novinski list (news + paper), film je bio fizički materijal, radio je označava način transmisije (radijaciju), televizija je bila pogled u daljinu (Chun 2006: 39). Sadašnja tehnologija trebalo bi da označava interkontektovane mreže, no pitanje je da li je to samo pokušaj vizuelizacije više nego što je internet stvarno mreža. Ni metafora kiberprostora nam ne govori ništa o materijalnom obliku, niti sadržaju, budući da to suštinski nije prostor, dok krmanoš ili navigator ukazuju na utopijsku mogućnost mobilnosti i slobode, koja je za Čun upitna, više naučnofantastična agenda koja pokušava da umiri dezorijentisani svet (Ibid: 59).

Ono što je za Kastelsa nesporno jeste da je nova tehnologija ipak proizvela izvesni „*supertekst*“ koji je ujedinio audiovizuelne i pisane oblike komunikacije (ID1: 357). Prateći Postmana (1993: 20), Kastels vidi medijsku tehnologiju kao vodiča u slučaju objekta našeg razmišljanja, i kao mentalno pomagalo kojim se koriguju i simboli pomoću kojih poimamo te objekte. Medijski sadržaj dvostruko ograničava elemente naše kulturne sredine. Iako ne spominje Fridriha Kitlera (Kittler 1998), ovde se slažu u vezi tehnologije koja umrežava sve izolovane medijske sisteme, i daje kohezivnost kompletnoj *kulturi, koja je sada „posredovana komunikacijom i zbiva se kroz nju“* (ID1: 357)¹³. Po Pašal Prestonu (2001: 94), posle Bodrijara sve je postalo kulturno, društvena struktura i politička sfera doživljavaju se kao nematerijalni znakovi, budući da je stvarnost konstantno posredovana. Međutim, najčešća greška koja se ponavlja u sličnim kritikama postmodernizma jeste da se ne vide bodrijarovske posledice ovakve hiperrealnosti, naime, smrt značenja i autentične komunikacije.

¹³ Hrvatski prevod ukazuje na posredovanje komunikacionom tehnologijom, to jest, u pitanju je anglosaksonska definicija komunikacije. „Same kulture, tj. naši povijesno proizvedeni sustavi vjerovanja i pravila, temeljito se mijenjaju i sve će se više mijenjati, pod utjecajem novoga tehnološkog sustava“ (ID1: 357).

Tako se i kultura stvarne virtualnosti ne može tumačiti tek kao oslobađajući hipertekst i interaktivna mreža. U slučaju Kastelsa, posledice ipak nisu sasvim bodrijarovske, ali su svakako prožete kontradikcijama. U načelu, Kastels vidi novi komunikacioni sistem kao nešto što može da *obuhvati sve kulturne izraze* (ID1: 401). To bi podrazumevalo značajnu diferencijaciju, prilagođavanje sadržaja korisniku, kao i delatnost samih korisnika. No, posebno u novom izdanju Informacijskog doba Kastels vidi „*važne nejednakosti na internetu*“ (Castells 2010a: 377), tako što će prvenstveno kulturni izrazi razvijenih nacija, privilegovanih rasa, klasa, polova ili generacija, stvoriti specifični svetonazor. Primera radi, može se spomenuti da su pisci Wikipedia-e pretežno obrazovani muškarci (Reagle 2010: 8), kao i da, pošto Zapad ima najveći broj kreatora sadržaja, postoji više članaka o Antarktiku nego o najvećim državama Afrike, a neproporcionalna predstavljenost zabeležena je i u odnosu na Južnu Ameriku i Aziju (Graham 2014: 114). Nereprezentativna enciklopedija ponavlja razliku razvijenog severa i zaostalog globalnog juga, i vraća nas na odnose moći i znanja. I dalje će postojati „oni koji upravljaju i oni kojima se upravlja“ (ID1: 398)¹⁴.

Ali to ne znači ni da će unutar razvijenih nacija situacija biti drastično bolja. Još je u *Internet galaksiji* Kastels ukazao da su *tvorci kulture interneta pretežno naučnotehnološka elita, hakerske grupe i preduzetnici* (IG: 48), dok će virtualne zajednice biti pokušaj korekcije političke i ekonomske moći. Na Zapadu će se poruke ujediniti, obrazovni ili zabavni sadržaj, kao i političke informacije, ne samo da će se prenositi istim putem, već će *konvergirati*. Edukativne emisije biće koncipirane kao kompjuterske igre, ozbiljne vesti izgledaće kao sapunice, preklapaće se akcioni film i sport. *Pravila jedne sfere primenjivaće se u sasvim različitoj sferi*, tako da će možda sasvim nasumično povezana značenja stvoriti novi „*višestrani semantički kontekst*“ (ID1: 399). Po Kastelsu, nema garancija da će poruka uopšte biti proizvedena po pravilima određenog medijskog domena, to jest, primera radi, jedan Donald Tramp postaće politički kandidat sa retorikom imanentnom američkom rvanju, sa izazivačkim, agresivnim nastupom.

Novonastali „*zajednički kognitivni obrazac*“ smanjiće „*mentalnu udaljenost između različitih izvora kognitivne i osjetilne uključenosti...* Sve vrste kulturnog izražavanja, od najgorega do najboljeg, od najelitnijega do najpopularnijeg, stoje

¹⁴ U originalu „interacting and interacted“ (Castells 2010a: 402).

zajedno u ovome digitalnom svemiru i povezuju se s prošlim, sadašnjim i budućim manifestacijama komunikativnoga uma u golemi povijesni supertekst. Na taj način oblikuju novi simbolički okoliš. One virtualnost čine našom stvarnošću“ (ID1: 398- 99). Ako se prisjetimo Fridriha Kitlera, pa i Žila Deleza, ono što imamo je sve veće gubljenje kriterijuma. Podsećamo, Kitler je video da su u kulturi devetnaestog i dvadesetog veka još vladali kriterijumi kvaliteta i fukoovske normalnosti. To je bio način kontrole kulturnih diskursa, gotovo RAM memorija koja pročišćava nepoželjno (Kittler 1990). No, u Delezovom društvu kontrole više se ne nadzire i kažnjava, niti se nastoji disciplinovati seksualnost, kako je to smatrao Mišel Fuko (1982 & 1997), već se kontroliše i anticipira. Naprotiv, prisustvujemo „*koegzistenciji*“ svega od meditativnih, estetskih ili religijskih poruka do pornografije i sadističkih videoigara (ID1: 402). O tome se, shodno konceptu društva kontrole, prikupljaju podaci, ne zarad kazne, već formiranja modela koji će još adekvatnije oteloviti potrebu ili interes korisnika.

Kastels nije jasan u pogledu konačnih posledica ovog stapanja horizonata, pošto tvrdi podjednako da je ovo zadnja etapa sekularizacije, ali takođe i da će doći do razbuktavanja religijskih i etničkih identiteta, koji će biti među glavnim protivnicima globalizacije. S jedne strane, razlog tome je suštinsko nebavljenje postfukoovskim pantopticismom, u smislu kontrole i anticipacije, sem niza opštih tvrdnji. S druge strane, reč je o Kastelsovom neprihvatanju konačnog sloma svih metanarativa, svih kategorija pomoću kojih razumemo svet, i nastupanja digitalnog nereda, u kojem je jedina istina ona koju je korisnik odabrao, budući da su centralizovani izvori znanja bespomoćni (Weinberger 2008). Nasuprot toga, Kastels se i dalje drži jednog od vodećih humanističkih pomova, naime, obrazovanja, i nada se razvoju kosmopolitskih kulturnih mreža, tako što bi neki od pomenutih tvoraca internet galaksije učinili napor da ipak proizvedu zajedničko demokratsko znanje (ID1: 391). Ovde bi se moglo reći da Kastels stoji nasuprot Mekluanu, kao predstavnik ideje prosvetiteljstva, budući da obrazovanost, „*prevazilazi svako prirodno čulo... ona je opšte čulo*“ (Gadamer 1978: 43), i ne ograničava se na posebne sfere, stoga je u osnovi za Kastelsa poželjnih društvenih promena.

Jedino gde kod Kastelsa problem „*koegzistencije*“ različitih sadržaja dobija oblik jeste u inisovskom poimanju problema vremena (ID1: 454), i to njegovog negiranja naspram borbe različitih indentiteta da povrate smisao vremena. Kod Harolda

Inisa, vreme je označavalo specifičan društveni režim koji je, za razliku od društava koji se fokusiraju na prostor i konstantno uništavaju trajnije vrednosti, temeljio sopstvenu egzistenciju na istoriji, pamćenju, religijskom i ritualnom (Innis 2008). Temporalnost je oduvek bila važna, ali retko je razmatrana u odnosu sa tehnologijom. U promišljanju manipulacije vremenom specifično je i viđenje Luisa Mamforda (2009), koji je u mehaničkom časovniku video novu regulaciju života, kakva se pojavila prvo u manastirima, a potom u gradovima, tako što je mašina nametnula izvesni „ritam“, štedila i merila vreme, zarad boljeg funkcionisanja društvenog života. Sekunda ili sat bili su „proizvod“ mašine, i kao takvi postali orijentir ljudskog delanja. To jest, vreme nije prirodno organizovano u 24 jednaka intervala, niti se dnevne aktivnosti koje su se upravljale prema satnicama mogu uzimati zdravo za gotovo. Ipak, one su u lenjinističkim reformama bile „znanstvene organizacije rada“ (ID1: 456).

Mamfordova i Inisova istraživanja obuhvatio je i Džejms Keri (Carey 2009), koji je ukazao da su gradovi time bili sinhronizovani, ali ne među sobom. To jest, postojala su susedna mesta u kojima su se, vremena mogla razilaziti svega desetak minuta, ali su bila različita najčešće zbog religije. No, tok železničkih pruga i telegrafskih žica zahtevao je jedinstveno vreme na većim teritorijama, i samim tim stvorio univerzalniji tok sekundi i minuta, koji je na fordističkim trakama postao centralizovano, „linearno, nepovratno, mjerljivo, predvidivo vrijeme“ (ID1: 457), koje sada propada u umreženom društvu mešanjem različitih vremena, to jest poimanja vremena. *Onda kada se elektronski prepletu prošlost, sadašnjost i budućnost, ideja progresa*, koja je nosila moderna društva i izgradnju njihove infrastrukture, *ne može više da uslovljava dalji razvoj prostora* (MK: 59). To jest, prostor tokova, oličen u simultanosti na velikim razdaljinama, u umreženom društvu sažima i poništava vreme. Naše iskustvo je sve manje uvezano sa nekim poimanjem vremena, svedeno na “život u večnoj sadašnjosti sveta naših avatara” (Castells 2010a:xlirii), više nego naših bioloških života, kao da smo istinski napustili prirodu.

Kastels navodi mnoge faktore koji su doveli do onoga što zove *bezvremeno vreme*, u koje spadaju kako globalno tržište kapitala, koje radi uživo na planetarnom nivou, u realnoj jedinici vremena, tako i pojave poput skraćivanja radnog vremena, produženog životnog veka, i samim tim izmenjenih rodnih identiteta. Naime, s jedne strane, nauka je roditeljstvo odvojila od određenog starosnog stanja, a reprodukcija koja

je lakše kontrolisana dovela je i do preispitivanja ženskih prava. S druge strane, kultura muškosti izgubila je iz vidokruga problem dehumanizacije i smrti u stalno ponavljajućim ratovima, koji su u mnogim razvijenim zemljama prilično eliminisani, prisutni u umivenom obliku preko televizijskih ekrana, bodrijarovski ublaženi kao da se nisu ni dogodili (Baudrillard 1991). Patrijarhat je tako osujećen s obe strane, i polako odlazi u istoriju (ID2: 475-484), mada njegovo poimanje vremena, i pretpostavljene vrednosti mogu da oblikuju izvesni kontraudarac obesmišljavanju, na primer, u vidu Donalda Trampa okruženog zastupnicama konzumerističkog, nedemokratskog feminizma (Ivanka i Melanija Tramp), koje istovremeno tolerišu njegove izjave i prodaju svoje produkte.

Sama smrt, koja je nekad bila centralna, sada se izbacuje iz ljudskih života. Slike sukoba i razaranja istovetne su akcionim filmovima (ID1: 365). Smrt je toliko medijski eksploatisana da postaje beznačajna, postaje tek „točkica na ekranu“ (ID1: 476), nekad centralna za stare kulture danas je gotovo obrisana. Nekad su se po Kastelsu ritualima smirivali živi, danas se oplakivanje smatra malograđanskim, kako bi se eliminisala i poslednja praksa koja bi podsećala da smrt postoji. Doduše, treba napomenuti u kratkoj digresiji da Kastels piše ove redove u trenucima kada je smatrao da su mu poslednji, nakon javnosti nepoznate ali loše zdravstvene dijagnoze. Verujući da mu je prvi tom *Informacijskog doba* završna reč, on se posvećuje prilično otvoreno oduzimanju dostojanstva smrti u savremenom društvu. Nakon izlečenja, on se više ne vraća ovim temama, opsesivnoj borbi za produžetak života, „*odbacivanja smrti... i stvaranja tehnološkog sustava koji to uvjerenje čini dugotrajnim*“ (ID1: 479). No valja naglasiti vrlo pronicljive uvide o *našim društvima kao „simbolički liječenim sredinama“*, gde imamo čitave krstaške zdravstvene ratove, gomilu saveta koja su u suštini izopačena, komercijalizovana medicinska istraživanja. Ishrana, suplementi, odeća ili vežbanje deo su pomodarskog života, koje je racionalno koliko i šamanski obredi (ID1: 477), i stapaju higijenu, estetiku, narcisoidnost i individualnost, svodeći naše identitete na konfekciju, u skladu s kritičkom i Bodrijarovom teorijom.

Sam sled pojava je poništen. To jest, ako je smrt nešto što se poriče, onda i nema kraja, kultura stvarne virtualnosti zaista je večna, i zahvata mnoštvo, ako ne i celokupnost kulturnih izraza. No, za razliku od enciklopedije, u kojoj je znanje organizovano prema abecednom ili azbučnom redu, ovde aranžman zavisi od konteksta,

da li pristup informaciji traži potrošač ili proizvođač ispunjava želje, ili neka kulturna svrha slaže sled informacija po sopstvenom nahođenju. To znači da je kultura stvarne virtualnosti ujedno *večna i efemerna* (ID1: 486). Trebalo bi napomenuti da Kastels zanemaruje da ovakva manipulacija vremenom oduvek postoji, i da je čak i pisanje bilo način fiksiranja podataka koji više nisu bili ireverzibilni (Kramer 2006). Iako su ljudi bili skloniji da u tipografskim kulturama ipak održavaju neki red, Deridina kritika u delu *O gramatologiji*, kao i istraživanje Fridriha Kitlera (Kittler 1990), pokazuju da linearno vreme nikad nije bilo sasvim stabilno, kao što to uostalom i pokazuju lenjinovski eksperimenti. No, moguće je da je pometnju u nizanju pojava umreženo društvo dovelo do ekstrema, obesmišljavajući biološke cikluse, brišući smrt i poričući smisao u kulturi, koja sve više afirmiše ironiju, ili na primer kod Entonija Gidensa (1998: 132) cinizam kojim se „otupljuje oštrica pesimizma“, emocionalno neutrališe i izruguje modernističkim perspektivama.

Ipak, iako spominje beznačajnost smrti i popularnost sadističkih video igara, Kastels ne dolazi do desadovske okrutnosti i odbacivanja kajanja, kako su to videli Horkhajmer i Adorno u *Dijalektici prosvetiteljstva*. Mogući razlog tome jeste što se vrlo malo posvetio *industriji zabave, iako ju je proglasio „preovladavajućom ideologijom“ medija* (ID1: 361). Kastels kao sociolog u stvari izbegava da se pozabavi omiljenom temom kritičke teorije, iako zabavu vidi kao značajan faktor budućeg ustrojstva kulture stvarne virtualnosti. Budući da je brendirani konzumerizam jedan od četiri glavna globalna kulturna obrasca, i u složenom odnosu sa kosmopolitizmom, multikulturalnošću i konfiguracijom umreženog individualizma (MK: 157), brendirana konzumeristička kultura jeste kultura komodifikacije (MK: 159). Kastels je ranije ukazivao da će *industrija zabave sistematskom reprodukcijom dokoličarske, potrošačke ideologije „značajno oblikovati upotrebu, percepciju i, konačno, društvene posledice multimedija“* (ID1: 394), ali detaljnije ne obrazlaže taj proces, sem naglašavanja da će ga krasiti napetost sa onim što će kasnije nazvati masovnom samokomunikacijom.

Međutim, ako ponovo pogledamo konačnu definiciju stvarne virtualnosti, biće očigledno da njena industrija kulture mora biti bliže razmotrena. „*To je sustav u kojem je sama stvarnost (to jest ljudsko materijalno/simboličko postojanje) u potpunosti obuhvaćena, posve uronjena u virtualnu postavu slika, u izmišljeni svijet, u kojemu pojave ne postoje samo na ekranu pomoću kojeg se iskustvo komunicira, već same*

postaju iskustvo“ (ID1: 400). Iako Kastels upada u suviše fantastične komparacije, poredeći multimedijски hipertekst sa Borhesovom pričom *Alef*, jedinstvenoj tački univerzuma koja apsorbuje sve, ipak jasno stavlja do znanja da izmišljeni svet ostvaruje neki uticaj na naše iskustvo. To Kastels pokazuje i na slučaju učešća poznatih ličnosti u različitim kampanjama, posebno ekološkim (MK: 381), a u *Informacijskom dobu* daje eksplicitan primer televizijske serije *Murphy Brown*, gde naslovna junakinja u jednoj epizodi odlučuje da ima vanbračnu bebu. Tadašnji potpredsednik SAD-a Dan Quayle je otvoreno kritikovao takvo ponašanje kao nedolično, zbog čega je kažnjen u novoj epizodi, tako što je Marfi Braun kao gledateljka njegovog TV intervju napala potpredsednikovo mešanje u ženska pitanja. Stvorio se „*novi tekst stvarnoga i imaginarnog*. Neželjena prisutnost imaginarnog svijeta Murphy Brown u stvarnom životu predsjedničke kampanje potakla je Quayleovu transformaciju (ili prije, transformaciju njegove „stvarne“ televizijske slike) u lik iz izmišljenog života Murphy Brown“ (ID1: 401). Valja, ipak, primetiti, da je Kastelsov ključni primer masmedijski a ne samokomunikativni, i da ne nudi konkretne primere prozumerске virtualizacije kulture.

Kastels je, dakle, svestan odnosa utopije i ideologije svojstvene kritičkoj teoriji, ali navodi samo za levičare pozitivan primer umetničkog prevladavanja stvarnosti. No, i obrnuta situacija podjednako je izmišljeni svet koji ostvaruje uticaj na realnost, kreiranjem narativa u kojim se definišu ključni društveni sukobi, oduzimanjem kritičke dimenzije događaja, interpelirajući subjekta stavljanjem istog u imaginarni, osakaćen odnos sa stvarnošću. Dominacija američkih filmova na evropskim televizijama, koji najčešće čine 50 do 90% najgledanijih (Cardoso 2007: 174), nisu Kastelsova tema, uprkos osnovnoj tezi o konvergenciji u zajednički kognitivni obrazac. Kastels nije spreman da se upusti u šire razmatranje industrije kulture, iako smatra metafore temeljnim elementom ljudske komunikacije, i u analizama medijske prakse predsednika Buša prepoznaje moć narativa. Štaviše, sledeći Skota Leša i Siliju Luri (Lash & Lury 2007), on se implicitno približava materijalnom viđenju medijatzacije, gde se simboličko povlači pred ulaskom kulture u realno, i citira pomenute autore u pogledu njihove tvrdnje da je *od nadgradnje kultura prerasla u infrastrukturu* (MK: 152). Iako Laš i Luri to izjavljuju kao neku novost, iako su isto primećivali i Rejmond Vilijams i Herbert Markuze, ali ono što je doprinos Leša i Luri jeste ukazivanje na gubitak značaja

interpretacije naspram operativnosti površnih narativa video igara (Lash & Lury 2007: 8), gde priča samo ovlaš pokriva obično delovanje, koje je nadvladalo hermeneutiku, i prosto samo radi bez potrebe da nešto znači. To je veliki zaokret za Kastelsa u odnosu na prethodne tvrdnje koje je iznosio: „svi oblici komunikacije... temelje se na proizvodnji i konzumaciji znakova. Dakle, nema odvajanja između 'stvarnosti' i simboličkog predstavljanja. U svim društvima čovječanstvo je postojalo i djelovalo kroz simbolički okoliš“ (ID1: 399).

Po svemu sudeći, Kastels slabi svoju poziciju u *Moći komunikacija*, gde se koncept virtualnosti gura u stranu. Naime, kultura umreženog društva sada ne podrazumeva neki sadržaj, već je sačinjena od procesa, ona je „kultura protokola komunikacije“, gde se komunicira „ne na osnovu zajedničkih vrednosti već na osnovu toga što dele vrednost komunikacije“ (MK: 63). Protokoli su reklamiranje, brendiranje, žanrovi, digitalizacija ili samokomunikatorna koprodukcija sadržaja. Prvenstveno je bitno „deljenje“, nebitno je šta se deli, pošto svi proizvode i svi konzumiraju, čime se kultura simbolički ogoljava do Deridine partaže. Dvadeset godina ranije, Kastels je priznavao mogućnost sukoba između ideoloških proizvoda industrije zabave i individualističke, računarski posredovane komunikacije (ID1: 396). Leš i Luri su taj sukob simboličkog i realnog ilustrovali holivudskim filmom *Matrix*, gde konzumiranjem pilule glavni lik uklanja lažni svet iz svog života, proglašavajući propast klasične industrije kulture. To bi značilo da je sada manje bitno šta junakinja Marfi Braun čini, da li se smrt poriče, da li je zabava ideologija medija, ili šta mogu biti posledice zajedničkog kognitivnog obrasca.

No, kategorija virtualnog time je vrednosno osiromašena bez ikakve potrebe, svedena na industrijske protokole koji mogu postati i kosmopolitski, budući da čak i u novim radovima Kastels ukazuje da simboličko oblikuje naša društva, štaviše, da politička vlast više nego ikad počiva u umovima ljudi, i da je tim umovima moguće manipulirati. Pošto se u *Moći komunikacija* bavi isključivo slučajevima političke komunikacije, deluje sasvim izlišno redefinisanje kulture umreženog društva, jer virtualno je samo delimično određeno protokolima. Npr, međukulturno komuniciranje, na koje Kastels cilja, protokolima bi bilo kanalisano ka poželjnim obrascima saradnje, uklanjanju straha od drugog (MK: 64), ali on sam priznaje da to nije jedini odnos između kultura, štaviše, konflikt mreže i sopstva, ili sukob civilizacija, u stvari su

temeljniji za umreženo društvo. Sam Kastels čak i ne primenjuje redefiniciju u svojim studijama slučaja, odnosno, prvo objavljuje zanemarivanje simboličkog a potom ga ne zanemaruje. Ipak, time je izvršena svojevrsna konflacija kulture i društva, istovremeno kao što je kritička teorija činila proklamovanjem totalnog postvarenja i jednodimenzionalnog društva, ili ideološkom hegemonijom, a potom u vidu gerilskog obesmišljavanja dominantnih protokola. „Kultura je ujedinjena u hipertekstu ali interpretirana individualno” (Castells 2000b: 21). To može da dovede koliko do sistematskog nerazumevanja, toliko i do negiranja mreže ili stvaranja alternativa.

5.3. Publika: kreacija, interakcija, kontrola

Godine 1960. pariski nedeljnik L'Express upitao je američke i ruske naučnike kako oni zamišljaju naredni milenijum, šta je to što možemo očekivati u naredne četiri decenije. Na prvi pogled možda i nisu mnogo promašili: “Znanje će biti akumulirano u 'elektronskim bankama' i prenosiće se direktno u ljudski nervni sistem pomoću kodiranih elektronskih poruka. Više neće biti bilo kakve potrebe za čitanjem ili učenjem brda beskorisnih informacija; sve će biti primano i registrovano prema potrebama trenutka. Neće biti potrebe za pažnjom ili naporom. Ono što je potrebno ići će direktno iz mašine u mozak, bez prolaza kroz svest” (prema Elil 2010: 448). Žak Elil, francuski filozof tehnologije, stajao je na sasvim suprotnom stavu, štaviše, izjave naučnika poput Alberta Ajnštajna ili Roberta Openhajmera o društvu ili politici smatrao je sasvim banalnim, zapanjen koliko su ti ljudi bili geniji u svojoj specijalističkoj oblasti, ali nimalo iznad građanina na ulici u slučaju pitanja izvan njihovog ekspertskog polja (Ibid: 450). Rečima drugog filozofa, Gintera Andersa (1985: 439), naučnici su pretpostavljali da je ljudska priroda nešto dato i nepromenljivo, da je progres tek produžetak tehnike, gde je čovek nepotreban, štaviše, zastareo. Naučna zajednica je nekritički prihvatila širenje instrumentalnog uma, upravo onako kako su to Frankfurtovci propisali svojom tezom o jednodimenzionalnom društvu.

Kako Anders vidi, društvo je samo parazitski preuzelo ove tehno-logičke vizije, pa su pisci naučne fantastike popularizovali svoje fikcije, a te kopije su bile i radikalnije od svoga naučnog originala. Naš svet naprava i ljudi čak i kujemo “po slici njegovih kopija” (Ibid: 261). I Džejms Keri podsećao je na staru američku ideju “mašine u bašti”,

industrije u agrarnom društvu, od Tomasa Džefersona do “tehnotronске Amerike” Zbignjeva Bžežinskog, gde će bez evropske istorije evropska tehnologija izbeći da proizvede otuđenje i mehanizaciju društva, siromaštvo i klasne borbe, a sredstva komuniciranja omogućiti jedinstvo na velikim distancama, kakvo je sanjao još Džejms Medison (Carey 2009: 91). U kontekstu ovakvih misli nije nikakvo čudo što su preovladavale i ideje Velikog brata, tako što će elektronske banke jednosmerno prenositi neko opšteprihvaćeno znanje sveta, čak i “bez prolaza kroz svest”, direktno u mozak. To je analogno ilustracijama društva kao mravinjaka ili pčelinje zajednice, to jest orvelovskog komuniciranja. Kao što primećuje Emil Benvenist (1975: 62-68), pčela može da saopšti ostalima gde je našla hranu, koliko je udaljena i u kom pravcu treba da se ide. Pčela to čini takozvanim letovima “osmicama”, kojima pojašnjava smer i distancu. Međutim, ono što je bitno jeste da pčela samo može da komunicira o sopstvenom iskustvu. Naime, ona ne formira svoju poruku na osnovu neke prethodne poruke, već prenosi samo svoj iskustveni sadržaj. Poruka ne može biti ponovljena, niti u smislu da se tuđa poruka dijaloški obrađuje, niti da se reprodukuje trećem licu.

U pitanju je nepostojanje društvenog posredovanja. Misliti podrazumeva “rukovati znacima jezika” (Ibid: 79). Američki i ruski naučnici u pariskom nedeljniku pretpostavili su autonoman razvoj tehnike koja je, zapravo, utkana u kulturu (Elil 2010: 87). Ispostavilo se da pojedinci itekako u tome učestvuju. Savremeno znanje, pohranjeno u digitalnim mrežama, daleko je od enciklopedijskog. Njegova istinitost, obuhvatnost i preciznost konstantno je sporna. To je wiki znanje. Ipak, i to je vrsta mišljenja. Možda nije reč o prosvećenim pojedincima, kakve su mnogi priželjkivali, ali zasigurno jeste o osobama koje se informišu, organizuju ili delaju u okviru popularne kulture. Publika ne može da bude odsutna iz analitičkog okvira (Milivojević 2015: 50). Ljudi mogu nemarno da primaju sadržaj masovne proizvodnje, ili pak da pregovaraju s njim, ili ga u potpunosti odbiju. Povrh toga, mogu i sami da stvaraju poruku. Dihotomija pošiljalac/primalac, u pariskom nedeljniku dovedena do ekstremno robotizovanog svemasovnog medija i poslušnih tela, ovde je konceptualno i tehnološki, ako ne još i stvarno narušena. Produktivne nisu tek organizacije kao nosioci klasičnog linearnog modela komuniciranja, već opšta populacija, sama popularna kultura postaje specifična elektronska banka.

Džon Hartli je registrovao čak 1,2 zetabajta (biliona gigabajta) digitalnog sadržaja, od čega je 0,9 stvoreno od strane korisnika, ali dve trećine toga u korporativnim okvirima (Hartley 2012: 8). No, u svetlu pomenute borbe za komunikacionu infrastrukturu i medijsku neutralnost, pitanje je da li su i dalje 70 procenata internet galaksije proizveli korisnici, i šta nam nosi budućnost. Trenutna situacija jeste takva da je novo umreženo znanje možda svima dostupno, ali isto tako i daleko od prosvetiteljskih (tačnije, tehnomeritokratskih) ideala iz 1960. godine. Oni su percipirani kao “autoritarni broadcast model” naspram kalifornijske “grassroots” tradicije, koja je mrežu zamislila kao decentralizovanu i neposlušnu (Debre 2000: 112). Taj “Eldorado za tehnofile” (Ibid: 230) možda neretko poprima i religiozne fantazije o spasenju ili čak i izgnanstvu iz “raja neposrednosti”, ali više nije nešto što se u potpunosti može odrediti kao crno ili belo. Prodiranje publike nije ni dovršen niti nepovratan proces. Postoje nastojanja da se korisnici svedu na već pominjane “dividue” (Delez 2010) i da im se uskrati stvaralački kapacitet, a takođe se priželjkuje da oni pokažu veće emancipatorske tendencije nego što je realno moguće.

Manuel Kastels je svakako morao da se odredi u pogledu aktivnosti publike. Interesantno je njegovo ponavljanje ove evolucije u percepciji komuniciranja. Isprva je Kastels u *Informacijskom dobu* podsećao na nemoć publike na otvoreniji način. Ilustrativno je da se pritom pozivao na istog autora, naime, Rasela Nojmana, kako bi ukazao na liniju manjeg otpora kao princip ponašanja publike, a potom, u *Moći komunikacija*, i na njenu sposobnost da preoblikuje značenja u skladu sa sopstvenim vrednostima. Paradoksalno je što je reč o referenci istog autora i istog dela, ali sasvim različitog stava. U skladu sa Nojmanovim razmatranjem teorija masovnog društva, i Kastels je zazirao od toga što društvene institucije poseduju moć da kontrolišu kulturu i medije (Neuman 1991: 27). Iako je oduvek pisao o interaktivnosti, devedesetih je Kastels ipak naglašavao i takozvani “*instinkt lijene publike*” (ID1: 359), tako da gledaoci nisu spremni na veće psihološko opeterećenje, kako bi došli do kvalitetnijeg sadržaja. No, tu Nojmanovu tezu posmatrao je s druge strane psihologije, kao Rejmond Vilijams, ne u ljudskoj prirodi nego sklonosti da medije koriste kod kuće u trenucima dokolice, oporavljajući se za novi radni dan, i ne uključujući se u građanska udruženja ili organizacije civilnog društva, što su elementi fenomena mobilne privatizacije.

Kastels ponavlja i drugu vilijamsovsku tezu o tome da se publika homogenizuje ne jer je masovnosti sklona, već što to čini sam medijski sistem, koji drugačije ne može ni da funkcioniše, sem da sopstvenu publiku pasivizira i veže za ekrane (ID1: 360). Tek u *Moći komunikacija* Nojman će biti korišćen isključivo za *pobijanje teze o bespomoćnosti publike* (MK: 164). Kastelsovo razmatranje procesa komunikacije prati i rad Umberta Eka, sa zanimljivom opaskom o lošem uticaju publike na televiziju. Samim tim, Kastels eksplicitno odbacuje apokaliptičare među istraživačima masovnog komuniciranja, kod kojih su se primaoci poruka pretvarali u sasvim dehumanizovane poslušnike, bez sposobnosti za kritičko mišljenje. Kastelsov stav je nojmanovski, da *mediji, uprkos svemu, doprinose pluralizmu i participaciji u civilnom društvu* (Neuman 1991: 41). Spominjući Herberta Markuzea i Jirgena Habermasa, Kastels drži da “ironija intelektualne povijesti jest da upravo mislitelji koji se zalažu za društvenu promjenu često ljude posmatraju pasivnim promatračima ideološke manipulacije, zapravo ne dopuštajući pojmove društvenih pokreta i društvene promjene – osim kao iznimnih, jedinstvenih događaja koji se stvaraju izvan društvenog sustava” (ID1: 364). *Za kritičare, komunikacija je i dalje jednostrana i otuđujuća, ugurana u domen potrošnje kako bi bila lakše manipulisana* (MK: 164).

Za Kastelsa su, pak, iskrivljena značenja konstanta, a masovna kultura koncept kojim pokušava da se ignoriše, ako ne i sasvim ukloni autonomija pojedinaca u njihovom odnosu sa medijima. Štaviše, pojava “novih medija” poput vokmena, videorekordera, lokalnih radija i kabla, već je bila početak diverzifikacije ukupne ponude sadržaja, segmentacije publike koja počinje da uči da surfuje kanalima, a potom i da samostalno proizvodi sliku i zvuk, stavljajući sopstvena iskustva na male ekrane. Bar u početku, “povećanje broja televizijskih kanala bilo je odlučni korak” (ID1: 367). Publika se nije mogla nazvati masovnom, u smislu da je svojim izbirljivim tretiranjem izvora i sadržaja izmenila odnos sa pošiljaocima i pokazala sposobnost modifikacije značenja (MK: 164), a u razvijenim zemljama počela polako da ih napušta, opremljena da samostalno proizvodi sadržaj u skladu sa svojim životnim vrednostima ili sklonostima. Kastels svakako podvlači crtu u slučaju nadmetanja sa korporacijama, koje će neminovno ostati dominantne. No: “*u novome medijskom sustavu poruka je medij. To znači da će značajke poruka oblikovati značajke medija... decentralizacija, diverzifikacija i prilagođivanje za potrebe pojedinačnih korisnika.* Unutar širih

parametara McLuhanova jezika, poruka medija (još djelujući kao takva) oblikuje različite medije za različite poruke” (ID1: 368-9).

Ali ovo je više pozdrav sa medium teorijom, nakon što je poslužila za davanje hipoteze o generalnim karakteristikama umreženog društva. Naravno, nije to radikalna raskid, ali Kastelsovo okretanje publici toliko je izrazito, da su ove tvrdnje dobile na snazi onda kada su u novom izdanju *Informacijskog doba* (Castells 2010a) mnoge rečenice koje su vezivale infrastrukturu interneta za vojni sektor eliminisane, pa zamenjene stranicama o virtuelnim zajednicama, koje su, doduše, takođe sastavni deo globalnog sela. No, suštinsko razmatranje tehnologije, upravo same njene materijalnosti, polako se povlačilo iz Kastelsovog fokusa. To je omogućilo Kastelsu da pojača sopstvenu teoretizaciju novog odnosa masmedija i publike, ali ga je osujetilo u razmatranju nekih poststrukturalističkih primedbi, poput performativnosti i kontrole na socijalnim mrežama. Ipak, time je izoštren aspekt medijske poslovne logike, koja se nakon pada Berlinskog zida razvijala u kontekstu sve veće konkurencije, značajnih investicija u medijske organizacije od 80 milijardi dolara u periodu od 1993. do 1995. godine, a koja je donela i ukрупnjavanje kompanija (ID1: 369).

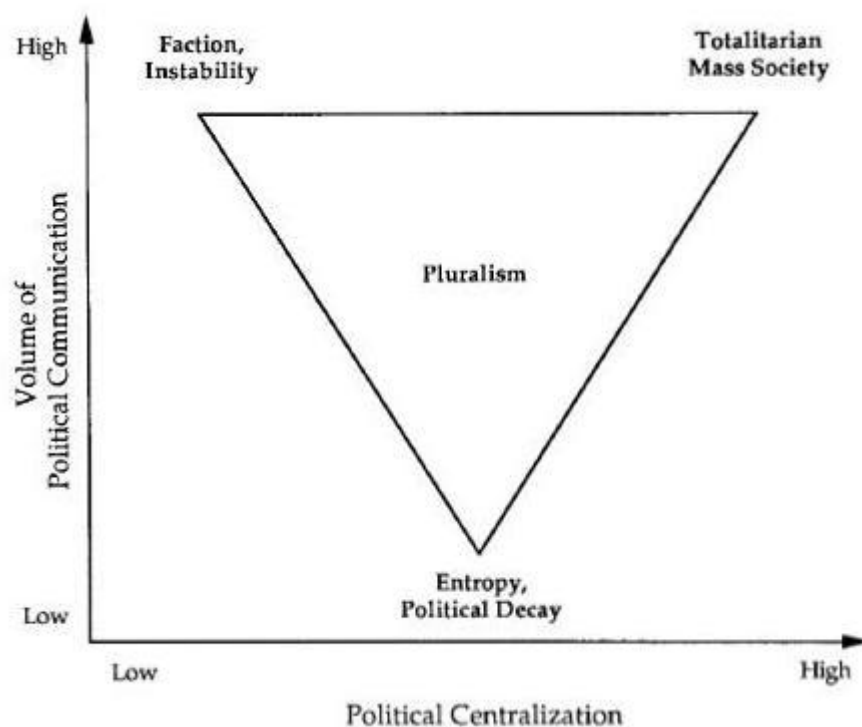
Komercijalizacija je, dakle, pratila diverzifikaciju publike, i vodila ka stvaranju oligopola. To je ujedno i centralizovalo proizvodnju, zbog čega je nastavio da se uvećava broj kanala, ali ne i različitost sadržaja. Semantički gledano, za Kastelsa (ID1: 369), to je suštinski ista formula, više puta reprodukovana, ali on i u tome vidi neku slobodu publike da “stvara vlastiti virtualni mozaik”. Masmediji će i dalje pokušavati da zadrže svoju logiku jednosmerne komunikacije, a zbog sve većih kompetitivnih pritisaka i nelojalnosti publike, to je rezultiralo ne globalnim selom koliko globalnom proizvodnjom sadržaja, koji se distribuiraju “prilagođenim kolibama” (ID1: 370). Kastels je svestan da je to i dalje “industrijska logika”, i da uz manje korekcije nastavlja sa masovnom proizvodnjom, tako da umesto istinskog odgovora, odnosno feedback-a publike, imamo “primitivnu tržišnu” reakciju potrošača. Postoji samo simulacija dvosmerne komunikacije, koja i danas poprima oblik neinteraktivnog a ipak višeplatformskog komuniciranja, tako da poruke profesionalaca i komentari amatera stoje uporedo, ali - ne razgovaraju. To je za Kastelsa “veštački pojam publike” (MK: 163), koja i dalje ostaje objekat komuniciranja, istovremeno nagrađena specijalizovanim

narrowcasting-om i podređena kao primalac, koja sa korporativnim subjektima komunicira samo kroz dividue, iliti sociodemografske modele.

Ipak, tekst Umberta Eka *Da li publika loše utiče na televiziju?* za Kastelsa ostaje pivotalan za preokretanje uverenja o bespomoćnosti publike. Eko uvodi mnoštvo kodova i potkodova u komuniciranje kao razmenu značenja. Nameravani efekat nije isti kao i proizvedeni (Eco 1994: 89), budući da primalac ne mora uopšte da poseduje kodove koji se kod pošiljaoca podrazumevaju. Italijan koji šalje sliku krda krava na njoj ne vidi isto što i Indijac, pošto imaju različito kodirana iskustva (Ibid: 90). Kastels, prateći Eka, vidi poslatu poruku kako ulazi u drugo semantičko polje, i samim tim je drugačije interpretirana, u zavisnosti od sposobnosti obrade sadržaja od strane primaoca (MK: 165). To ne znači da je publika sada sasvim oslobođena ideološkog uticaja, ali komplikuje stvar uvodeći kognitivne šeme koje ograničavaju pažnju gledaoca, omogućavaju mu da *selektuje aspekte poruke, i na kraju ih protumači pomoću sopstvenih kodova i potkodova*. To čak i ne mora da bude svest upoznata sa svim mogućim značenjima koje neka reč ili slika nose, što je tvrdio još i Roman Jakobson (1980: 129), ali jeste svest koja potpuno pasivno ne prima poruku. Masovna kultura za Kastelsa nije toliko homogena koliko apokaliptički teoretičari propovedaju.

Umberto Eko već upozorava na dvostruki problem. Naime, da su masovni mediji toliko svemoćni, prosečni mladi Italijan bi krajem šezdesetih godina našao neki sitnoburžoaski ili birokratski posao, možda i napisao diplomski rad o Benedetu Kročeu i njegovim umetničkim i duhovnim vrednostima. Međutim, krajem šezdesetih televizijska generacija je učinila nešto sasvim drugo, propagirajući nekonformizam, kontrakulturu, prava žena ili razvoj klasne svesti (Eco 1994: 88). Eko ne smatra da to znači da televizija uopšte nije moćna, ali da bi trebalo razmisliti kakav je njen stvarni uticaj, a šta je publika sama učinila od sadržaja. „Tekstovima treba publika da bi realizovali svoj potencijal da znače... Značenje nije u tekstu nego u čitanju” (Milivojević 2015: 162). U suštini, Eko je samo produžio vremenski period koji je Jirgen Habermas (1969) vezivao isključivo za književnost prethodnih vekova, poput romana “Pamela”, i dao televiziji istu svrhu razvoja ljudskosti. Takođe je, ipak, naglasio da to ne znači da se ovakvo viđenje publike može izjednačiti sa svojevrsnim modelom slobodnog tržišta, gde publika čini s porukama šta zaželi, konstruišući “*opasnu*” utopiju prema kojoj je podela na pošiljaoca i primaoca identična podeli na zle i dobre (Eco

1994: 99). Poruka može da preraste u konfiguraciju različitih značenja, ali ona nikad ne može biti toliko otvoren tekst da znači bilo šta, uvek postoji neko “polje mogućnosti” koje daje kontekst tumačenju, kako bi se pomirile haotičnost i racionalnost (Eco 1989).



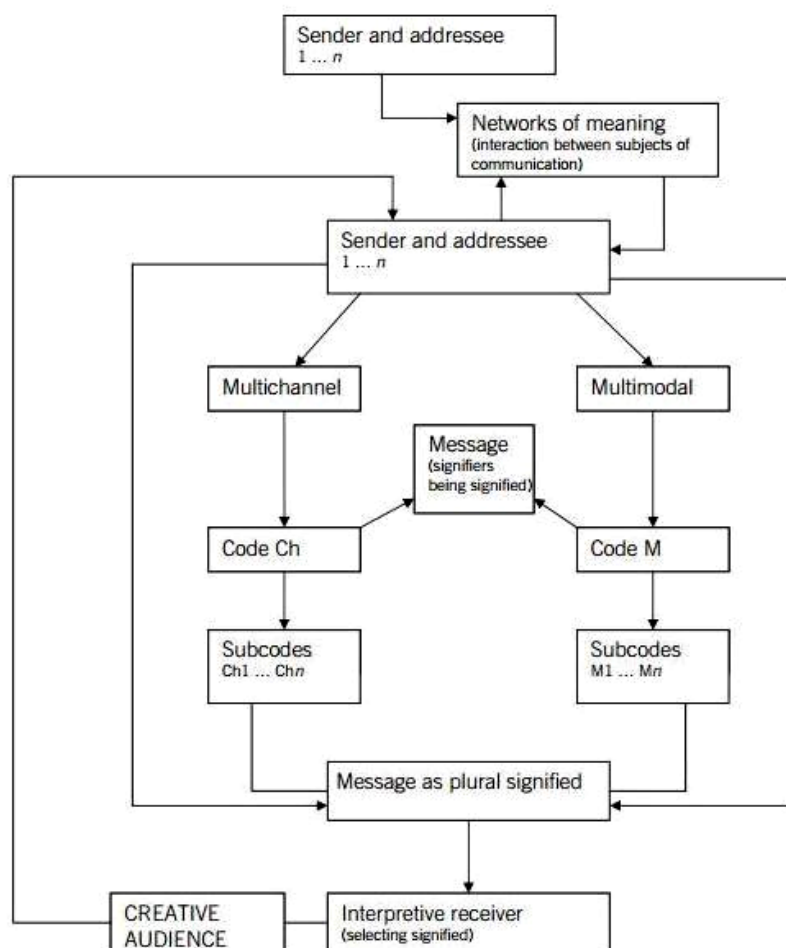
Kastelsova umerenost i sklonost centru još je jasnija sledećom, Eku komplementarnom Nojmanovom skicom (Neuman 1991: 46). U svetlu umnožavanja kanala komuniciranja, kao i aktivnosti članova publike, već Eko je ukazivao na mogućnost besmislene i nestabilne atomizacije. Kao što je već spominjano, i zbog opasnosti da civilno društvo nenadgledano samostalno degeneriše, Kastels i u pokušajima ograničavanja pluralizma vidi određeni stabilizujući mehanizam. Tako je maltene uobičajena stvar da on ukazuje da su medijski monopoli uvećali broj kanala ali ne i raznovrsnost sadržaja, i da potom ukaže i na prednosti masovne samokomunikacije na internetu (MK 165-166). Kastels je tu oprezniji nego što se pretpostavlja, budući da bilo kakvo slavljenje “nomadskih subjektiviteta” (Fiske 1987: 82) konstantno prekriva nesporna dominacija velikih kompanija. *Šta god kreativna publika čini prolazi kroz usko korporativno grlo*, i Kastels odlučuje da, na tragu Eka (Eco 1994) ili Denisa Mekvejla (Mek Kvejl 1994), ipak pošiljaoc koji deluju u skladu sa svojom poslovnom

logikom ne proglasi ultimativno lošim, iako će uvek davati prednost i neretko slaviti internet kao “instrument izgradnje autonomije” (MK: 166).

Bio je, dakle, potreban računar da bi bila uzdrmana bodrijarovska logika televizije, da ljudi dobiju mogućnost ličnog izražavanja i interakcije, a naspram oligopola koji to pokušavaju da neutralizuju. Ali Kastels ne razmatra neorganizovanu i spontanu komunikaciju kao tek banalno prisutnu, dostupnu ali ignorisanu, on traži kontrakulturu. Traži lokalno, dinamično, fragmentirano, nehijerarhijsko, rečju – folkonomičko (Lievrouw 2011: 190). Kastels ponekad deluje toliko uvereno da protivreči sebi kao sociologu urbanog, kada se pribojavao dominacije šoping molova i gubljenja utopijske energije u civilnom društvu, dok sada komercijalizaciju kiberprostora vidi kao bližu urbanoj kulturi i starim ulicama s malim dućanima (ID1: 383). Mnogo toga u digitalnim medijima je nedovršeno, kao večna beta kultura. Korisnici dovršavaju takav beta sadržaj, koriste softver, čak i hardver, dok se medijske korporacije bore protiv takve “demokratizacije”, pokušavajući da kontrolišu kreiranje sadržaja, i uvodeći koncept kopirajta (Howard 2011: 37). Kastels donekle uspeva da ponudi deskripciju ove pojave: “uprkos naporima usmjerenima prema regulaciji, privatizaciji i komercijalizaciji Interneta i njemu podložnih sustava, RPK¹⁵ mreže, unutar Interneta i izvan njega, označava njihova prodornost, višestruka decentralizacija i fleksibilnost... one poput kolonija mikroorganizama rastu na sve strane. *One će sigurno odražavati komercijalne interese i proširiti će kontrolirajuću logiku glavnine javnosti i privatnih organizacija u cijelo područje komunikacija. Međutim, suprotno masovnim medijima McLuhanove galaktike, one imaju tehnološki i kulturalno usađene osobine interaktivnosti i individualizacije*” (ID1: 385).

Kastels na ovim temeljima gradi ekoovski model komuniciranja, “tako da se pojavljuje novi subjekt komunikacije, *pošiljalac/primatelj... središnja figura u Galaksiji interneta*” (MK: 166). Za Manuela Kastelsa je u okvirima masovne samokomunikacije to sada jedan subjekat, i ne daje mu popularniji naziv poput prozumer, niti nešto neutralnijeg prodjuzera. Odgovor ne mora da bude upućen prvobitnom pošiljaocu, niti pošiljalac može da očekuje poruku samo od nameravanog primaoca. U načelu je

moguće da su sve poruke dostupne u mreži. Kastels tome dodaje i multimodalnost i višekanalnost, kako bi istakao različite tehnologije i izvore komunikacije, koje potencijalno može da koristi (MK: 167), mada ne pojašnjava zašto je potrebno u digitalno doba konvergencije razmatrati različite tehnologije komunikacije. On insistira da, s jedne strane, različiti modaliteti sadrže i različite kodove (kod M), kao i da se to odnosi i na različite kanale komuniciranja (kod Ch). Tako onlajn novine, videorekorder ili knjige i televizija predstavljaju četiri zasebna M koda u zamišljenom modelu komunikacije, ali i različiti sajtovi (video, društvene mreže) i televizijske stanice (verske, sportske) predstavljaju specifične Ch kodove, dočim su “Arena sport” ili “B92” potkodovi kanala.



The process of communication by the creative audience

Povrh multimodalnosti i višekanalnosti, Kastels pridodaje i integrisane subjekte internet galaksije, koji poseduju i sopstvene kodove pomoću kojih interpretiraju prethodne: “rasparuju odnos između označitelja i označenog u poruci koja je poslata, i

filtriraju označitelja tako da stekne različito označeno”. Time još prati Ekoovu postavku, a potom je dograđuje, stvarajući kompleksniji model procesa komuniciranja. Valja preneti Kastelsovo obrazloženje u celosti: “Pošiljalac/primalac mora da *interpretira* poruke koje dobija iz različitih modaliteta komunikacija i različitih kanala komunikacija, tako što njegov kod stupa u interakciju s kodom poruke koju je stvorio pošiljalac i koja je obrađena u potkodovima modaliteta i kanala. Uz to, on kao primalac mora da pregovara o njenom značenju na osnovu svog iskustva kao pošiljaoca. Na kraju, tu je i samostalno odabrano značenje koje funkcioniše na osnovu različitih materijala komunikacionog procesa. Štaviše, subjekti komunikacije nisu izolovani entiteti: oni stupaju u međusobnu interakciju tako što formiraju mreže komunikacije koje proizvode zajedničko značenje. *Prešli smo sa masovne komunikacije usmerene na publiku do aktivne publike koja definiše svoje značenje tako što poredi sopstveno iskustvo s jednodimenzionalnim protokom informacija koje dobija. Tako primećujemo porast interaktivne produkcije značenja. To nazivam kreativnom publikom, izvorom preuređene kulture koja karakteriše svet masovne samokomunikacije*” (MK: 169).

Kastels je svestan da ova kultura danas nipošto nije dominantna, ovo je u stvari “*budući obrazac komunikacije*” (MK: 171). U vreme kada je televizija i dalje najvažniji masovni medij za većinu ljudi, multimodalnost i samostalna proizvodnja sadržaja tek su potencijal. Kastels ukazuje na istraživanja populacije od 18 do 30 godina u Kataloniji, koja pomoću interneta počinje da upravlja ličnim vremenom, da kontroliše sopstvene medijske aktivnosti, sve autonomnije koristi, ili čak i proizvodi sadržaj, odnosno, multitaskinguje u mnoštvu modaliteta i kanala. Omladina je za Kastelsa pokazatelj da će njegova zamisao procesa komuniciranja biti potvrđena vremenom. Ispitanici čak i 35% manje čitaju štampane medije, i Kastels istovremeno tvrdi da se njihova pažnja sliva u onlajn novine (MK: 170), a ne u napuštanje informativne uopšte. Njegova zapažanja o komercijalizaciji i širenju brendiranog konzumerizma sasvim su zaobiđena onda kada prognozira uspon kreativne publike. Kastelsu je jasno da su prvi korisnici imućniji i obrazovaniji, i da će oblikovati neke komunikacione navike i za naredne digitalne migracije. Kultura bi se iz tog “elitnog” izvora širila potom u koncentričnim krugovima. To je proces u kojima će pojedine grupe biti diskriminisane, i samim tim primorane da obrnu odnose moći. No, Kastels nije sasvim jasan u daljem obrazlaganju stvaranja “*interaktivnog društva*” (ID1: 386). On podseća da će “*obrazac trenutnog zadovoljstva i*

suvišne potrošnje” (IG: 71) postati dominantan, ali ne pojašnjava kako će umreženi individualizam izbeći takvo postvarenje.

Čak i u novom izdanju *Informacijskog doba* zadržava ideju Šeri Terkl o fleksibilnim sopstvima ispred kompjuterskog ekrana, o “decentriranju identiteta” u kiberprostoru (Turkle 2004: 105), eksperimentisanju i projektovanju sveta prema sopstvenim vrednostima i interesima. Virtuelno je za Terkl bio prostor lične i socijalne transformacije, gde se mogu odigrati uloge u “dramama samoreparacije” nerazrešenih konflikata (Ibid: 108), jer nas mašine bukvalno teraju na samorefleksiju. No, Terkl je vremenom modifikovala sopstvene stavove, i ukazala da su pojedinci stvarne identitete počeli da zamenjuju hiperrealističkim avatarima, koji ih oslobađaju frejdske nelagodnosti u kulturi i “trenja” realnosti (Terkl 2011: 37), toliko da kompjuter postaje zamena za zajednicu. U tome počinje da prati stare kritičare spektakla, poput Gi Debora (2003: 172, 192), koji je prijemnike smatrao aparatima koji izoluju pojedinca, izazivaju “smrt komunikacije” i stvaraju “društvo bez zajedništva”. Ali, iako je Terkl promenila svoja viđenja, Kastels propušta da razmotri svet u kojem konekcije postvaruju odnose. Terkl više nije sasvim spremna da podržava fluidnost i mnogostranost novih identiteta, koji se s nevoljama hvataju u koštac s bezbedne razdaljine, sa “neba interneta” (Terkl 2011: 283). Dok je za Terkl (Ibid: 42) “telekomunikacijski balon” postao oblik alijenacije, Kastels ga najčešće vidi kao nešto utopijsko, kao novo mesto sa kojeg kritički može da se sagleda postojeće. Terkl vidi i površnost i simulaciju komunikacije, dočim Kastels nevoljno prihvata momente otuđenja i nastavlja potragu za emancipatorskim aktivnostima.

Reč je o suptilnom odvrćanju od pojedinih tema koje je nekad bar sporadično spominjao. Ilustrativno je tu kako je jedna rečenica sasvim nestala iz novog izdanja *Informacijskog doba* (Castells 2010a), a koja pokazuje izvesnu zabrinutost zbog razvoja digitalne kulture, pošto će se “*internet širiti kao globalna elektronička agora, uz neizbježnu dozu psihološkog zastranjenja*” (ID1: 385). Kastels i u *Moći komunikacija* govori o “*elektronskom autizmu*” (MK: 95), ali to ostaje marginalno za opštu tezu rada. Za Kastelsa je to stara priča, što potvrđuje i zabrinutost zbog kompulzivnog korišćenja računara još sedamdesetih godina, kada je Džozef Vajzenbaum (1980: 137) govorio o osećaju svemoći i apsolutnog autoriteta koji čovek zadobija pred ekranom, koji sluša svaku njegovu komandu, više nego što bilo koji pisac kontroliše knjigu ili režiser film.

O tim boljkama se decenijama govori, ali se nikad nije ovaplotila jednodimenzionalnost o kojoj govore kritički teoretičari. To jest, nju Kastels ustupa preduzetničkoj “*kulturi novca*” (IG: 70), “*stvaralačkoj destrukciji koja naposljetku vodi do destruktivnog stvaranja... bogatstva u novcu i tehnologiji koje raste na ruševinama društvenih i osobnih života razorenih u tom procesu*” (Ibid: 72). Ovakve rečenice se smenjuju s optimističkim, ali polako iščezavaju u kasnijim, angažovanim Kastelovim delima.

Te 2001. godine, kada je objavljena *Internet galaksija*, Kastels je mnogo opreznije posmatrao moguće opasnosti sa kojima bi se korisnici mogli suočiti. Tada je razvio ideju takozvanog *personaliziranog hiperteksta*, koji „ne živi izvan nas nego u nama“ (IG: 223). Poslovni svet ni ne želi da omogući razvoj nečega gde ne bi imao određena vlasnička prava. Korisnici su ti koji kombinuju različite elemente u lični hipertekst, koji je u stvari njihov kulturni izraz. Ne postoji, dakle, neki hipertekst naspram multimedijskog sistema, već „moj hipertekst, vaš hipertekst, svačiji hipertekst. Međutim, ti hipertekstovi su ograničeni jer je ograničen protok podataka i pristup, pa oni ostaju takvi sve dok decentralizovani oblik kulturnog izričaja ne bude pretvoren u tržišnu ponudu ili u potpunosti oslobođen takvih implikacija“ (IG: 224). Ali tako ograničen i skroman hipertekst zadržava se ili na sopstvenim korisničkim kodovima ili potkodovima, ili biva komercijalizovan hegemonskim kodovima. Kastels je tada korisničku dilemu postavio znatno nepovoljnije: *ili nametnute formule kulturne dominacije ili potencijalno autistična sloboda*, pri čemu ta sloboda može poprimiti i oblik spajanja igre i rada, zadovoljstva koje služi kapitalu, kako je Markuze video postfordističko stanje dokolice (Fuchs 2014a: 60), a što Kastels dovoljno ne problematizuje.

Mnogi samokomunikatori stvaraju sadržaj za sebe ili uzak krug ljudi, i Zigmund Bauman je zamerio Kastelsu da možda dovoljno ne razmatra posledice takvih filter balona, unutar kojih se korisnici kriju. Iako je stvarnost umreženog društva prilično ambivalentna, Kastels ne uviđa dovoljno da *nije toliko izvesno da mreže mogu postati temelj pouzdanih društvenih odnosa*, koliko su nestabilne kao pesak. Bauman (2007: 107) odlično produbljuje Kastelsovo poimanje diskonekcije, koje je shvatano prvenstveno kao isključenje neprofitabilnih i umrežavanje kapitalnih mesta na planeti. Naime, diskonekcija deluje kao balon koji odstranjuje nepoželjno, i kao takva je orijentisana prema tržištu ili željama pojedinca. Nasuprot tome, *u civilnom društvu smo*

osuđeni na neželjeno, na permanentan odnos sa neistomišljenicima, koji usled isključenja nestaju u mreži kao kolateralna šteta. Metafora mreže omogućava Kastelsu da sofisticirano objasni fenomen ekonomske globalizacije, ali posrće na pitanju razvoja kulture i javnosti, budući da masovna samokomunikacija predstavlja svojevrsnu privatizaciju javne sfere.

Kastels je ovome posvetio jedva par strana u *Internet galaksiji*. Upitao se da li se *naše zajedničko iskustvo sada preliva u izolovane svetove, tako da sve više ne delimo neki smisao u društvu*. Strukturno se podstiče individualnost, a zajednički smisao se gubi u različitim iskustvima i praksama, tako da *razvoj personalizovanog hiperteksta može biti proporcionalan „samouništenju smisla“* (IG: 226). Onda kada svako govori sopstvenim jezikom, i tekstovi međusobno ne mogu razgovarati, *bez „mostova smisla“ (poput umetnosti) može se proširiti otuđenje ljudi i uspon „svijeta slomljenih zrcala“*. U ovom trenutku, iz Kastelsa govori kritički teoretičar. Pojedinaac, odnosno njegova individualna psiha, sa svojim željama i mislima, uči nas Mihail Bahtin (1980: 37), podjednako je socijalna pojava. To je za Bahtina značilo i da je ideološka pojava. Ideološki znak jeste onaj kojem se pripisuje prirodnost i natklasni večni karakter, isticanjem izvesnog značenja umesto dvosmislenosti (Ibid: 26). Masovna samokomunikacija je, s druge strane, sve manje pokazivala janusovsko lice, iako u Kastelsa nije ispunjavala baumanovske slutnje. Njegova okrenutost komunalizmu, i načelno razumevanje umetnosti kao oblika obnavljanja društvenog smisla, „kulturnog mosta između Mreže i sebstva“ (IG: 227), umanjilo je razmatranje potencijalno negativnih strana oslobođene publike.

Konačno, kontrola koja se neizmerno uvećala s razvojem digitalnih medija za Kastelsa je više normalno stanje stvari koje valja prihvatiti, nego što nosi opasnosti uticaja trećih strana na naše ponašanje. Život društva sve više je predstavljen kao medijski sadržaj. Naše društvene uloge, delanje, komunikacija, pa i intimna sfera, u stvari su digitalizovani, i kao takvi podložni “komodifikaciji, komercijalizaciji i policifikaciji društva i svakodnevnog života” (Fuchs & Trottier 2015: 130). Kastelsu se zamera što ne uviđa *funkcionisanje moći u tehnološkim sistemima, odnosno, koevoluciju korisnika i platformi*, koju bi Laturova perspektiva bolje sagledala, jer aktere ne posmatra kao ljudski input i kompjuterski autput, već kao “sociotehnički ansambl” (van Dijck 2013: 27-28). Facebook, na primer, nameće društvenost u vidu konektovanosti,

jer više lajkova podrazumeva i više podataka o poželjnim konzumerističkim trendovima, a životopisi u obliku Timeline-a još bolje pakuju narrative zainteresovanim kompanijama. To može biti donekle bezazleno, tako što Timeline s mamama i bebama bude nagrađen reklamama za pelene, ili da kreditna kompanija licu spusti limit kartice u slučaju da se osoba razvodi (Andrejevic 2014: 183), ali u određenom trenutku možda se prelazi granica. Kastels, iako je devedesetih godina proučavao bioinženjering i govorio o društvima kao “simbolički lečenim sredinama”, propušta da primeti da se aktivnost korisnika može danas koristiti za povezivanje bihejvioralnih i medicinskih podataka, s ciljem stvaranja obrazaca korisnih za nove zdravstvene terapije. Po istom principu baze mogu da koriste i policijski organi, poslodavci ili političari, kako bi registrovali ponašanja, anticipirali i uticali na njih. Na delu je “*algoritamska alijenacija* u kojoj automatske odluke bazirane na velikim bazama podataka... oblikuju institucionalne odluke koje utiču na životne šanse rastućeg broja ljudi... (To je) svet u kome je svaki detalj naše ponašanja i komuniciranja pohranjen u bazama koje se koriste na nama netransparentan načn, od strane institucija sa čijim imperativima ne moramo da se složimo” (Ibid: 189). To je i svet s kojim se Kastels slabije hvata u koštac.

5.4. Medijalizacija politike

Medijalizacija politike smatra se najjasnijim primerom medijalizacije. Prilagođavanje političke medijskog logici prikazano je vrlo precizno, i ova oblast privlači najveće istraživačko interesovanje. Budući da su javno mnjenje i politička komunikacija danas nezamislivi bez medija, njihov uticaj na institucije i na donošenje političkih odluka, odnosno, zavisnost socioekonomske sfere od medijske logike, jeste ono što se smatra medijalizacijom. Pritom nije u pitanju čista kauzalna logika, gde se traže mediji kao nezavisna varijabla koja proizvodi određene efekte, nego se govori o medijskom oblikovanju različitih aktivnosti. U slučaju političke logike, Frank Esser i Jasper Štrombak (Esser & Stromback 2014: 16) nalaze da je najvažnije donošenje i implementacija odluka. Oni je dele na tri aspekta. Prvi podrazumeva pribavljanje podrške za politički program ili kandidata, što uključuje gradnju imidža, uticaj na javno mnjenje i publicitet uopšte (politics), kako bi se u društvu raspodelila moć (MK: 234). Drugi se odnosi na samo uređenje, od izbornog ili sudskog sistema do partija i oblika

vladavine (polity). Treći aspekt tiče se sprovođenja odluka, rešavanja problema, koordinacije različitih aktivnosti ili interesa, koje dobijaju oblik u javnim politikama (policy). Odnos medijskih i političkih praksi višesmeran je, ali upravo infiltracija prvih jeste ono što čini traženu društvenu promenu.

Medijalizacija politike prvenstveno se odnosi na prvi aspekt političke logike, gde se zarad borbe za glasove politički akteri prilagođavaju radu medija, koji se kreću od elitističkih do populističkih, u zavisnosti kojoj se publici obraćaju i koliko osećaju komercijalni pritisak. Mediji stoga mogu obezbediti koristan nadzor vlasti, ali i ugroziti demokratiju, stoga medijalizacija politike može biti sagledana kritički (Blumler 2014). Amalgamacija ne-medijskih i medijskih delatnosti, tako da društvo postaje prožeto medijima, i sve više se adaptira medijima, nema konačan pozitivan ili negativan rezultat. U svakom slučaju, *medijska logika predstavlja formu komuniciranja, tako da stvara sopstveni stil izlaganja informacija, postavlja posebne kriterijume selekcije, fokusira i organizuje podatke u skladu sa profesionalnim normama i načelno u javnom interesu, uz neizbežnu komercijalizaciju kompletnog procesa, koje traži profitabilno, jeftino i konkurentno* (Esser & Stromback 2014: 18). Esser i Štrombak medijskoj logici pridodaju i tehnološki aspekt, ali samo u smislu toga da se sadržaj prilagođava izvesnom ljudskom čulu, usput spominjući i fenomen interaktivnosti. Logiku novih medija, kao što je već spominjano, karakteriše informatička obrada informacija, koje sve više proizvodi i distribuira sama publika, čija se kreativnost usmerava različitim algoritmima ka mogućim oglašivačima (van Dijck & Prell 2013; Klinger & Svenson 2014). Kastelsova masovna samokomunikacija ovome je analogan koncept.

No, dominacija televizije i dalje zadržava kao najznačajnije stare formate, ili rečima Stjuarta Hala (2013), performativna pravila. Svakako je jasno da su tu uobičajeni kriterijumi poput same svežine vesti, mada su iznenađenje, negativnost ili učešće javnih ličnosti važniji od same starosti informacije. Politički akteri, da bi privukli, ali i izbegli medijsku pažnju, moraju da modifikuju sopstveno ponašanje. Mediji mogu i da se izbegavaju, ili da se krije određena delatnost zbog medijskog izveštavanja, kao i da se vest spinuje, na šta novinari mogu odgovoriti kritičkom interpretacijom. Ovo je pojava takozvane „*spirale medijalizacije*“ (Esser & Stromback 2014: 22), mada, kako naglašava Džej Blamler, nema nikakvih garancija da će novinari preispitivati informacije dobijene od političke elite (Blumler 2014: 35). Kao što i

Kastels primećuje, *nisu mediji ti koji poseduju moć već su prostor stvaranja moći* (MK: 235). Štaviše, pod pritiskom konkurencije, mediji mogu podsticati agresivniju retoriku, stereotipizaciju manjinskih grupa, kao i da ignorišu dugoročne trendove i javne politike (Blumler 2014: 37), razvijajući svojevrsni *medijski populizam*, gde se jureći za profitom informacije tabloidiziraju radi zabavnog efekta (Mazzoleni 2014: 48).

Četiri medijska frejma se izdvajaju: takozvani „human interest story“, frejm konflikta, ukazivanje na ekonomske posledice, i prikaz političkih odnosa kao strateške igre (de Vreese 2014). Mediji će nastojati da izbegnu apstraktnu retoriku političara kada ovaj iznosi neki problem, i ponudiće konkretan primer, sa ljudskim licem, kako bi pokazali funkcionisanje institucija ili posledice sprovođenja neke političke ili ekonomske logike. Gledaocima se pitanje pojednostavljuje i traži se emocionalna reakcija, a tako uokvirena tematika se bolje i pamti (Ibid: 144), te snažno utiče na podršku određenom kandidatu ili programu. Frejm konflikta, pak, obezbeđuje distancu medija u odnosu na kandidate, čija se mišljenja ili aktivnosti suočavaju, a pritom mediji mogu uravnoteženo izveštavati o protivnicima. Time se može i umanjiti uticaj političara, kojem se uvek suprotstavlja opozicija, a takođe i publika može da razmotri obe strane, učvrsti ili modifikuje sopstvena uverenja. No, do publike se sve češće dolazi upravo pristrasnošću, tako što mediji nude potvrdu određenih ideoloških stavova na uštrb kredibiliteta, što primećuje i Kastels (MK: 236). Konačno, okvir strateške igre predstavlja političare kao igrače koji se bore za pozicije u javnom diskursu. Ističe se važnost samog natjecanja, dočim su značajnija pitanja skrajnuta, što može proizvesti i cinizam (MK: 147), ne samo u političkoj sferi, već kao što govori Nik Koldri, može i da ošteti socijalno (Couldry 2012). U suštini, ljudsko lice, konflikt, strategija i posledice, nisu samo frejmovi informativne redakcije, oni se nalaze u različitim medijskim žanrovima, čak i rijaliti programima.

Ovim je ukratko predočena ideja medijatzacije politike. Manuel Kastels mnoge od pomenutih stvari ponavlja, o čemu će biti reči, ali takođe ponešto dograđuje ili naglašava. Njega brine da li se pravila igre menjaju time što sada politički akteri moraju svoje strateške aktivnosti da provuku kroz istovetnu medijsku tehnologiju, tako da čak postanu i *„zarobljenici... logike i organizacije elektroničkih medija“*, koji sve više daju oblik i strukturu samoj politici, štaviše, menjaju sam odnos društva i države (ID2: 317). S jedne strane, već je napomenuto da su politička uređenja upala u krizu legitimiteta, što

je rezultiralo padom kejnzijanizma i usponom neoliberalizma, ali time kriza nije okončana. U sveopštoj deregulaciji društvo je svoje zajedničko sećanje, javni interes i slogu konstantno delilo do u beskonačnost, toliko da se Kastels okreće svom učitelju Alenu Turenu, citirajući da je moć „svugdje i nigdje... u masovnoj proizvodnji, novčanim tokovima, načinu života, školovanju, televiziji, slikama, porukama, različitim tehnologijama“ (ID2: 314). Kastels se drži zle slutnje da je samo medijski sadržaj preostao u nastojanju da se solidarnost i identitet i dalje obnavljaju. Mediji su povlašćeni gotovo u bodrijarovskom smislu, pokušavaju da sačuvaju privid organske ili bar integrisane zajednice, bar niza kompromisa, koje to društvo i dalje drži na okupu, a istovremeno se kulturni svetovi sve više zatvaraju i fragmentiraju.

Tako opunomoćeni mediji sada daju okvir politici i transformišu samu političku aktivnost (MK: 237; ID2: 319). U potrazi za publikom i oglašivačima, mediji su razvili poslovnu logiku koja će proizvoditi verodostojne ali primamljive informacije, pokušavajući da pomire novinarsku struku i komercijalni interes. Džejms Karan (Curran 2011: 22) smatra da je to doprinelo propadanju medija i simplifikaciji sadržaja, ali Kastels nije sasvim spreman da se sa tim složi. Budući da se nalaze između građana i partija, mediji u SAD su postali bitni za samu organizaciju politike, koja je audiovizuelno polje učinila bojnim. To su po Kastelsu izazvale dve pojave, naime, povećan značajan unutarstranačkih izbora, zbog čega se kampanja još više produžava, i tome shodan sve veći problem finansiranja, gde se sada novac prikuplja od samih birača. Ove odluke, donesene u drugoj polovini dvadesetog veka, ojačale su samu poziciju medija (ID2: 323), koji su postali neophodni u samoj komunikaciji sa glasačkim telom. To je povuklo sa sobom nekoliko briga, od kojih Kastels prvo spominje staru mekluanovsku dilemu oko debate predsedničkih kandidata Ričarda Niksona i Džona Kenedija, tako da ostavljanje jačeg televizijskog utiska prilično potire same argumente kandidata, dočim su slušaoci radija Niksona smatrali pobednikom debate. Druga problematika pridodaje fakat da se u baražnoj medijskoj vatri može obesmisлити bilo kakvo kvalitetno javno rezonovanje, jer se ne raspravlja već maršira (Milivojević 2015: 142).

Kastelsovo percipiranje medijatazicije politike nastoji da obuhvati kompletan proces sa četiri povezane teme. U pitanju su prakse političkih aktera kako bi obezbedili pristup medijima, a potom proizveli i distribuirali odgovarajuće poruke, uz

podrazumevajuće finansiranje svih pomenutih aktivnosti. To nisu više, ako su ikad i bili, mediji koji su bar ponekad na umu imali javni interes, već su pretvoreni u „*semantička polja smrti*“ (MK: 237), na kojima političari trijumfuju ili završavaju karijere. Odnos medija i političara najintenzivniji je tokom izbornih kampanja, ali ni to više nije pravilo, pošto su kandidati uvek spremni za borbu za publicitet. Predstavljanjem navedenih tema bio bi pojašnjen Kastelsov stav o posledicama fenomena medijske politike, koja produbljuje krizu demokratije. Iako spominje i primere sa drugih kontinenata, ipak je američki model ono što Kastels drži za „ekstreman slučaj“ koji je i naličje naše budućnosti (ID2: 315). Stoga je ono što se dešava u Sjedinjenim Državama bitno i za one umerenije situacije, u smislu trenda ka kojem medijalizacija politike vodi. Pritom valja imati u vidu da teoretičari poput Noama Čomskom (2000: 9) u tezi o medijskom ugrožavanju demokratije vide samo agendu vlastodržaca, koji smatraju da bi demokratija procvetala ograničavanjem medija. To je svakako stalno pitanje kritičke teorije.

Pristup medijima, odnosno čuvanje kapija, odnosi se na organizaciona pravila koje valja ispoštovati da bi se došlo do medijskog prostora. U slučaju SAD, plaćene reklame su značajnije nego u Evropi, ali u svakom slučaju novac je važan element uspešne kampanje. No, iako to Kastels priznaje za njega nije to ono što fundamentalno određuje prolazak kroz kapije, što se, primera radi, ispostavilo i u poslednjoj republikanskoj unutarpartijskoj kampanji, gde su protivnici Donalda Trampa sakupili i do deset puta više finansijskih sredstava, ali bez uspeha. Umesto plaćenog marketinga, Tramp se okrenuo u potpunosti medijskoj logici. Kastels vidi njene *četiri važne komponente u čuvanja kapija* (MK: 241-2). Prvo, tu je *organizaciona kontrola*, koja može biti državna, komercijalna ili neprofitna. Drugo su *uredničke odluke*, a treće *profesionalna tela samih novinara*, koja više utiču na izveštavanje onda kada su komercijalni interesi smanjeni (Kastels spominje BBC). I četvrto je *privlačenje publike* za određeni sadržaj, mada treba imati na umu i same korisnike kao proizvođače (Brants 2015: 42). Da podsetimo, Kastels je ranije bio eksplicitniji u pogledu nerealnosti pretpostavke da će internet tehnologija „izlečiti“ demokratiju (IG: 173), no to samo menja prirodu korisničke aktivnosti, više ka bodrijarovskom tipu, nego što ih stvarno pasivizira. Druga, urednička komponenta, ostaje centralna, jer svojom fleksibilnošću može pomiriti eventualne nesuglasice ostalih elemenata.

Rezultat je sve veće *prihvatanje pravila industrije zabave*. Izveštavanje je uspešno onda kada se ne suprotstavlja najširim trendovima u savremenoj kulturi, što se najčešće kosi sa detaljnim informisanjem ili ozbiljnim raspravama. Traži se drama, suparništvo, pohlepa, još bolje prevara, u slučaju određene napetosti odgovarajući frejm je trka s pobednicima i gubitnicima. Kastels nalazi da je Tod Gitlin ispravno sažeo osnovne pretpostavke koje vest mora da ispuni. Gitlin tvrdi da se *vest „odnosi na konkretan događaj, a ne njezinu pozadinu; na osobu, a ne na skupinu ljudi; na sukob, a ne na slaganje; na činjenicu koja utječe na razvoj događaja, a ne na objašnjenje događaja“* (prema ID2: 327). Čak i ozbiljne stvari treba predstaviti na zabavan način, tako da politika postane uzbudljiva priča, po mogućstvu intrigantna, privlačna, uz bar naznaku nasilja. Sve je to ono što je gotovo utešno za građane, koji se zadovoljavaju propašću moćnika, njihovim grehovima i aferama (MK: 243), pošto veruju da oni ionako ne mare šta obični ljudi misle (IG: 172).

Budući da gledaoci traže jednostavnu poruku, *personalizacija* omogućava da sam političar postane poruka, toliko da njegov karakter postaje važniji od partijskog programa (ID2: 328; IG: 173), koji može biti i zaobiđen, ili može oko ličnosti okupiti sasvim šarenu koaliciju. Izgled i govor političara nosi čitavu platformu, koja sa imidžom i pada, u slučaju ocrnjivanja ličnosti različitim negativnim porukama. Ljudsko lice je postalo najznačajniji most prema biračima, budući da im može približiti složena pitanja uobičajenim stavom ljudi da, ako su već laici, bar mogu proceniti čoveka (MK: 243). *Mediji traže junake i žrtve, kao i negativce*, i kandidat mora biti spreman kako na divljenje medija u slučaju neočekivanih trijumfa, tako i brz zaokret ka razočaravajućem padu, a pritom ni njihovi privatni životi nisu zaštićeni, budući da najsočnije intrige koje privlače publiku potiču baš iz intime. Tako se mediji navodno okreću *običnim ljudima*, koje Kastels naziva „*mitskim stvorenjima*“ *koji su zamenili građane* (MK: 244).

I sama politika dobila je svojevrstu „komunikacionu ekologiju“, i okrenula se ličnim i svakodnevnim stvarima, baveći se problemima ljudi u intimnoj sferi, na javnim ili radnim mestima (Coleman, Moss & Parry 2015: 6), više nego samom društvenom strukturom ili političkim uređenjem. Važno je uprostiti poruku, pronaći prijatelje i neprijatelje, odnosno stvoriti jedan *narativ stalnog referenduma* za ili protiv nečega. Medijski konflikti stvaraju ili-ili situacije, u kojima se, umesto suptilnijeg pozicioniranja, alternative preterano polarizuju (Milivojević 2015: 84). Više nema pažljivih izlaganja,

već pojednostavljene dihotomije daju određeni izbor, a zainteresovani akteri su tu da, najčešće negativnim porukama, obezbede da njihova strana trijumfuje. „Politika oponaša televizijske igre u kojima izborni zvonce objavljuje tko je pobijedio, a tko izgubio, dok predizborni zvonce ispitivanja javnog mnijenja ima ulogu upozoravanja igrača. Slike, šifrirane poruke i gruba natjecateljska politika koja se vodi između junaka i zlikovaca (koji u pravilnim razmacima mijenjaju uloge) u svijetu lažnih strasti, skrivenih ambicija i zabadanja noža u leđa, eto takva je slika američke politike kakvom ju prikazuju i čine elektronički mediji koji, pretvorivši se u političku realnu virtualnost, određuju pristup državi“ (ID2: 329).

Kastels je ovde neopredeljen. Naime, iako tvrdi da je američka demokratija „doslovno na prodaju“ (MK: 262), to nije prodaja na kakvu misle politički ekonomisti. Ko ima dovoljno novca svakako će zavrediti medijsku pažnju, no i pored toga mora da ispuni neke preduslove. Kritičari bi istakli da će se komercijalni mediji uvek opredeljavati prema sopstvenoj koristi, a ne svojoj nadzornoj ulozi (McChesney 2008: 350), iako postoji verovatnoća da se provuče i neko levičarsko mišljenje. *Komercijalna ograničenja radikalne politike* Kastels ipak vidi kao običan rad medijske organizacije koja ne prepoznaje da publiku tako nešto interesuje (MK: 245). Možda se istinski diverzitet postiže učešćem marksističke struje u mejnstrim medijima, jer se samo tako dovodi u pitanje komercijalna kultura (McKee 2004: 79), ali Kastels ne vidi nikakvu zaveru u vezi toga, budući da *za medije radikalizam ne nudi teme koje tiču većinske populacije*, bar onog profitabilnog dela stanovništva, koji traži patriotizam (Zelizer & Allan 2011: 14).

Iako i sam priznaje da u slučaju ujedinjene elite, kao u pitanju invazije Iraka, mediji ne mogu da razviju frejm konflikta, on to nikad neće kao radikalniji kritičari nazvati „*korumpirani status quo*“, gde se vrši samo „*stenografija moći*“ (McChesney 2011: 108-9), budući da mediji ništa samostalno ne mogu učiniti onda kada jedna strana (u ovom slučaju Demokrate) odluči da se ne bori, bilo da je to odluka o ratu ili preispitivanje Bušove pobjede nad Al Gorom. Još je Hana Arendt, kako prenosi Noam Čomski (prema Chomsky 1973: 66), primećivala da u ratovima poput Vijetnama možda više „*krajnji cilj... nije bila ni moć ni profit, niti neki partikularni interesi, već pre svega image making, nešto novo u velikom arsenalu ljudskih ludorija*“. Sličnog je mišljenja i Džejms Karan (Curran 2011: 34), koji primećuje da mediji lako uklanjaju sopstvenu

kritičku crtu onda kada „veliki politički narativ“ to nalaže, i pritom se drže izjava državnih zvaničnika više nego aktera iz civilnog društva, koji bi uravnotežili stvari.

Mediji, dakle, kad je najpotrebnije uopšte ne uspevaju da sprovedu sopstvenu logiku u delo. Kastels nalazi da marginalizovane grupe mogu zadobiti pažnju medije tek stvaranjem neretko nasilnih događaja, poput demonstracija i sukoba sa policijom, te se često mogu izjednačiti sa huliganima, i biti pogurani još dalje na margine (MK: 245). No, za Kastelsa u ovakvim trenucima *masovna samokomunikacija* rešava kritičke probleme, budući da *zaobilazi tradicionalno čuvanje kapija*. Sporna informacija ili video snimak ne može biti zaustavljen, ne može ostati tajna, i mediji više ne mogu ignorisati takve pojave (IG: 173). No, valja primetiti da sa tim iznimkama Kastels ne može da razreši prvobitnu dilemu kritičara, jer po pravilu masmedijska platforma uspeva da kontroliše protok informacija. Takođe, mediji zasigurno neće ni zatvoriti kapiju za drugačije mišljenje, ako politički kandidat proizvodi poruke koje odgovaraju ciljnim grupama, samim vrednostima gledalačke populacije. U tom smislu, na primer, kritičari moraju da priznaju da su mediji prihvatili i Bernija Sandersa, te da je više njegova nesklonost pomenutim medijskim frejmovima, izbegavanjem snažnijeg konflikta sa Hilari Klinton ili nedovoljnim povezivanjem svojih apstraktnih političkih reformi sa opšteljudskim situacijama, doprinela njegovom porazu na unutarpartijskim izborima. Rečju, čak i ako su mediji više pas u krilu nego čuvari poretka, i sve više apsorbovani u industriju zabave (Carey 2011: 95), to ne znači da pažljivim izborom poruka ne može da se postigne željeni rezultat.

U to se računa i pažljiva analiza izbornog tela, a onda i artikulacija poruka sa karakteristikama ciljne populacije. Kastels ukazuje na pojavu think tank organizacija, koje okupljaju različite stručnjake, od političkih i ekonomskih analitičara, do onih koji se bave proučavanjem ljudske kognicije, kako bi se pomoću medijskih konsultanata povezali ovi nalazi u efektnu izbornu kampanju. No, Kastels napominje da je think tank više republikanski izum, formiran u strahu od suviše liberalnog uticaja društvenih pokreta, studenata, boraca za ljudska prava, koji su se pojavili šezdesetih godina i ometali američku geopolitičku i ekonomsku strategiju, problematizujući Vijetnam, Votergejt ili položaj manjina (MK: 248). Think tankovi su pomogli svojevrsnoj renesansi konzervativizma, i dostigli su trocifren broj organizacija do dvadeset i prvog stoleća. Ključno je u svemu bilo da je upotreba medija zarad pribavljanja podrške za

sopstvene programe postala neizbežna delatnost svih think tankova, iako im to nije bila primarna svrha.

Može se reći da se medijalizacija ovde sastoji iz dva procesa. Prvi, to da su konzervativni think tankovi sve manje vremena posvećivali istraživanjima koja bi rešavala probleme građana, a sve više se bavili oblikovanjem javnog rezonovanja, što liberalne organizacije nisu u potpunosti pratile. Isprva su liberalni think tankovi bili finansijski slabiji od republikanskih, ali onda kada su prevazišli budžete protivnika i dalje su najveći deo trošili na analitiku, dok se *konzervativni think tankovi uviđali moć medija*. Odnos budžetske potrošnje je 3:20% (MK: 251), a pritom Kastels navodi i da je demokratski establišment čak i zatvorio institut koji se bavio uticajima na kogniciju birača (MK: 250). Koliko se konzervativci ozbiljno posvećuju javnom mnjenju govori i drugi proces, sve većeg ulaska u think tankove ljudi iz privatnog sektora sa iskustvom u medijima, kao i direktora ili bivših lobista, dok su liberali dolazili iz administracije ili neprofitnih delatnosti. Naspram analiza reformi stoji medijsko oblikovanje umova kao fokus republikanaca.

Medijalizaciju demokrate sa zakašnjenjem primećuju, i kaskaju za konzervativcima po pitanju prikupljanja takozvanog „*trezora glasača*“, baze podataka pomoću kojih može da se sasvim personalizuje kampanja, to jest, da se *mikrokoordinira distribucija poruka*. Kompjuterizacija i internet omogućavaju kako unutrašnju koordinaciju organizacije i regrutovanje, preskačući medijske kapije, ali takođe i finansiranje, kao i praćenje ponašanja potencijalnih pristalica i fokusiranje komuniciranja sa biračima (Schulz 2014: 61). To može dobiti sasvim kreativne oblike, poput Kastelsovog primera da su Republikanci platili sopstvene reklame za televizijsku seriju „Vil i Grejs“, situacionu komediju sa homoseksualnim likovima, jer su uvideli da šou prate mlade pristalice njihove partije (MK: 253). Tako je moguće predlagati zabranu istopolnih brakova i reklamirati se na kanalu koji emituje gej sitkom. Do Republikanaca koji žive u većinski demokratskim regijama se takođe dolazi putem kablovskih programa, koje ta ciljna publika prati. Sve je moguće s ovim „*multi-level marketingom*“, onda kada su sasvim zakonito prikupljeni podaci o biračima. „Statistika potiče od kreditnih izveštaja i rejtinga, pretplata na časopise... registracije vozila, ispitivanja potrošača... spiskova svake lokalne evangelističke crkve... kao i podataka sa popisa o rasnim i finansijskim strukturama određenih susedstava“ (MK: 257). Uz

dozvole za lovačko oružje, ovaj trezor glasača superiorniji je od demokratskog, koji se, doduše, sve više približava. Ovo, naravno, nije panoptizam koji prisiljava one koji su nadzirani da menjaju svoje ponašanje (IG: 193). Naprotiv, oni mogu činiti šta žele, i što je ponašanje ekstravagantnije, to je lakše mikrousmeravanje poruka političara i privrednika do svojih glasača ili potrošača.

Međutim, valja naglasiti da ovi mikrotrendovi, kontrola, obrada podataka, anticipacija, prilagođavanje poruka, nisu nikakav garant za uspeh na izborima. Štaviše, najnoviji primeri sa Marko Rubiom bliskom Microsoft-u, ili Džebom Bušom s ogromnim finansijama (PBS Newshour 14.04.2016)¹⁶, pokazuju nam da naizgled amaterska, pa i na momente neprihvatljiva poruka Donalda Trampa, bolje pogađa ono što bi mikrokoordinatori nazvali ciljnim grupama. Kastelsov najveći doprinos možda je upravo to da su emocije koje frejmovi nose značajnije od bilo kakve proračunate kampanje. Tramp je, u stvari, označio čak i povratak starim medijima, sa drskim rijaliti nastupom. On je, uz sve ideološke paradokse, u potpunosti jahao na medijizaciji, ekstremizujući frejm konflikta u skladu s retorikom američkih rvača, ili namernom proizvodnjom kontroverznih izjava o manjinama, što je paradoksalna potvrda da je svaki publicitet dobar, a populistički možda i najbolji. Hilari Klinton bila je njegova takođe medijizovana suparnica, koja je zasigurno ređe padala u ekstreme u svojim nastupima. No, kratak opis Trampove kampanje može ilustrovati konačne posledice medijizacije politike za Manuela Kastelsa. To jest, ako je Kastels angažovano proizvodio moguću medijsku strategiju demokrata, kojima je naklonjeniji, ispostavlja se da su konzervativci bolje čitali njegovu knjigu. Klinton je medijizovana u skladu s opšteprihvaćenim pravilima pristojnog ponašanja i imidža ljudskosti, dok je Tramp ta pravila konstantno izazivao i obesmišljavao.

Pre svega, Tramp je shvatio da su korupcija i percepcija korupcije različite stvari. Ono drugo ima stalni odjek u masovnim medijima poput televizije ili štampe (ID2: 342; MK: 335), a na internetu ili radiju dobija i radikalniju retoriku. *Percepcija korupcije, koju proizvode svi učesnici medijske konstrukcije realnosti, utiče ne samo na poverenje prema političkim institucijama, već i na opštedruštveno poverenje, među samim građanima.* Džejms Karan primećuje da se ovome može dodati i posebno mesto

¹⁶ Rubio i Buš potrošili su zajedno 125 miliona, naspram 18 Trampa, koji je koristio najčešće “besplatno” medijsko vreme.

za siromašne, koji su najviše pogođeni koruptivnim radnjama, ali povrh toga trpe medijske priloge koji ih razapinju u narativnom okviru koji ih stereotipizuje. Tako, iako crnaca među nižim slojevima ima 29%, na televiziji su u periodu od 1988. do 1992. godine prikazivani u procentu od 65% siromašnih, da bi do 2004. godine postotak pao na 43% (Curran 2011: 38). No, time se i dalje konstruiše „istina“ da postoji ne samo veza kriminala i siromaštva, nego da tu vezu čine rasne manjine, narkomani i slični problematični delovi populacije, a ponajmanje belci. Karan primećuje i da su prilozima uvek fokusirani na pojedinačne siromašne, više nego na siromaštvo kao takvo, uzroke i moguće javne politike koje bi to rešile. Mediji traže ljudsko lice, senzacionalizam i profitabilnost, i stoga njihova logika ne dozvoljava komplikovanije i ozbiljnije bavljenje temama.

Ali to je dovoljno da se stvori slika društva zbog kojeg će građani sve ciničnije gledati na institucije vlasti, koje će polako gubiti legitimitet. Tome će doprineti i izveštavanje o političkim kandidatima, koji se ne bore za sopstvene stavove, i ne haju za pravdu, već svoje karijere, odnosno lične finansijske benefite reizbora (Schudson 2011: 53). Takođe, kako vidi Džej Blamler, različite probleme u funkcionisanju administracije mediji uopšte neće vrednovati kao krupnije ili sitnije, već će svaki biti značajan institucionalni incident (Blumler 2014: 35), budući da je samo loša vest vredna objavljivanja (IG: 13). Mediji će isticati agresivnije izjave političara, preuveličavati statistiku kriminala i nasilja, naglašavati konflikte i zanemarivati značajna pitanja od dugoročne važnosti, istovremeno ugrožavajući demokratiju i ostajući izvan polja odgovornosti za sopstveno delanje (Blumler 2014: 37). Važno je *privući potrošače prikazom politike kao dramatisovane zabave, u infotejment okvirima, sa junacima beščašća* (Mazzoleni 2014: 48). Mediji poput Fox-a su dugo vremena kultivisali srdžbu i tretirali je kao normalno ispoljavanje političkih stavova, *dozvoljavajući ekstremnije sadržaje pod sloganom tržišne potražnje*, kako to vidi Kodi Kejn u svojoj kolumni, koju prenosi Huffington Post (Cain 2016). Kejn slikovito opisuje saradnju Republikanaca sa Fox-om kao „pakt sa đavolom“, radikalizovanjem glasača i čuđenjem kada se „pobunio Frankenštajn“ koji su stvorili, a koji sada predvodi Donald Tramp.

Ta „*propast javnog morala*“ (ID2: 347), uz percepciju korupcije i rasipništvo Vašingtona, sprovođenje trgovinskih ugovora poput NAFTA-e, kao i pad životnog standarda i opšte situacije američkih radnika, omogućili su *razvoj protekcionističkog i*

izolacionističkog sentimenta (ID2: 294-5). To je svakako plodno tlo za pojavu populizma u vidu harizmatičnog lidera, koji će, ako već nema skromno poreklo, zasigurno igrati na kartu čoveka iz naroda (MK: 281; Volerstin 2003), koji se bori protiv establišmenta, a „ponekad nosi pištolj jer voli biti nepredvidljiv“. U moru nejasnih stavova, populista će se rigorozno držati bar jednog nedvosmislenog, da postoje obični ljudi i korumpirana elita, uz koju stoje i neke sumnjive manjine (Mazzoleni 2014: 44). Kao što se moglo videti u izornoj kampanji, Donald Tramp je artikulisao sasvim nepovezane fenomene, od veze nebelih rasa, siromaštva i kriminala s jedne strane, i političke elite koja zarad sopstvene spoljnotrgovinske koristi povećava javni dug i dozvoljava opasnim islamistima i latinoameričkim silovateljima da pohode slobodnu teritoriju Amerike. Uz nošenje oružja i mrski porez, kao i obnovu hrišćanskih vrednosti prvenstveno u vidu patrijarhalne porodice, što su za Kastelsa sve karakteristike nezadovoljnih građana decenijama (ID2: 296-9), Tramp je okupio jednu koaliciju širu od libertarijanske, jer nije podržavao krupni kapital onako kako to Republikanska stranka priželjkuje. Izolacionizam i protekcionizam, oličeni u čuvenom meksičkom zidu koji obećava Tramp, suštinski su suprotstavljeni ideji slobodne trgovine i globalizacije, i otuda medijski konflikt čak i sa republikanskim establišmentom, koji je Trampu donekle bio koristan. Budući da trećinu američkih glasača čine hrišćanski fundamentalisti (Castells 2010b: xxiii), Tramp itekako zna šta treba da kaže i da dobije podršku za to.

Kastels se u politici vraća na početak: *izgleda da su emocije ključne. Ako medijske slike ne proizvedu mentalne slike, uvežu ideje i osećanja vizuelnim ili metaforičkim putem, to jest, povežu događaje i odgovarajuće emocije kako bi proizveli određeni stav građana, namera aktera kampanje neće uspeti* (MK: 175-9). Budući da se rezonovanje ljudi kreće u koordinatama ličnog sećanja, odnosno emocionalnih iskustava, uz razmišljanje o budućnosti, vezivanje straha, besa ili nade za određeni fenomen značajno predodređuje zaključak: „sužava prostor donošenja odluke na osnovu prethodnog iskustva“ (MK: 181). Emocija selektuje one informacije koje joj odgovaraju, kako bi u stvari najčešće ojačala postojeće stavove, a retko razvila entuzijazam za nešto novo. Ali ono što Kastels nalazi u istraživanjima neuronauke jeste da *medijski posredovane emocionalne slike imaju podjednaku moć kao i lična emocionalna iskustva*: „iste neuronske mreže aktiviraju se kad osećam strah, i kada

vidim nekog da se plaši, ili kada vidim slike ljudskih bića kako se plaše“ (MK: 182). Pritom publiku ne treba uznemiriti, jer će u stanju anksioznosti tražiti više informacija, neretko putem interneta; zato je treba zastrašiti i naljutiti a potom i uliti neku nadu, jer to vodi ka nerazboritim političkim odlukama (MK: 185).

Strah, bes i entuzijazam možda su osnovne karakteristike te proliferacije pristrasnih medija devedesetih godina, gde Kastels posebno ističe lokalni radio koji je dozvolio sve veće učešće slušalaca u programu, i popularizovao ultrakonzervativnog Raša Limba (Rush Limbaugh), koji je nastavio da podstrekuje upravo najnegativnije emocije u svojoj publici. „Najrazličitije informacije i ideje, uključujući i one najekstremnije, najizopačenije i najnepoštenije, šire se među milijunima ljudi. Nepovratno se gubi granica između objavljivanja dopustivoga i nedopustivog koju se desetljećima njegovalo u okviru odgovorne slobode tiska“ (ID2: 300). Tramp je tome trebalo da doda samo apokaliptički narativ, i da se kao autoritarni lider i neiskreni hrišćanin predstavi kao jedino rešenje, kao mesija sa gotovo ciničnom „epistemologijom trampizma“, sa dosta „verujte mi, znam šta radim“ izreka, ili „moj IQ je među najvećima, to svi znaju“, ili provokativne izjave da su muslimani u Nju Džersiju slavili teroristički napad Al-Kaide (Torres 2016), kao i spoljnotrgovinskim britkim analizama poput „Kina nas siluje“. Njegovo ismejavanje pristojnog predsedničkog ponašanja je svesno, budući da sam tvrdi da bi se „publika razišla, jer bi bilo dosadno“.

Ne treba zaboraviti da je i popularna kultura u kampanji Donalda Trampa prevrednovana. Naime, Marfi Braun ovde nije uspela da izmeni realno onako kako je Kastels zamislio. Mnoge javne ličnosti su istupale protiv republikanskog kandidata, a neki su, poput Majli Sajrus ili Barbare Strejsend, najavljivali preseljenje u Kanadu ili neki drugi kontinent. Nastupi Hilari Klinton sa pevačicama Kejti Peri i Bijons, i reperom Džej Zijem, nisu joj obezbedili glasove u industrijskim američkim državama poput Mičigena i Ohaja. Direktna konfrontacija muzičara s Trampom takođe nije urodila plodom. Naime, Tramp je na nastupima, pa i na republikanskoj konvenciji, kao prateću muziku koristio pesme grupa Queen, Rolvingstones, Aerosmith, čak i Eltona Džona, koji u svi redom javno zabranili Trampu da to čini, kao što je nekad Brus Springstin odbio da Ronald Regan koristi pesmu *Born in the USA*. Izgleda da je mnogo učinkovitije bilo poigravanje medija na drugom planu, tako što su trejleri za novu sezonu serije *Igra karata*, koja prikazuje delovanje jednog kongresmena u

korumpiranom Vašingtonu, bili emitovani u reklamnom bloku u toku izbornih debata, mešajući dramsku virtualnost i društveni život, a isto je činjeno i u Obaminom govoru o „Stanju nacije”. Paradoks ove *implozije popularne kulture* oličava se u hip hop izvođaču Kanje Vestu, koji je na svom koncertu nakon Trampove pobeđe proklamovao „It’s a new world!”, i potom završio na psihijatrijskoj klinici.

No, bilo bi pogrešno kriviti isključivo Trampa, on je samo shvatio višedecenijsko konstruisanje medijske logike, čuveni „*imidž slomljenog društva*“ (Curran 2011: 24), koji su mediji stvarali. Pobunjeni Frankenštajn jeste medijatizovan proizvod. Kastels uviđa da mediji dugoročno pripremaju agendu, ali nije Tramp taj koji je konstantno izveštavao o pokvarenim političarima i društvu u kojem je kriminalna aktivnost na svakom ćošku. To o čemu će građani da misle, možda čak i kako će da misle (Radojković & Đorđević 2005: 224), nije Trampova agenda. Nije on naglašavao određena pitanja, birao i stimulisao udarne priče, nije isticao određene teme ili aspekte događaja, kultivisući specifičan način razmišljanja. Mediji, koji su stereotipizovali manjine u priložima o siromaštvu i kriminalu izražavaju čuđenje i vrše komparacije sa Benitom Musolinijem kada Tramp odbije da se direktno distancira od organizacije Kju Kluks Klan (NBC Nightly News 28.02.2016), ili ustvrdi da Amerikance islam mrzi, da su Meksikanci kriminalci, provocirajući ljute i neplaćene domaće radnike, i dalje deleći zemlju (NBC 10.03.2016). Ali ti isti mediji odavno favorizuju konflikt i emocionalno intenzivne priče. Štaviše, budući da je Tramp uključen i u federaciju američkih rvača, i učestvuje u njihovim performansima, mediji su bez problema dočekali milijardera koji mlati ljude u ringu, potom ih vezuje za stolicu i na silu šiša na ćelavo.¹⁷ Taj rijaliti konfliktni pristup Tramp je samo preneo u medijsko-političku sferu, kada je ona postala deo industrije zabave. Budući da je američko rvanje fingirano, ni Trampovi nastupi nisu shvaćeni drugačije.

Svet je već ranije *medijski konstruisan tako da „nastupa vrijeme spasitelja“* (ID2: 355). Projekcija leaderskog potencijala nastala je u međugri medija i publike, jer je olakšalo kognitivni rad za obe strane. Publika je nastojala da se na što lakši način informiše o kompleksnim problemima, i na tu „potragu pijanica“ (MK: 280) mediji su

¹⁷ Pomenuti performans moguće je videti na sajtu Youtube. Izudaran i ošišan od strane Trampa je Vince McMahon, legenda američkog rvanja, čija je supruga Linda, takođe

odgovorili personalizacijom politike, tako što su istaknuti lideri koji sve manje razmatraju pitanja, a više ističu svoje opšteljudske kvalitete. Tako se sve više vrednovala nezavisnost, inteligencija i iskrenost kandidata, uz njegovu sposobnost vođstva (MK: 281). Tramp je ova očekivanja izvrnuo na spektakularan način. Naime, odlučio je da Hilari konstantno predstavlja kao neiskrenog razbojnika, u dogovoru sa velikim korporacijama sa Vol Strita, oduzimajući joj dve navedene karakteristike koje se traže kod predsednika, dok je svoju inteligenciju potvrđivao izjavama poput „Imam dobar mozak“. To jasno vodi ka obezbeđivanju podrške u sopstvenoj partijskoj bazi, koja mu ne zamera mizogine i šovinističke izjave, a pritom zbunjuje neopredeljene glasače, na koje skandali posebno utiču, budući da su spremniji da povuku podršku kandidatu dvostruko češće nego klasične pristalice vodećih partija (MK: 297). U slučaju Ala Gora i Džordža Buša, Kastels je napomenuo da je prvi gore prošao u percepciji skandala i obmanjivanja građana, odnosno, da je Gor više medijski ukaljan od protivnika (MK: 298). Tramp je u preostalim mesecima kampanje obavljao upravo posao zbunjivanja glasača koji nisu sasvim sigurni kojem taboru treba da se priključe, makar time dodatno srozao poverenje u političke institucije, i uspeo je da dobar deo Obaminih radničkih glasova zadrži kod kuće izbornog dana.

Tramp je našao svoje mesto i na internetu, koji omladina koristi u velikom procentu od 46% naspram drugih izvora informisanja (MK: 275). Mladi tako personalizuju svoj informacioni prostor i sve više relativizuju čuvanje kapije i masmedijsko definisanje stvarnosti, zbog čega autori poput Lensa Beneta ukazuju da medijatzacija ne podrazumeva samo konvergentnu medijsku logiku, već izlazi iz modernističkih okvira, budući da je *ponašanje ljudi na internetu komunikaciono divergentno* (Bennet 2015: 157-8). Ali i političari mogu da koriste digitalne platforme. *Tramp se hiljadama tvitova oslobodio pritiska masovnih medija*, a milioni pratilaca pomogli su mu da pomoću retvitova pobroji rečenice koje imaju najveći odjek, te ih ponudi televizijskim mrežama koje publici ne mogu da protivreče, niti da upristoje kandidata (Tufekci 2016), za kojeg građani veruju da je iskren i nezavisan, čak i kad je uhvaćen u laži, jer tako i funkcioniše američko rvanje, pa i rijaliti. Čuvanje kapija ovde nije deljeno u smislu saradnje masovnih samokomunikatora i medijskih organizacija, u

nokautirana u jednom performansu, sada zadužena za mali biznis u Trampovoj predsedničkoj administraciji.

pitanju je konflikt čiji se konačni rezultat ne vidi. To je trenutak kada je komunikacija upala u prostor tokova (Dutton 2015: 166).

Trampova kampanja je više puta nazivana amaterskom, ali moglo bi se reći da je ona profesionalno amaterska. U *doba amatera*, on je savršeno komunicirao sa svojom ciljnom grupom, ljutim i zaplašenim građanima, čiji su poslovi i način života u procesu razgradnje, a koji žele da povrate kontrolu. To će im omogućiti spasitelj koji ne haje za bilo šta što dolazi iz establišmenta, i obećava povratak stare snažne Amerike. U slučaju medijskih formata, ključnih za medijizaciju, Tramp je svaki od njih izneo na nov nivo. Prišao je bliže svom biračkom telu nego iko, predstavljajući malog čoveka u sukobu s elitama. Frejm konflikta stoga je stalan, i stoji protiv Obamine administracije i njenog potencijalnog nastavka u slučaju pobeđe Hilari Klinton, ali taj konflikt nastavlja čak i unutar Republikanske partije, naglašavajući sopstvenu nezavisnost i iskrenost, odnosno, bar percepciju toga. No, to je sukob s elitom, čak ponekad i sopstvenim kandidatom za potpredsednika Majkom Pensom, ali ne sa običnim Republikancima koji ga podržavaju (NBC Nightly News 04.08.2016). Ekonomske posledice različitih političkih odluka sasvim je preveo u svom tabloidnom maniru, gde Ameriku druge zemlje „uništavaju“ ili „siluju“, ali sa takvim besom je našao uporište među milionima, u Elektorskom koledžu, iako ne možda i među većinom.

Bez obzira na ishod izbora u novembru, Trampova kampanja, kao mešavina provokativnih tvitovanja, telefonskih uključivanja u radijske ili televizijske emisije, s mnoštvom kratkih i bombastičnih izjava, s emocionalnim populizmom, sa tučama na mitinzima, bezbrojnim konfliktima, čudno je ambivalentna. Kastels je pre dvadeset godina rekao da *mediokratija „nije baš u velikoj suprotnosti“ sa demokratijom* (ID2: 322). Tokom ove izborne godine, čak i američka javna televizija PBS je ukazivala da je Tramp u politički proces uključio više ljudi nego ikad. Kastelovu studiju slučaja Tramp možemo tek da očekujemo, ali reklo bi se da već sada trampovska medijizacija neće moći da bude procenjena samo kao još veće raspadanje društvenog poverenja i produblјivanja krize demokratije, a nimalo kao izazivač mobilizacije zarad sistematskih društvenih promena (MK: 338). U stvari, imajući u vidu primedbu Čomskog, optuživanje medija za krizu demokratije samo je po sebi ideološka konstrukcija. Tu kizu svakako proizvode moćniji društveno-ekonomski akteri. Tramp je institucionalne paravane sasvim ogolio i doveo do besmisla, a ponekad bio pozicioniran više levo od

Hilari Klinton, čak je napadajući iz Sandersove pespektive da bi zbunio birače (Bragman 2016). Paradoksalno, Bragman smatra da Tramp kao predsednik može dugoročno biti veća šansa progresivaca, budući da bi neuspeh trećeg mandata Klintonovih znatno unazadio agendu američke levice. Tome treba dodati i politiku detanta u međunarodnim odnosima, što je miroljubivije od imperijalističke dplomatije Hilari Klinton. No, to su medijski nastupi i obećanja, već dobro napuštena kod Trampa predsednika, ali konačan sud o trampovskoj medijizaciji tek predstoji.

5.5. Identitet: od kosmopolitizma do fundamentalizma

Izgleda da se preteralo sa pričom o smrti Boga. Rečima Manuela Kastelsa, „Ona je živa i zdrava, dok i dalje naseljava naša srca i oblikuje naše umove“ (Castells 2010b: xviii). No, naši identiteti su više nego ikad uključeni u globalne tokove i vezani za informaciono-komunikacione tehnologije. Istraživači medijizacije shvatili su identitete kao jačanje društvenih veza između sličnih ljudskih duhova, kao *“komunitizaciju” koja je sve više informacionalna, ali čiji je karakter, odnosno, osećaj pripadnosti, „translokalan, post-tradicionalan i situacionalan“* (Hepp 2013: 100). Hepp pretpostavlja da *medijizacija više deteriorizuje nego što potvrđuje lokalne zajednice*, pa vodi i ka specifičnim identitetima velikih društvenih pokreta, držanju do pop kulturnih narativa ili pripadništva novim ili starim religijama (Ibid: 111). Hjarvard je eksplicitniji, *medijizacija je deo šireg procesa sekularizacije*, gde mediji čak preuzimaju neke funkcije religijskih organizacija (Hjarvard 2013: 79). Novinari ne dozvoljavaju ne dozvoljavaju vođama da u potpunosti kontrolišu definiciju etničkog ili verskog identiteta, dovode u pitanje njihov autoritet, a sami mediji neretko dozvoljavaju takozvanu „banalnu religiju“, koja se svodi na narodne mitove i sujeverja, koji u stvari samo doprinose daljem raščaravanju sveta. No, Hjarvard dodaje da mogu da proizvedu i izvesnu religijsku auru, jer ljudi znatno češće gledaju spiritualne TV sadržaje nego što prisustvuju crkvenim služenjima, pa ih mediji i hrane narativima poput onih u romanima Dena Brauna ili filmovima o Indijani Džonsu, gde su različiti religijski elementi rekontekstualizovani (Ibid: 94).

No, možda su očekivanja bila suviše kosmopolitska. Ako se priželjkivao nestanak fanatizama i tradicionalizma, uz globalizaciju, homogenizaciju kulture i

svetski mir liberalne demokratije, kraj istorije i kraj geografije (Mosco 2004) ipak nije nastupio. U napetosti između sopstva i mreže, što je okosnica Kastelsove teorije, oličava se *neprihvatanje informacionalističke logike od strane mnoštva kultura*. Ispostavlja se da identitetima baš i nije toliko lako manipulirati, i da se većina ljudi simbolički identifikuje sa starim izvorima smisla, naime, narodnim (ID2: 17). Za Kastelsa bi se moglo reći da je ovaj etnički zaokret umnogome umanjio njegov marksizam, budući da smatra komunalne identiteta empirijski primarnim u odnosu na klasne. Iako postoje narodi koji imaju individualističke temelje, Kastels i to smatra oblikom kolektivnog identiteta, budući da je uvek vezan za određeno dugogodišnje iskustvo, za tradiciju. Sama ideja sveta kao ravne ploče jeste nametnuta od strane elita umreženog društva, ali u stvari se ljudska različitost ne može svesti na tržišta, tehnologiju i nove talase demokratizacije (Castells 2010b: xxxv).

Politička teorija može nam poslužiti zarad ilustracije pomeranja identitetskih pitanja. Isprva je individualistički liberalizam slavio apstraktnog pojedinca, koji će iza takozvanog „vela neznanja“ (specifične arhimedovske tačke u kojoj ne poznaje ni svoje poreklo, rasu, klasu, pol ili starost) proceniti društvenu strukturu i najpravednije suditi o mogućim reformama (Rols 1998a: 245). Na ovu hipotetičku situaciju, teorijsku verziju melting pota, odgovorili su komunitaristi poput Čarlsa Tejlora, koji su ukazali na značaj kulture pristalicama Džona Rolsa. Naime, naše mreže dijaloške interakcije nisu nešto što nas konstituiše kao hodaljka pomoću koje beba prohoda, a koju potom odbacimo (Taylor 2001: 36). To je u stvari pokušaj liberalizma da prikrije sopstvene nevoluntarne temelje, odnosno suštinsku nemogućnost pojedinca da izabere da bude individualac. Svaki identitet je socijalno ukorenjen, i niko ne može samog sebe da zamisli izvan određene kulturne matrice (Taylor 2004: 55). Naša volja je uvek ograničena, nikad nismo kompletno slobodni, te se ne može graditi čitav politički poredak na apsurdno praznog subjekta (Kymlicka 2002: 222) i države kao kompanije za poštu i telefon. „Ja sam... ono što sam nasledio“, poručuje Mekintajer (McIntyre 2007: 221) i drži da se ne umire za javno preduzeće. Odnosno, naši identiteti za konzervativce se uvek moraju „izvući iz zajedničke baštine“ (Žižek 2009: 339), što je za mnoge levičare, naravno, sporno.

Kastels, pak, prati umereniju liniju, kojom se kasnije kretao i Džon Rols (1998b), tražeći kompromisno rešenje u vidu polja konsenzusa, na kojem bi se

delimično poklopili različiti kulturni identiteti, što bi liberalizam učinilo striktno političkim, a ne socijalnim. No, Kastels je, iako je prihvatio komunitarističku kritiku, ipak na mestu preklapajućeg konsenzusa video drugačije stanje stvari. I dalje postoje *legitimizirajući identiteti* koje stvaraju državni ideološki aparati, iliti institucije civilnog društva, kako ga je prvobitno zamislio Antonio Gramsci (1980), tako što crkva, škola, stranke i ini pokušavaju da pod velom demokratije opravdaju i internalizuju dominaciju. Naspram njih stoje *otporaški ili odbrambeni identiteti*, koji na različite načine pokušavaju da se suprotstave hegemoniji, a mogu zadobiti različite oblike od fundamentalističkih do rodno ekscentričnih. Poslednji, *projektni identitet* u stvari podseća da se smisao nalazi ne samo u defanzivnom zatvaranju u posebne kulturne svetove, no u borbi za promene načina života i društva, koje mogu biti refleksivne poput ekoloških ili feminističkih, mada Kastels napominje da je puna refleksivnost još privilegija (ID2: 21). Ali takođe mogu poprimiti oblik džihada, koji upravo nije tradicionalistički, već „iznimno moderno“ nastrojen (ID2: 26). Globalnoj alijenaciji se, dakle, suprotstavljaju neke ponekad neverovatno različite struje, koje najavljuju možda i potpuno nove kulturne ratove.

Reakcija na negativne strane globalizacije mnogobrojne su, poprimaju kako oblike pobesnelih geta, tako i mreža solidarnosti ili fundamentalističkih pokušaja povratku u prošlost nacije, religije ili patrijarhata. Kastels je pre dvadeset godina dramatično suprotstavljao ove odbrambene ili projektne reakcije kulturi globalizma. „Bog, nacija, obitelj i zajednica osigurat će vječne šifre koje se ne mogu razbiti i oko kojih će izrasti *protunapad na kulturu stvarne virtualnosti*. Vječna istina ne može biti virtualizirana. Ona je utjelovljena u nama. Stoga se u suprotstavljanju informacionalizaciji kulture, informacionaliziraju tijela. To znači da pojedinci svoja dobra nose u svojim srcima“ (ID2: 74). Informacionalizacija kulture obesmišljava sve ljudske vrednosti, koje pokušavaju da se obnove i pronađu smisao izvan hiperrealnog. No, Kastels kasnije u predgovoru novom izdanju koriguje sopstveni romantizam. Prihvata da *kultura stvarne virtualnosti nije sasvim otuđujuća*, to jest, da unutar informacionih tokova svoje mesto mogu naći samokomunikatori sa sopstvenim projektima i identitetima (Castells 2010a), tako da *virtualnost postaje prostor borbe*. Drugačije i ne može biti ako virtualnost nastoji da uroni stvarnost u poseba simbolički svet (ID1: 400).

Kastels u stvari staje na stranu onih koji smatraju da *mediji mogu biti u funkciji razvoja društvenog kapitala*, ne prihvatajući da internet dovodi do „kiberparthejda“ (Putnam 2000: 175). Prvobitne tvrdnje o izolaciji, otuđenju i slomu društva na internetu, nisu zasnovane na empiriji, a Kastels smatra i da su ideologizovane pomoću projekcije nekog zlatnog izgubljenog doba (IG: 132), a što su prerani zaključci o nečemu što je za sada nedovoljno ispitano „proširenje života“. Kao što je spominjano, Kastels se oslanja na Šeri Terkl i njene nekadašnje teze o poigravanju sa sopstvom u novom društvenom kontekstu, što je kasnije korigovala (Terkl 2011). Slavoj Žižek je kritikovao njeno slavljenje decentriranog subjekta u kiberprostoru, gde se odigrava „diseminacija unikatnog sopstva u mnoštvo aktera“. Internet bi maltene anestetizirao ovu postmodernističku igru sa sopstvom, tako što bi sprečio razvoj trauma koje bi pratile shizofreno suočavanje različitih predstava o sebi. Akterima je omogućeno da se virtualno igraju kako bi „otkrili nove aspekte 'sopstva', bogatstvo izmenljivih identiteta, i da na taj način dožive ideološki mehanizam produkcije sopstva“, što je za Žižeka (2008: 124) i samo ideologija.

No, dok Žižek nije jasan u pogledu toga da li je nova subjektivnost samo to, Kastels zasigurno ne prihvata da se sopstvo na to ograniči. Njegov *komunalizam konstantno podupire bilo kakvu upotrebu tehnologije* (Ampuja 2012), i samim tim vodi ka novim vidovima društvenosti, koji više nisu vezani za lokaciju (IG: 131). Atomizacija društva nije neminovna, iako je konzumerizam verovatniji od emancipacije, ali naspram takvih tendencija Kastels umesto prostorne prihvata funkcionalnu definiciju zajednice, „kao mreže veza kroz koje teku podrška, briga ili informacije“ (Petrović 2013: 58). S jedne strane, dominantni društveni odnosi više nisu oni unutar porodice, zajednice ili udruženja, već su u pitanju tercijarni odnosi, koji se temelje na pojedincima, koji mogu da privatizuju društvenost (IG: 143), ali i razviju mnoštvo takozvanih slabih veza, da prošire svoje kontakte zasnovane na potrebama i interesovanjima, tako da *proizvode društveni kapital na daljinu* (Petrović 2013: 219). *Kastels virtualne zajednice vidi kao nešto što proširuje život i dovodi do povećanja gustine društvenih veza* (IG: 136), tako da nove interakcije i izvori informacija mogu povezati ljude koji se inače nikad ne bi sreli, a upravo proliferacija takvih personalnih mreža je neophodna za dalji razvoj građanske participacije, solidarnosti, kao i mobilizacije zarad rešavanja različitih problema.

Jedan od primera potencijalno kosmopolitske mreže koju Kastels navodi jeste borba meksičkih Zapatista¹⁸ protiv svoje vlade i trgovinskog ugovora NAFTA, koja je ugrožavala poljoprivredu domorodaca, a čijem su se protivljenju priključili različiti akteri iz više država. U prvoj polovini osamdesetih samoprozvana Zapatistička armija nacionalnog oslobođenja bila je loše opremljena kako u komunikacionom tako i u oružanom smislu. Kratkotalasne radio stanice Kube, SAD-a i Francuske bile su jedini izvor informacija, ali bez mogućnosti odgovora. Međukulturna razmena u to vreme bila je svedena na komunikaciju između domorodaca i marksista, koji su morali naći zajednički jezik. Umesto prosvjećivanja primitivnih, teorija revolucije nije se uklapala u sam svetonazor slušalaca, njihov normativni sistem, odnosno, teorija je morala da dođe na „nivo ljudskih bića“ (Higgins 2005: 95). S jedne strane, marksisti su svoje „učenike“ smatrali inferiornim, s druge, Indijanci nisu prihvatili retoriku bilo kakvog vlasništva, niti shvatali koncept imperijalizma. Ono što je bilo potrebno zarad interkulturalnog komuniciranja bilo je „istovremeno relativizovanje sebe i drugoga“ (Stojković 2002: 36), a distanciranje od primarnih identiteta u osnovi je i kosmopolitizma.

S druge strane, američki aktivisti imali su manje teškoća prilikom stvaranja alternativne mreže medija, iako svakako nije bilo lako odupreti se korporativnoj kontroli. U slučaju Golfskog rata razvijen je i svojevrsan „elektronski samizdat“, gde su sad gotovo zaboravljene video kasete bile umnožavane i deljene među mnoštvom poznanika, tako da je i s pojavom satelitskog programa, koji je uvećao broj kanala, nastavljeno sa praksom da gledaoci učestvuju u produkciji sadržaja, i tako doprinesu bogatstvu različitih perspektiva (Drew 2005). Tako su aktivisti došli u situaciju da američke televizijske mreže ignorišu možda i stotine hiljada antiratnih demonstranata na ulicama San Franciska, a da o tome izveštavaju japanski novinari, ili da engleski Kanal 4, kanadska Vision TV ili nemački i francuski kanali prenose ono što je u SAD-u bilo dostupno prvenstveno putem alternativnih medija (Mladenović 2009: 96). Aktivisti su bili okupirani mnoštvom ad hoc protesta, više reaktivni u slučaju konkretnih događaja, ali bez jasnijeg identiteta i cilja.

Stupanje NAFTA-e na snagu izgleda da je spojilo ruralne Zapatiste sa američkim i meksičkim nevladinim organizacijama, te su predmoderni i postmoderni

18 Moja studija zapatističkog slučaja (Mladenović 2009) poslužiće kao osnova za prikaz kosmopolitske mreže.

oblici saradnje našli zajednički jezik. Diseminacija informacija, međusobne konsultacije i koordinacije, činili su specifičnu komunikacionu mrežu između različitih društava, zaobilazeći vlade, vršeći pritisak na nekad neočekivan način (Ronfeldt & Martinez 1997). Naime, ako je nekad društvo 1 želelo da utiče na vladu 2, moralo je to da učini preko sopstvene vlade, dočim transnacionalni okviri izokreću logiku, tako da vladi 1 pritisak društva 1 može uopšte da ne odgovara, a da sve teže može da ga spreči (Naj 2006: 297). Ukazivanjem na kršenja ljudskih prava u Čijapasu, postojbini Zapatista, organizacije poput Amnesty International već su krajem osamdesetih kultivisale predstavu o statusu meksičkih domorodaca, tako da je nakon izveštaja o prebijanjima i mučenjima zapatistička pobuna postala logičan ishod. Ali to više nije bio klasični otvoreni sukob, budući da je metke zamenilo mastilo interneta (Cleaver 1995).

Meksički masovni mediji bili su sasvim na strani vlade, i negativno reprezentovali Zapatiste, koji su nastojali da probiju medijski zid uspostavljanjem međunarodnih komunikacionih veza. Štaviše, njihov otpor temeljio se manje na oružju nego na medijskom događaju. Prenosenje poruka postalo je ključno, što ih čini i „*prvim informacijskim gerilskim pokretom*“ (ID2: 86). Nastao je specifičan spoj indijanske kulture i informacionog rata, pošto je sem klasične informative korišćen sasvim kulturni materijal. Zapovednik Markos u stripovima razgovara sa bubom Duritom o svetskim pitanjima, stanju socijalizma i modernom neoliberalnom poretku, nosi indijansku ritualnu masku i tako se teatralno izjednačava sa svim prezrenima. Njegov hibridni identitet nastoji da uspostavi što više kontakata, i u svojoj „kompulzivnoj komunikaciji“ povezuje fragmentirane borbe na više kontinenata, naizgled s različitim motivacijama (Klein 2000). No, kako Naomi Klajn primećuje, cilj je bio da svi postanu Markos, da se priključe mreži u kojoj Markos može biti prisutan na različitim tačkama planete, tako da se ugrožene manjine povežu u nesvakidašnje savezništvo: „crnac u Južnoj Africi, Azijat u Evropi, Chicano u San Ysdru, anarhist u Španiji, Palestinac u Izraelu... pacifist u Bosni“ (Klein 2008).

Povezivanje mnoštva dobronamernih grupa sredinom devedesetih za levičarske intelektualce poput Kastelsa ili Noama Čomskog bila je jedina svetla tačka usred neoliberalne dominacije. Lokalno više nije bilo izolovano, budući da su *brzim sistemima komunikacije bili isprepletani nekad teritorijalno razbacani akteri*. Čomski je bio priličan optimista: „Pobuna indijanskih seljaka u Čijapasu otkriven je tračak prema

vremenskoj bombi koja čeka da eksplodira“ (Chomsky 1999). Marginalne individue precipirane su kao opunomoćene internetom, tako da je jedno nekontrolisano mesto moglo omogućiti „cirkulaciju borbe“, kako je tvrdio Hari Kliver, administrator jednog od zapatističkih komunikacionih servera Chiapas95 (Cleaver 1999). Većini je, ipak, bilo jasno da nije reč o direktnom, frontalnom izazovu, već o fenomenu koji je nov u smislu stavova i saveza, kao nekad srednjevekovni gradovi koji nisu mogli da zamene feudalnu vlast, ali koje gospodari nisu mogli efikasno da kontrolišu (Naj 2006: 289).

U ovom slučaju, reč je o *decentralizovanoj mreži* koja povezuje sve zainteresovane aktere. Tomas Olesen nalazi da mreža ima pet nivoa, od koji prva dva čine sami članovi indijanske zajednice i organizacije koje se nalaze u Čijapasu i neposredno prikupljaju informacije. Treći nivo čine ključni akteri, veliki provajderi poput Global Exchange organizacije, različitih boraca za ljudska prava, međunarodnih posmatrača koji spajaju različita civilna društva i učvršćavaju internacionalne saveze (Olesen 2004: 96). Oni oblikuju konačan sadržaj različitih biltena i informatora koji se distribuiraju korisnicima, koji u zavisnosti od posvećenosti mreži, čine stalni četvrti nivo ili povremene učesnike iz petog nivoa. Sama mreža relativno je centralizovana oko informacionih provajdera, ali na nivou celine je fragmentirana, to jest, nakon trećeg nivoa prilično razgranata, bez komandnog štaba (Ibid: 100). To ne znači da je reč o haosu. Kao što primećuju Ronfelt i Arkila, reč je o takozvanom SPIIN konceptu, koji otelovljava *segmentiranu, policentričnu, ali ideološki integrisanu mrežu*, sposobnu za rat roja, različit od rata muve, koji je važio za klasičnu neefikasnu gerilu.

„Ponašanje roja može izgledati nekontrolisano, čak anarhično, ali ono je oblikovano ekstenzivnom konsultacijom i koordinacijom koje su omogućene brzom komunikacijom među delovima roja“ (Ronfeldt & Arquilla 2001: 193). *Elektronski opremljena građanska neposlušnost i sposobnost stvaranja međunarodnog mnjenja dobijaju i mogućnost društvenog nadziranja* (ID2: 306), tako što sve mobilnija tehnologija i bežični protok podataka omogućavaju po Kastelsu *obrtnje fukoovskog panoptizma, tako da ne nadgledaju niti kažnjavaju samo državni aparati, već to čine civilni akteri*. Može se reći da je u pitanju „tehnološko građanstvo“, koje proizvodnjom simbola u medijima pokušava da istakne posledice industrijskog društva i „akumulira grižu savesti“ (Beck 2007: 98). Organizovanje retko dobija oblik institucija, koje su u mreži pre izuzetak no pravilo, i pretpostavlja se da će takav rizom uputiti snažan

odgovor klasičnoj moći države. Sa tim se slažu i autori poput Džona Kina (Keane 2009, 2013), koji govori o usponu monitoring ili nadzorne demokratije, gde mnoštvo organizacija nadgleda ili hakerski dolazi do informacija, koje cure sve više izvan kontrole političkih i ekonomskih moćnika.

Ovakve mreže, sa specifičnim simboličkim i informacionim ratovima, kao i izvođenjem spektakularnih akcija koje privlače publiku, jesu karakteristične za borbu kosmopolita zarad preokreta u razmišljanju o društvu, prirodi, kulturi i politici. Kastels registruje *ekologiju i feminizam kao fundamentalne nove identitete*, koji ciljaju na temeljne promene, koji se nenasilno bore za medijsku pažnju. U slučaju boraca za životnu sredinu, Kastels smatra da im je „ *cjelokupna logika usmjerena stvaranju događaja za mobiliziranje javnog mišljenja*“ (ID2: 135). Televizija je zahvalna njihovim kreativnim provokacijama, poput vezivanja za drveće, a protiv organa reda ili izgradnje fabrika zagađivača, jer te žrtve jesu privlačne slike za večernje vesti, a istovremeno obnavljaju posrnuti sistem vrednosti i podsećaju na etički aspekt politike. Aktivisti su ubrzo shvatili moć slike, te su i sami nabavili kamere kako bi svako kršenje zakona ili društvenih normi ostalo zabeleženo, a što su novinari rado prihvatili, spajajući profesionalizam sa idejom borbe za živote građane, njihovo zdravlje i životnu okolinu. *Zelena kultura* je, smatra Kastels (ID2: 134), *protivotrov za kulturu stvarne virtualnosti*, jer nas podseća na destruktivnost sadašnje organizacije privrede i društva, posebno što je prva polovina dvadeset i prvog veka označena kao period nestabilnosti, tokom kojeg će sadašnji antisistemske pokreti dobiti šansu za ostvarenje, ali ne i garanciju uspeha (Valerštajn 2005).

Antiglobalistički pokreti generalno masovne medije privlače protestima na kojima često izazivaju i policijsku intervenciju, ali što ih prikazuje kao nasilne, pa tako pokušavaju i sa manje agresivnim karnevalskim pristupima, o kojima su govorili i Horkhajmer i Adorno (HA: 148), sa lutkama, klovnovima, plesom, kako bi poslali izvesnu kontraporuku nosiocima moći, koji besmisleno ekscentričnu zabavu ne mogu korumpirati. Takođe, internet služi kao svojevrsna laboratorija demokratije, tako što se zajedničke odluke donose u raspravama bez političara kao posrednika koji jure za glasovima, te se svako mišljenje jednako računa. *Umrežavanje “nije samo instrument organizovanja i borbe, već novi oblik interakcije, mobilizacije i odlučivanja. To je nova politička kultura: umrežavanje bez središta, bez centralnog autoriteta. Veza globalnog i*

lokalnog je trenutna, i omogućava pokretu da razmišlja lokalno, ukorenjen u svoj identitet i interese, a deluje globalno, gde se nalaze izvori moći. To podrazumeva da svi čvorovi mogu da doprinesu ciljevima mreže, osnažujući je neumornom ekspanzijom. Ali takođe znači da problematični čvorovi koji ometaju dinamiku mreže mogu lako biti diskonektovani ili premošćeni, prevazilazeći boljke starih društvenih pokreta” (Castells 2010b: 156). Mreža podržava višestruke identitete, i komadanje na frakcije nema smisla kada ono što ih okuplja nije ideološki rigorozno.

S druge strane, iako smatra emancipaciju žena najvažnijom revolucijom, koja podriva patrijarhat kao osnovu društvene strukture, Kastels se feminizmom nije bavio u novijim radovima. Izgleda da je to jedna manje spektakularna iako snažna revolucija, koja je zahvaljujući globalizaciji kulture istkala „hiperpokrivač ženskih glasova po većem dijelu planeta“ (ID2: 143). Kastels smatra da je ova promena značajna, jer seksualnost i porodicu kao mehanizam socijalizacije roda smatra bitnim za razvoj ličnog identiteta¹⁹, no dalje ne razvija ovaj argument, iako zbog savremene tenzije između Klinton i Trampa ima sve razloge za to. Kastels spominje i uvećano prisustvo feminističkih novinarki, ili izdanja poput Ms Magazine, kao i podrške ženskim kandidatima na različitim izborima za javne funkcije (ID2: 184). Posebno bi interesantna za medijatzaciju bila i izvesna zloupotreba feminizma u kampanji Hilari Klinton, kada je njen suprug insinuirao da su Berni Sanders i njegove pristalice u stvari „seksisti“ (Mladenović 2017), pokušavajući da spreči neminovni poraz na preliminarnim izborima u Nju Hempširu. No, dok je to još razumljivo u nadigravanju s Donaldom Trampom, u slučaju Hilari Klinton u pitanju je konstrukcija sebe kao žrtve čak i naspram Bernija Sandersa, realno slabijeg protivnika. Postoji, dakle, mnošto tema koje bi se mogle okupiti u okviru medijatzacije feminizma.

Feministička reforma izgleda ipak nije niti nezaustavljiva niti se može reći da je nemoguće zlonamerno je iskorišćavati. Kastelsu je to svakako poželjnija, kosmopolitska opcija društvene promene, pošto priželjkuje konačno pomirenje polova. No, naspram ovih pretežno levičarskih identiteta i prilično civilne borbe stoji sasvim drugačiji izazov.

19 Podsetimo da je Kastels uklonio zabrinutost zbog eventualnih psiholoških zastranjenja („to je bio Foucaultov svijet seksualnosti kao normalizacije. Stvari danas stoje drukčije... izražavanje seksualne želje obliku neinstrumentalnog nasilja“ (ID2: 246)), posmatrajući tradicionalističku reakciju samo u smislu pokušaja rehabilitacije patrijarhata.

„Fundamentalizam različitih vrsta i različitog podrijetla činit će najdrskiju, beskompromisnu prijetnju jednostranoj dominaciji informacijskoga globalnog kapitalizma“ (ID3: 378), reči su Manuela Kastelsa u konačnom zaključku trilogije *Informacijsko doba*, pre nego što su njujorške kule srušene u napadu Al-Kaide. Naravno, fundamentalizam nije više prisutan samo na Bliskom Istoku, američki Patrioti i slične organizacije više su nego ikad medijalizovani. Ne samo da ove militantne netrpeljive skupine ne bi bilo bez koordinacije delatnosti i regrutovanja putem interneta, već pokret decenijama ne postoji bez medija, od štampe i telefaksa do računara. Čak i velike medijske korporacije, poput Time Warner-a, poseduju kablovske kanale upečatljivog naziva poput National Empowerment TV, koje prenose „rasonalističke“ emisije kao što su Race & Reason. Radijski programi privlače desetine miliona slušalaca, sa pričama o ugroženoj beloj rasi, „femi-nacijima“ ili „eko-ludacima“. „Stvarna urota... protječe informacijskim mrežama, pothranjujući paranoju, povezujući ljutnju i, možda, prolijevajući krv“ (ID2: 99).

Izgleda da *digitalna informaciona mreža sprečava medijalizaciju kao prosvetlenu sekularizaciju*, kako je to video Hjarvard (Hjarvard 2013), i omogućava raštrkanim fundamentalistima da se prepoznaju kao snaga bez teritorijalnog integriteta. Ako je efekat medijalizacije medijska konstrukcija stvarnosti, to vodi ka zaključku da nema ograničenja u medijskom definisanju i reprodukovanju sasvim antimodernih identiteta onda kada čuvari kapije ne mogu da „pročišćavaju“ diskurse po kriterijumima kvaliteta ili normalnosti (Kittler 1990). U stvari, paradoks se sastoji u tome da su brzo osujećeni pokušaji javnog servisa BBC da počinioc napada od 11. septembra ne nazove teroristima, budući da nisu želeli odbiti publiku koja možda ima različito mišljenje o tome (Zelizer & Allan 2011: 13). Naspram toga, novinari su se profesionalno držali političkih institucija kao glavnog izvora informacija, te nisu procenjivali dobijene podatke (Curran 2011: 25). U tom kontekstu, Osama bin Laden je fundamentalistička strana medijalizacije, postavši „mitski heroj hiljada nezadovoljnih mladih muslimana“ (Castells 2010b: 128), iako mreža al-Kaide nije u potpunosti bila njegovo delo.

Ako su mediji NATO članica opravdavali intervenciju u Avganistanu, poput primera Danske, gde su samo specijalizovani časopisi bili skeptični prema vojnom učešću (Hjarvard & Kristensen 2014), ono što je propušteno jeste da su mediji

praćenjem svojih vlada i zaplašene publike samo produbili jaz sa muslimanskim imigrantima, što je medijska politika koja je sasvim odgovarala Al-Kaidi. Naime, *teroristički spektakl, u kojem se ne haje ni za živote saradnika, nije tu samo da zaplaši ili pokaže slabosti neprijatelja, već je „okrenut transformaciji svesti“* (Castells 2010b: 139), *kako bi putem medija, kao nekad evropski anarhisti, komunicirali sa muslimanima*, uveravajući ih da protivnik orijentalistički tretira njihov način života kao retrogradan i vredan prezira. Kastels još ne govori o najnovijim dešavanjima u vezi Islamske države, ali ukazuje da je mreža prvenstveno orijentisana ka srcima muslimana širom sveta, a *mediji praćenjem islamističkih provokacija i napada, kritikovanjem fanatizma i zaobilaženjem uzroka, samo nastavljaju da kultivišu čvorove decentralizovane mreže, gde čvorovi mogu počinuti užasne stvari, biti (samo)uništeni, i time još ojačati mrežu koja je istinski neuhvatljiva* (Ibid: 138). Liotarovi lokalni, zatvoreni narativi ne stoje naspram božanske računarske memorije, koja ugrožava sve posebne kulture. Medijatizacija svaki komunalni identitet čini božanskim.

6. Mreže društvenih promena

6.1. Uvod

Teoriju umreženog društva Manuela Kastelsa, uprkos ukazivanju da je reč o *informacionom društvu nejednakosti* (ID1: 250) koje karakteriše “*varvarsko-nomadaska dinamika*” (ID2: 361), kritikuju i kao administrativnu i nekritičku studiju koja ne uviđa prožetost tehnologije strukturama moći (Fuchs 2014a: 57). Neki autori nisu uvereni da u Kastelsovoj teoriji uopšte postoji potrebna sistematičnost niti teorijska utemeljenost, tako da deluje kao arbitrarno prikupljanje opservacija (Fuchs 2013), gde su studije slučaja birane više po željama istraživača nego po nekom principu, te se tako teorija umreženog društva lako može tumačiti na različite načine, u zavisnosti od toga šta se odredi kao fokus (Ampuja 2012). Nestalnost i nestabilnost umreženog društva Kastels naglašava po cenu nesigurnosti u pogledu kauzalnosti, pošto na kraju kritičarima nije jasno da li je tehnološka paradigma, nastala krajem šezdesetih, prouzrokovala društvene promene trideset godina kasnije, i koliko je to uopšte uticalo na društvene pokrete, koji su stariji od paradigme, ili na širenje interneta, koje u stvari ima tržišne osnove (Howard 2011: 100). U tom kontekstu se onda mogu, ako ne prihvatiti, ali svakako razumeti negodovanja o “imperijalističkoj tvrdnji o komunikacionoj teoriji kao vrhovnoj teoriji koja objašnjava celokupan život” (Garnham 1998: 97), kao i optužbe o Kastelsovom “desničarskom slavljenju informacionog kapitalizma” (Jessop 2003: 55).

Međutim, teško je prihvatiti takvu konstataciju za nekoga ko je toliko priželjkivao, štaviše, prizivao promenu kao Kastels. Kada je poznato da su za Kastelsa (Castells 1978: 10) *dimenzije socijalne promene* gotovo decenijama istovetne, oličene u *kulturnim revoltima, emancipaciji žena, urbanim krizama i radničkoj imigraciji*, onda nije sporno čemu su navedene dimenzije suprotstavljene. Retko ko se toliko posvetio svakoj klici društvene promene, svemu što je zaljučilo na društveni pokret na bilo kojem kontinentu. U stvari, bolje plasirane kritike nisu da je Kastels slavio svoje umreženo društvo, budući da i pesnik slavi svoju tragediju, već da je u svom entuzijazmu možda propustio “odobrenja globalnih mreža moći” (Petrović 2014: 628) za protestna proleća i plišane revolucije, kao i stvarni domašaj aktera društvenih promena. No, takođe bi bila greška etiketirati Kastelsa kao nekoga ko učitava revoluciju u pocepane farmerke

omladine po šoping molovima: optimizam volje uvek je pratio pesimizam razuma. Ispod sloja opijajućih protesta, eksperimentalnih okupacija i društvenih laboratorija, uvek je stajala “*institucionalna društvena logika*” (ID3: 375), s *patrijarhalizmom i produktivizmom* kao osnovnim načelima, sa posledicama u vidu socijalne dezintegracije i infiltracije instrumentalnog uma u sve sfere društva i tome sledstvenih tribalističkih i fundamentalističkih odgovora nemoćnih klasa (Castells 1992: 351). Zato predstavljanje Kastelsovog viđenja društvenih promena podrazumeva ujedno neprestanu progresiju i sveprisutnost, kao i negiranje ili amortizaciju promena.

Shvatanje Kastelsa kao suviše blagonaklonog prema različitim kulturnim pokretima, bez obzira na njihovu objektivnu snagu, zasniva se na selektivnom čitanju osnovnih teza o umreženom društvu. Na primer, kad Kastels tvrdi da se moć komunikacije nalazi u “samom središtu strukture i dinamike društva” (MK: 23), da se moć temelji na kontroli komunikacije, može se olako zaključiti da se moć temelji samo na tome, štaviše, da kontrola kao izraz poseduje tek tehnodeterminističke konotacije. Međutim, kontrolu obavlja *meta-mreža*, koju čine globalna finansijska i multimedijaska mreža, povezane sa vojnim, naučno-tehnološkim, političkim, čak i kriminalnim mrežama (NOH: 7). Kako one artikulišu sopstvene projekte i vizije, to jest, svoj kulturni materijal, te kako kontramoci uznemiravaju te odnose i instaliraju sopstvene vrednosti, oblikuje osnovni konflikt u umreženom društvu, onog između mreže i sopstva. No, promena kod Kastelsa podrazumeva strukturalnu transformaciju u različitim delovima društvene strukture (ID3: 364), pa se može primetiti da u odnosima proizvodnje on ne registruje ništa što već nije transformisano neoliberalnom reformom, a u odnosima vlasti nalazi prilično nejasnu ili nikakvu promenu. U stvari je *kultura mesto gde se nešto menja, gde se akteri bore oko obrazaca ponašanja* (ID3: 371), odnosno, *oko definicija društvenih normi kako bi uticali na ljudske umove* (MK: 24). *Kultura je izvor moći* (ID3: 372), a *vrednost njen izraz* (MK: 51).

Reklo bi se da, shodno tome, Kastels registruje postojanu društveno-ekonomsku bazu iznad koje imamo samo varljivu igru nadgradnje. No, Kastels ne prihvata ovu dilemu socijalne teorije, jer implicira da ako nikakve promene nema onda nema ni potrebe za socijalnom teorijom (ID2: 250f, ID3: 360f). To je vidljivo i po Kastelsovima opaskama o kontrakulturi. S jedne strane, to je bila reakcija na protivrečnost “između kvantitativnog rasta proizvodnje i kvalitativnog opadanja života” (Duverger 1980: 221).

S druge strane, zabeleženo je “sanjarenje” izvan ekonomske i političke organizacije, jedan kulturni identitet distanciran od “zakona ljudske prirode” (Turen 1998: 292). Sam Kastels ranije je smatrao kontrakulturu za “revolt sitne buržoazije” (Castells 1977: 464), koja uvodi probleme koji nikad nisu direktno ugrožavali vladajući sloj. Kontrakultura se posvetila apologiji infantilnosti, u smislu da detinjasta osećanja mogu obnoviti imaginaciju i spontanost zarad odbrane od društvene alijenacije (Roszak 1978: 148), i uz seksualne slobode i odbacivanje tabua, discipline i hijerarhije, odbijala je i svet novca i bogatstva (Duverger 1980: 196). To jest, sve suprotno od patrijarhalizma produktivizma, koji su kontrakulturu umnogome nadvladali. Ali zreli Kastels bi dodao – ne i porazili. Kulturni pokreti su dovodili u pitanje samo funkcionisanje društva, ali otpor je proširen ka “realitetima gde to pre nikada nije činjeno” (Simić 2002: 77). Kontrakultura je možda na nekim frontovima izgubila bitku, ali njene ideje i snovi su po Kastelsu (ID3:364) “zasađeni” u sve pore svakodnevnog života, i kao takvi postali nezaobilazni, čak i za političare: “pokreti šezdesetih pripremili su tlo za temeljni rascjep u društvima diljem svijeta”.

Tu se nazire Kastelsovo gidensijansko viđenje promene. Izbegnute su greške na koje Gidens (Giddens 1984: 233) ukazuje da su česte u društvenim naukama. Prvo, nomološki propust, u smislu poklapanja društvenog i individualnog progressa, kao i normativni aspekt, koji postulira da su moćniji moralno i intelektualno superiorniji. Kontrakultura je upravo primer nemoćnog, ali tihog progressa, odnosno “pripremanja tla”, kako to tvrdi Kastels. Tehnodeterminističke optužbe koje prate ovog sociologa potpadaju pod pojam evolucionističke greške, u smislu da dolazi do “kompresije svega generalnog” pod jednu specifičnu evoluciju. No, samo inkorporiranje kontrakture u shvatanje društvene promene, odnosno, umrežavanje više faktora, potire i tehdeterminizam. Stoga tvrdnja Nika Koldrija (Couldry 2012) o Kastelsovoj “anarhističkoj utopiji umreženog samoupravljanja” osvetljava tek polovinu socijalne dinamike o kojoj Kastels govori, budući da kontrakturni rizomi deluju u kompleksnom i neretko rigidnom kontekstu. Izgleda da se do takvih zaključaka dolazi ako se posmatra prvenstveno poletnost Kastelsovih studija slučaja, ali ne i okvir u koji ih smešta. Blagonaklono gledanje na oblike odbijanja industrijalizma, autoritarizma ili militarizma, još nije i proročanstvo o održivom razvoju i emancipaciji individua i kolektiva.

Okvir je kod Kastelsa drugačije zamišljen: “*proces kulturne transformacije u našem svetu evoluirala na osnovu dve glavne bipolarne ose: suprotnosti između globalizacije i identifikacije i raskola između individualizma i komunalizma*” (MK: 153). Prva osa određena je napetošću između zajedničkog, planetarnog skupa vrednosti i posebnih, istorijski i geografski ograničenih kulturnih izraza. S druge strane, individualizam karakteriše fokus na lične potrebe, želje i projekte, dok komunalizam naglasak stavlja na kolektivno dobro. Bitno je napomenuti da time nije iscrpljen sam okvir, jer zajednički skup vrednosti može biti konzumeristički, kosmopolitski, čak i islamistički, u zavisnosti kako se bipolarne ose ukrštaju. Stoga i rezultat može biti daleko od idealtipskog, može biti verski ili ideološki. U pitanju su alternativne, ali podjednako globalne mreže, sa sasvim drugačijim projektima (Castells 2000b: 22). Primera radi, da ekološki kosmopolitski identitet u tržišnim okvirima dobije sasvim drugi smisao. To jest, logika mreže može i da se afirmiše i da se negira, okretanjem sopstvenoj religiji, naciji i sličnim sistemima vrednosti. Identifikacija može proizvesti *umreženi individualizam* (i njemu odgovarajuću masovnu samokomunikaciju) kao pandan *brendiranom konzumerizmu*, ali i *multikulturalizam* u kojem kohabiraju različite više ili manje autoritarne ili zatvorene zajednice. Uz *kosmopolitizam*, to su po Kastelsu (MK: 157) glavni kulturni obrasci umreženog društva. To jest, društvena promena počinje sa kulturnim identitetima.

Pritom, Kastels *multikulturalizam smatra “presudnim” trendom*, iako, kao što je pomenuto, Kastelsova blagonaklonost prema društvenim pokretima i pozitivno vrednovanje masovne samokomunikacije navode na pomisao da bi to trebalo da bude neki anarhoidniji obrazac (Couldry 2012). S druge strane, kritike da Kastel ne uviđa da će kapitalizam i patrijarhat ipak nadjačati društvene pokrete (Howard 2011: 103) propuštaju celovitost njegovog teorijskog okvira, koji suštinski ne tvrdi suprotno. Kolektivni otpor možda je osnova za najvažniji identitet u današnjim društvima, ali reč je prvenstveno o istorijski utemeljenim identitetima koji naspram globalizacije poprimaju odbrambeni oblik. Iako Kastels vidi mogućnost rasipanja društva u skup zatvorenih plemena, identitete otpora je moguće posmatrati kao alternativne izvore smisla, a ne samo kao manipulativne konstrukcije u službi interesa elite. Ovde, dakle, postoji dilema između, s jedne strane, toga da je priklanjanje pojmu identiteta kod Kastelsa vid ideološkog kompromisa iza kojeg se skriva tradicionalni individualizam u

kontekstu propadanja proletarijata uz uspon potrošačkog društva i elektronskih medija (Poster 2001: 7), ili toga da putem društvenih pokreta pojedinac sačuva jedinstvenost ali kolektivnošću prevaziđe ograničenja individualnosti (Pavlović 1987: 276). Stoga Poster primećuje da Kastels ne razmatra čist odnos medija i ljudi, već fokusom na identitete usmerava analizu na pitanje političke borbe. Konfliktna priroda društva, kao teza kritičke teorije, potpada pod takav pojam identiteta, pri čemu reflektivni društveni pokreti i politika bunta postaju glavni motor promene. Akteri i njihovo delovanje zauzimaju centralnu poziciju, a projektni identiteti produbljavaju zajednički otpor, ciljajući na opštedruštveni preobražaj. Kastels, dakle, prati svog učitelja Alena Turena (1998: 294): “Izvan društvene borbe postoji samo otuđenje i njegova iluzija o identitetu”.

To jest, društvene borbe podrazumevaju kontramoci, koje će dovesti u pitanje postojeće institucije i ponuditi drugačije vrednosti i interese, sam način mišljenja i života, koji će odrediti sudbinu društva. Kastelsovo shvatanje hegemonije eksplicitno je gramšijevsko, budući da podseća da u italijanskog mislioca građansko društvo čini niz aparata koji pokušavaju da racionalizuju “*izvore strukturalne dominacije*” (ID2: 18). *Cilja se na svest i saznanje radi uspostavljanja moralnog i intelektualnog vođstva u jednom društvu* (Gramši 1980: 116), to jest, *konstruišu se specifična značenja u umovima ljudi* (NOH: 5). Pritom se, po rečima Stjuarta Hoola, maskiraju odnosi moći i nejednakost, fragmentizuje se društvo, a slobodno tržište uvija u ideje o imaginarnom zajedništvu (prema Milivojević 2015: 80). Ovu korekciju viđenja društvene promene nalazimo već kod Gidensa, koji sem proizvodnih snaga nalazi i *autoritativne resurse* kao značajan vid oblikovanja društava (Giddens 1984: 261), a za Kastelsa su autoritativni resursi određeni “*nadmoćnošću društvene morfologije nad društvenom akcijom*” (ID1: 493). To znači da Kastelsova blagonaklonost prema društvenim pokretima ne podrazumeva i velike teorijske ustupke. To što ideologija i dalje uspeva da održi ljude u “*ubeđenju da je Makijaveli samo đavolska prikaza*” (Gramši 1980: 88) ne povlači za sobom i negiranje društvene dinamike, pogotovo konflikta.

Sukobi zauzimaju adekvatno mesto u modernim medijatizovanim društvima. Medijatizacija, dakle, ne podrazumeva samo specifičnu vezu medija, kulture i društva, već sagledava kritički taj trougao, nalazeći kontradikcije i sukobe. Promena je kod Kastelsa zamišljena unutar društvenog konflikta, stoga odnos medijatizacije i konflikta

treba da bude u fokusu razmatranja Kastelsovog viđenja hegemonije i kontramoci. “*Proizvodnja i reapproprijacija značenja*” (Melucci 1996: 145) *osnova je sukoba u savremenom dobu*, a medijski diskursi u stvari interpretiraju realnost na neretko iracionalne načine. U takvom kontekstu medijizacija konflikta može se razvijati u različitim pravcima, ali ono na šta kritički pristup mora da obrati pažnju jeste *kako mediji organizuju i razvijaju sukobe uticanjem na odnose moći između samih aktera konflikta* (Hjarvard et al. 2015: 2). Mediji su prvenstveno “*oruđa za mobilizaciju, organizaciju, deliberaciju i koordinaciju*” (NOH: 257), i Kastels najviše pažnje obraća na ovu *ko-strukturirajuću ulogu medija*, kao i sposobnost da *narrativno uokvire događaj*, pri čemu se s pojavom masovne samokomunikacije usložnjava kompletan performans medija, njihovih frejmova i dramaturgije. Hjarvard i saradnici dodaju još jednu dinamiku medijizaciji konflikata u vidu njihove amplifikacije. Medijsko proširenje i ubrzanje konflikta određuje i njihov domašaj, rešenje ili intenzifikaciju (Hjarvard et al. 2015: 9). To jest, medijska reprezentacija nekog konflikta može koliko i da uguši konflikt ili dovede do njegove rezolucije, toliko i da konflikt produbi, skandalizuje, amortizuje, preusmeri ili obesmisli.

Kastelsova medijska sfera stoga je polje sporenja između nosilaca hegemonije i kontramoci, čiji konflikt i sledstvena društvena promena poseduju medijizovani aspekt. Kastels se koristi vrlo tehnologizovanom terminologijom, te aktere naziva programerima i svičerima (usmerivačima), što su izrazi iz računarskog sveta. *Programeri vrše ulogu proizvodnje značenja* koja nastoje da oblikuju dominantni narativ u određenom društvu. To jest, reč je o kulturnom materijalu u vidu projekata i vizija, kojima se prvenstveno “konstituišu programirani” (MK: 482), koji s razvojem masovne samokomunikacije mogu pružiti aktivniji otpor ili čar reprogramirati interese i vrednosti svojih društava (NOH: 5). Usmerivači²⁰, pak, formiraju “specifičan sistem spojeva” (MK: 73), tako da nameću standarde u funkcionisanju mreže. Kao najbitniji čvorovi unutar i između različitih mreža, *usmerivači čuvaju kapije, stvaraju nove ili jačaju stare mreže i njihove programere*. Kompjuterska metafora unosi nejasnoće šta svičer zaista jeste, pa s jedne strane u hrvatskom prevodu Kastelsa imamo “prekidače” (ID1: 495),

²⁰ Termin svič je već odomaćena reč (Klajn & Šipka 2006: 1116), tako da joj, kao i programu, ne treba prevod. Za Klajna i Šipku svič je posrednik (engl. skretnica, prebaciti, obrnuti), dok je u Hrvata svič skretnica ili sklopka (Anić et al. 2002: 1362).

dok srpski prevod vidi i “skretničarsku” ulogu svičera, te predlaže kompromisni termin “preusmerivač”, koji objedinjava prethodna dva. Navodno (MK: 497), skretničari su pre svega nosioci moći koji povezuju različite mreže, dok su prekidači akteri kontramoci koji ruše postojeće hegemonске mreže. No, društveni pokreti mogu ne samo da uznemiravaju odnose među hegemonским čvorovima već i da formiraju sopstvenu mrežu, kao što i moćnici mogu ujedno da kontrolišu komunikaciju i da prekidaju veze alternativne mreže. Stoga se kao najadekvatniji prevod svičera nameće usmerivač.

Kao primer usmerivača Kastels navodi Ruperta Mardoka, koji “povezuje programske ciljeve medija, poslovnih i političkih mreža u interesu širenja sopstvene medijske poslovne mreže... On olakšava i unapređuje funkcionisanje svih programa u svim tim mrežama tako što omogućava pristup i prenos resursa između mreža” (MK: 491-2). Kastels registruje trostranu strategiju Mardoka, koji nudi vlastodršcima medijski prostor za komunikaciju sa građanima, dok finansijski pomaže kampanje opozicije, uz dodatno balansiranje pružanjem ličnih usluga različitim političarima. Tako je Mardok podržavao predsednika Džordža Buša i ujedno davao donacije kandidatima Demokrata. Povrh toga, usmeravanje nije tek traženje alternative među političkim akterima, već strateški povezuje i druge mreže. Na primer, Mardokova kupovina Wall Street Journal-a nije motivisana tek profitom, već činjenicom da ovaj list poseduje značajne programerske kapacitete, odnosno, određuje dominantne vrednosti i interese u društvu. Takođe, preuzimanje sajta My Space u stvari je traženje platforme koja bi okupila proizvođače sadržaja, oglašivače i potrošače. Mardok, dakle, ne juri samo za zaradom koliko demonstrira i težnju da čak i preko jedne društvene mreže učestvuje u borbi oko značenja, definicije društvenih vrednosti i normi, same konstrukcije realnosti.

S druge strane nalaze se društveni pokreti i građansko društvo kao kontramoci, koji brane alternativne vrednosti i bore se za drugačije interese (NOH: 79). Kastels tvrdi da je logično zaključiti da su korporacije sedišta komunikacione moći koja komodifikuju slobodu i privatnost građana, ali da je to empirijski pogrešan zaključak: “Kada se jednom nađu u sajber prostoru, ljudima mogu dolaziti svakojake ideje, uključujući postavljanje izazova korporativnoj moći, urušavanje autoriteta vlade i menjanje kulturnih temelja naše sve starije/bolesnije civilizacije” (MK: 483). Možda može doći do “premošćavanja” društvenog kapitala, tako da se povezuju ljudi iz različitih sfera društva, razvijaju veze na daljinu, tako da se ljudi više uključuju u

translokalne procese (Petrović 2013: 236). U pitanju je specifično okretanje spolja, ka virtualnim identitetima i mogućem značajnijem mobilisanju solidarnosti među ljudima i jačanju tome shodne participacije (Ibid: 217). Društveni pokreti jesu oblik radikalnog angažovanja (Gidens 1998: 152) naspram nehumanog stanja u međunarodnoj politici i privredi, i ono što ih razlikuje od drugih organizacija jeste njihova refleksivna strana, koja cilja na izmenu kompletnog života (Giddens 1984: 204). Za Kastelsa pokreti su sastavljeni od različitih individua, koji ne mogu da se okupe oko klase, roda ili nacije, već su prvenstveno obeleženi *emocijom* (NOH: 13), od straha i osećanja sramote zbog poniženja i nepravde, do entuzijastičnog odbacivanja anksioznosti i mobilizacije ka poželjnom cilju.

No, nekadašnje eksperimentisanje s društvenošću, koje je “osvetljavao moguće budućnosti” (Gidens 1998: 154), sada se odvija u više prostora i vremena, povezanih mikročipovima. Kao što primećuju Matoni i Trere, nekada su pokreti bili skeptični prema medijima, te su izbegavali mejnstrim novinare, dok danas bivstvuju u znatno “široj medijskoj ekologiji” (Mattoni & Trere 2014: 265), *ali su i ideološki manje radikalni*. Neke stvari su, doduše, iste. Naime, unutrašnja organizacija se ne vrši preko socijalnih mreža nego kontrolisane elektronske pošte. To jest, interna koordinacija i dalje je najčešće interna, mada Kastels primećuje veću interaktivnost i participaciju, pa s tim u vezi i slabiju hijerarhiju, jer se pokreti rekonfiguriraju bez istaknutih vođa (NOH: 15). Štaviše, kiberprostor je manje elitističan no nekadašnje faks mašine, kojima su se koristili društveni pokreti. Proširivanje publike platili su ideološkom umerenošću, no pokret više ne čine samo aktivisti već mnogo širi korpus ljudi, više ili manje upletenih u neki trenutni protest. U pitanju je “hibridni prostor u kome se online i offline svetovi integrišu kroz pluralizam scena za komunikaciju” (Milivojević 2015: 139). Prema Kastelsu, *na internetu se prikupljaju snage pobune, a individualne borbe prerastaju u pokret, no socijalni mediji ostaju slabi bez simboličke okupacije javnih mesta* (NOH: 226). Konflikt uvek mora biti oko prostora, na javnom polju u interakciji s istomišljenicima (Castells 1977: 463, 1978: 177). Ali, tu je nekad bila granica medija, pogotovo dok su pokreti ignorisali mejnstrim novinare i klasični protest tretirali kao anti-medijski događaj. Sada su sa svojevrsnim onlajn “igračima sa klupe” znatno uvećali vidljivost protesta, a za aktiviste na terenu mediji u svim oblicima su svakodnevna stvar (Mattoni & Trere 2014: 262).

U narednom poglavlju prikaz medijskog izveštavanja o Iračkom ratu stoga treba da pokaže nekoliko stvari. Prvo, da Hjarvardov postulat medijske autonomne institucije ne mora da garantuje profesionalno izlaganje informacija, čak ni čistu proveru informacija niti njihov kritički komentar. U ratnom, odnosno vanrednom stanju, napotrebni je da mediji rade svoj posao, ali ga oni baš tada ne rade (Bennet et al. 2007: 8). Drugo, da medijska organizacija može da prepozna svoj *poslovni interes* u saradnji sa državnom administracijom ili drugim akterima političke sfere, to jest, da očekuje profitabilan rezultat sopstvene kolaboracije u proizvodnji zvaničnog narativa. Štaviše, *novinari* mogu biti prepoznati i kao specifični *deo establišmenta* (Jamieson & Waldman 2003: 136), koji stvaraju privid da institucije funkcionišu. Hjarvard u svojoj postavci eksplicitno ne prepoznaje momenat kada je medijacija ujedno uspostavljena a da nije došlo do distanciranja od moćnih aktera u društvu, što Kastels eksplicitnim primerom Ruperta Mardoka kao posebnog usmerivača i prepoznaje. Odnosno, *model pristrasnih poluistinitih medija* može biti specifično stanje medijacije, koje Hjarvard zanemaruje, a Hep i Koldri detaljno ne obrazlažu, a koje pokazuje da različiti kanali informisanja stvaraju, a još češće potvrđuju različite percepcije gledalaca, suštinski ne radeći svoj posao nadzora vlasti. Treće, ako je publika zaseban faktor medijske logike, onda je Kastelsovo prepoznavanje uticaja patriotske kulture i publike koja želi potvrdu svog pogleda na svet a ne tačne informacije, veoma bitna korekcija medijskog monitoringa vlasti. *Uklešteni između svojih poslovnih interesa, ideala neutralnosti i objektivnosti, kao i stavova gledalaca kao potrošačkog tela, medijima je oduzeta ne samo obaveza no i sposobnost istinitog izveštavanja*. Konačno, Kastelsove bipolarne ose društvene promena, između globalizacije i identifikacije, s jedne strane, kao i individualizma i komunalizma, s druge strane, na studiji slučaja Iračkog rata pokazuju trijumf identifikacije i komunalizma, i suštinsku *slabost masovne samokomunikacije* i društvenih pokreta, čije su aktivističke mreže prozvele sasvim “neimpresivne efekte” (Bennet et al. 2008: 286), što je tema naredne glave.

Slučajevi protesta na trgovima svetskih gradova stavljaju na proveru Kastelsovu ideju masovne samokomunikacije i političkog aktivizma. Komparacija dešavanja u Kairu i Njujorku, bitno različitim gradovima, trebalo bi da omogući razmatranje socijalnih konteksta i stvarnog doprinosa digitalnih medija. Pokazaće se da u Egiptu Kastels prenaglašava individualističku, kosmopolitsku stranu protesta u Kairu, čak s

naporom tumači islamizam Muslimanskog bratstva kao vid umerene i arapskom svetu prilagođene demokratizacije, iako islamizam ne dovodi u pitanje načela patrijarhalizma niti produktivizma. Kastels precizno demonstrira funkcionisanje *umreženih socijalnih i masovnih medija*, sa opisima praksi poput Al Jazeera-inog direktnog prenosa live stream-a koji su snimali aktivisti, tako da je proizvedena *medijska simbioza građana i novinara*. Takođe je dobro obrazložena reakcija na Mubarakovo gašenje interneta, kada su aktivisti primorani da stvore *alternativne, većinom analogne komunikacione mreže*. No, u oba slučaja ne razmatraju se geopolitičke okolnosti, odnosno uloga zapadnih zemalja, koje su i dovele Mubaraka na vlast a potom preko svojih provajdera zaobilazile njegovo isključenje interneta. Kastels priznaje dominaciju neposredne interakcije i značaj simboličke okupacije prostora, ali se ne distancira od popularnih etiketa o Twitter revoluciji, iako je u stvari Kairo umnogome određen masovnim medijima i odnosima licem u lice. Zbog toga će se pokazati da je Kastels propustio da uvidi *socijalnu konstrukciju digitalnih medija* kao centralnih za kompletna dešavanja, što je uticalo i na ponašanje aktera, čak više na organe reda no aktiviste, koji su veći deo organizacije obavili izvan virtualne sfere.

S druge strane, poglavlje će istaći veći značaj *kliktivizma* u Occupy pokretu, slabije veze socijalnih i masovnih medija, kao i sasvim drugačiju okupaciju prostora, u kojoj je naglasak na svakodnevnom a manje eksplicitno političkom. Mehanizam pribavljanja medijske pažnje je obrnut u odnosu na Al Jazzera-u u Egiptu, jer medije privlači izveštavanje o sukobima i hapšenjima koji uznemiravaju poredak, ali su aktivisti u Njujorku izgubili sposobnost da kontrolišu emitovani sadržaj, budući da njihove strimove televizije nisu prenosile, nego su ostale u okvirima izveštavanja o haosu i bezakonju na ulicama. Rečju Manuela Kastelsa, došlo je do *“isključivanja masovnih medija”* (NOH: 178). I ozbiljni mediji, poput New York Times-a, prvobitno su objavljivali izveštaje o konfliktu sa policijom, pa tek onda priloge o ekonomskim razlozima protesta, tako da je broj negativnih priloga o Occupy prešao polovinu sveukupnog broja priloga (Xu 2013: 2422). To jest, *pokreti svoju poruku mogu da pošalju samo unutar vrlo negativne slike agresivnih ljudi na ulicama*. Budući nepodržani od strane masovnih glasila, socijalna konstrukcija digitalnih medija kao centralnih za društvo obrnuta je u odnosu na Egipat, pošto su aktivisti, više no policija, verovali u snagu svojih onlajn platformi. Dvostruko više su se oslanjali na Twitter i

dvostruko manje na televiziju nego u slučaju Egipćana. Postavljajući u fokus svog razmatranja ljudske ispovesti o životu u nepravednom društvu, objavljenih na Tumblr blogu “We are the 99%”, Kastels je istakao emotivnu srž pokreta, ali je zanemario populističke okvire “99% narativa”, koji ne samo da je bio tanji od islamizma u Kairu, no je i *izbledeo razlike između participacije i organizacije*. Naime, insistiranje da pokret nema vođstvo niti glavni štab, i *izbegavanje hijerarhije i autoriteta* po svaku cenu, uz nesuvislo predstavljanje istih kao sinonima za diktaturu i autoritarizam, digitalne aktiviste je učinilo inferiornim u smislu efekata postignutog i same čvrstine pokreta, na kojima ipak nisu izgubljeni životi kao u Kairu. Znatno prijatniji kontekst dešavanja na Occupy Wall Street-u pratilo je suviše oslanjanje na digitalne oblike protesta, kao i sasvim površan narativ o 1% gospodara i širokim masama koje nemaju gotovo ništa zajedničko sem heštegova.

Klimatske promene su tema koja omogućava da se odredi stanje medijizacije na više načina. Prvo, moguće je kritički analizirati razliku između prosvetiteljske priče, kojoj Kastels teži i u slučaju zelene politike smatra je jednom od najbitnijih reformističkih sila, i medijskog diskursa kao konačnog rezultata artikulacije delovanja različitih aktera. Time se može uvesti *distinkcija između infotejnmenta i javnog rezonovanja* kao dva oblika medijskog delovanja na diskurs globalnog zagrevanja. Drugo, da se pokažu vrline i mane čisto profesionalnog novinarskog izveštavanja, prvenstveno frejma konflikta kojim se ujedno postiže balans između aktivista i skeptika, ali na štetu prosvetiteljskog aspekta koji zavisi od stručnih komentara koji su usled profesionalnih normi zagušeni drugim zainteresovanim stranama. To jest, *mediji ne prenose naučni svetonazor već se drže pravila svog biznisa*: “privući publiku strukturiranim narativima koji povećavaju interesovanje građana” (MK: 369). Shodno tome, mediji koji zaista žele da promene stavove publike u vezi efekta staklene bašte moraju temu konstatno da drže istaknutom, a pritom taj prajming mora po zakonima ponude i potražnje biti publici prijemčiv i blizak njenom svakodnevnom iskustvu. Taj paradoks može da se pokaže nerešivim. Konačno, medijizacija pokreta za zaštitu životne sredine može se demonstrirati i u digitalnoj sferi, pokazati njen doprinos u odnosu sa sistem masovnih medija, kao i promene u ponašanju aktera onda kada više ne moraju da se oslanjaju na radiodufuziju već mogu da koriste različite platforme kako bi poslali svoje poruke i razvili svest o zaštiti okoline.

Shodno tome, poglavlje nalazi s jedne strane motivisane novinare, koji u požrtvovanju aktivista prepoznaju glas naroda, a duboka vera u ugroženost planete daje čak i spektakularnim vezivanjima za drveće humanističku nit koja vodi ka svojevrsnoj novinarskoj renesansi. S druge strane, način poslovanja može ugušiti pronađenu moralnost, usled interesa oglašvača koji mogu biti u suprotnosti s ekološkom svešću. Javno rezonovanje je dodatno otežano primerima promena u samom uredništvu, tako da se problematični prilozi eliminišu u samom startu. Uz to, pritisak produktivnosti u vidu smanjenja broja novinara vodi ka oslanjanju na portparole i druge lake i popularne izvore informacija, do kojih se najbrže dolazi, ali koji ne moraju biti obavezno i tačni. Profesionalizam uvodi i dodatnu napetost između izbalansiranog izveštavanja i naučnog konsenzusa po pitanju klimatskih promena, te usled upotrebe frejma konflikta negiranje antropogenog uticaja na klimu dobija podjednak prostor u medijima. Povrh toga, personalizuje se i dramatižuje konflikt, što zbunjuje građane u pogledu stvarnih naučnih istina. Držeći se publike, prilozi o klimi proporcionalni su potražnji, a potražnja zavisi od svakodnevnog iskustva građana, ličnog osećaja vrućine ili stradanja usled uragana, a ne objektivne planetarne situacije. *Nauka, a samim tim i prosvetiteljska istina, udaljava se od popularnog diskursa, koji ostaje emocionalan, trivijalan i efemeran.*

Kastels saveznike klimatskog diskursa nalazi u selebritijima i pokretima koji se oslanjaju na digitalne tehnologije. Poznate ličnosti su bliske prosečnom gledaocu, kao vrsta "intimnih stranaca" koji u doba infotejnmenta postaju akteri drama i izvan umetničkih radova. Klimatski narativ im je i deo imidža, koji prodaju svojim fanovima, što stvara problem samog statusa klimatskih promena, koje se mogu prepoznati kao roba na tržištu ili tek životni stil bogatih, a ne alarmantni podatak o stanju prirodnog sveta. Ulazak zelene kulture u industriju zabave koliko dovodi do popularizacije problema toliko ga i deradikalizuje i komodifikuje. Naspram zvezda, masovna samokomunikacija običnih ljudi donosi svoj deo problema. Pošto uopštene poruke masovnih medija više ne dopiru do savremenika, pristupa se narrowcasting-u ili drugim praksama uskog emitovanja. Kako građani ne bi u porukama prepoznali neko populističko i autoritativno vođstvo, pokret se predstavlja kao spontan i mladalački, iako ne mora biti ni jedno ni drugo. Bitna je participacija građana, kojim se i tehnološki bodri njihov individualizam, samostalno, izdvojeno delovanje, bilo da je to pisanje bloga o ličnom aktivističkom iskustvu, nevezano za aspekte protesta koje bi drugi

smatrali bitnim, ili šerovanje određenih sadržaja na različite platforme, kao bi poruka bila preneti ne masovnim no putem personalnih mreža pojedinaca. Personalne mreže omogućavaju ljudima bar osećaj participiranja u komuniciranju i organizaciji pokreta, a ne samo pasivnu recepciju i poslušnost, te individualni aktivizam počinje ne dolaskom u štab pokreta ili mesto demonstracija kao ranije, već je proširen na svakodnevnu aktivnost. Time rezime ponašanja pokreta na internetu poprima istu formu kao i u slučaju Occupy Wall Street-a, gde se polako onlajn participacija izjednačava sa čitavim delovanjem, pa i samom organizacijom pokreta, koja je naizgled bez jasnog lidera i programskog cilja, a usled pukog sabiranja ideološki različito pozicioniranih ekoloških aktivista, s manjim ili većim ambicijama u pogledu društvenih promena, tako razuđen pokret ne uspeva ni da duboko prodre u društvene diskurse.

6.2. Mediji i rat u Iraku

Prikaz medijskog izveštavanja o Iračkom ratu treba da pokaže nekoliko stvari. Prvo, da Hjarvardov postulat medijske autonomne institucije ne mora da garantuje profesionalno izlaganje informacija, čak ni čistu proveru informacija niti kritički komentar. U ratnom, odnosno vanrednom stanju, napotrebni je da mediji rade svoj posao, ali ga oni baš tada ne rade (Bennet et al. 2007: 8). Drugo, da medijska organizacija može da prepozna svoj *poslovni interes* u saradnji sa državnom administracijom ili drugim akterima političke sfere, to jest, da očekuje profitabilan rezultat sopstvene kolaboracije u proizvodnji zvaničnog narativa. Štaviše, *novinari* mogu biti prepoznati i kao specifični *deo establišmenta* (Jamieson & Waldman 2003: 136), koji stvaraju privid da institucije funkcionišu. Hjarvard u svojoj postavci eksplicitno ne prepoznaje momenat kada je medijalizacija ujedno uspostavljena a da nije došlo do distanciranja od moćnih aktera u društvu, što Kastels eksplicitnim primerom Ruperta Mardoka kao posebnog igrača i prepoznaje. Odnosno, *model pristrasnih poluistinitih medija* može biti specifično stanje medijalizacije, koje Hjarvard zanemaruje, a Hep i Koldri detaljno ne obrazlažu, a koje pokazuje da različiti kanali informisanja stvaraju, a još češće potvrđuju različite percepcije gledalaca, suštinski ne radeći svoj posao nadzora vlasti. Treće, ako je publika zaseban faktor medijske logike,

onda je Kastelsovo prepoznavanje uticaja patriotske kulture i publike koja želi potvrdu svog pogleda na svet a ne tačne informacije, veoma bitna korekcija medijskog monitoringa vlasti. *Uklešteni između svojih poslovnih interesa, ideala neutralnosti i objektivnosti, kao i stavova gledalaca kao potrošačkog tela, medijima je oduzeta ne samo obaveza no i sposobnost istinitog izveštavanja.* Konačno, Kastelsove bipolarne ose društvene promena, između globalzacije i identifikacije, s jedne strane, kao i individualizma i komunalizma, s druge strane, na studiji slučaja Iračkog rata pokazuju trijumf identifikacije i komunalizma, i suštinsku *slabost masovne samokomunikacije i društvenih pokreta, čije su aktivističke mreže prozvele sasvim “neimpresivne efekte”* (Bennet et al. 2008: 286), mada će o njima biti reči u narednim poglavljima.

Ovde je problem moć države da medije pretvori u svoj propagandni instrument, a da to zadrži okvir medijizacije. To jest, da mediji i kao relativno autonomne institucije pomažu trenutnoj hegemoniji. Funkcioneri su najzastupljeniji izvori informacija i stoga zauvek vezani za medije, ne samo novinare ili redakcije, već i kulturne industrije. Ta veza još je snažnija u ratnim i vanrednim stanjima, kada autonomija medija još više posustaje pred političkom moći, budući da se u rizičnim situacijama ređe problematizuju interpretativni okviri (Milivojević 2015: 148). S druge strane, medijizacija traži momente kada mediji uspevaju da ne budu pretvoreni u puka oruđa, kada političari ipak moraju da se prilagođavaju izvesnoj medijskoj logici kako bi uspešno poslali svoju poruku. To jest, *kada mediji, čak iako im ne pođe za rukom da uznemire, ospore, kritikuju ili spreče ciljeve političkih kampanja, ipak uspeju da oblikuju poruku i pošiljaoca* (Esser & Stromback 2014). Kastelsova analiza medijske prakse za vreme administracije Džordža Buša, koju je obavio zajedno s Amelijom Arsenolt, prvenstveno je smeštena unutar dominantne paradigme, u potrazi za klasičnim pitanjem medijskih efekata. Njihova studija slučaja (MK: 205-231) ovde će biti razmotrena u kontekstu medijizacije, pre svega analizom uloge nacionalnih televizijskih mreža i državnih funkcionera u konstrukciji medijskog diskursa vezanog za Irački rat.

Glavno pitanje koje postavljaju Kastels i Arsenolt je kako je moguće da su ljudi toliko dugo verovali u neistine. Bez obzira na takozvani “Vaksmanov izveštaj”, koji je ukazivao na stotine nepreciznih ili sasvim netačnih izjava vrha države (MK: 205), i uprkos medijskom praćenju potkomiteta američkog Kongresa koji je radio na izveštaju,

stanovništvo je i dalje nastavilo da veruje u neistine državnih funkcionera. Reč je o tri pogrešne informacije: veze Iraka i Al-Kaide, postojanje oružja za masovno uništenje, kao i stava svetskog mnjenja o američkoj intervenciji. Prema anketi Vašington Posta, sedam od deset Amerikanaca verovalo je da je Sadam direktno involviran u delovanje Al-Kaide (Kull et al 2003: 3). Partijska identifikacija nije znatno menjala stepen mispercepcije, budući da je čak 71% Demokrata verovalo u postojanje oružja u Iraku, mada se manje od polovine (33%) sećalo sopstvenih stavova, dok je većina imala specifičnu amneziju u vezi svoje podrške ratu za mir i demokratizaciju Bliskog Istoka (Jacobson 2010a: 44). Jakobson ističe da su slične cifre dolazile iz više ispitivanja javnog mnjenja, te nije u pitanju neki metodološki propust ili odbijanje toliko različitih ispitanika da priznaju grešku, no je amnezija čak prerasla u stav 76% Demokrata da je rat od početka bio greška (Jacobson 2010b: 214). S druge strane, prema agenciji Harris 38% Amerikanaca smatralo je 2004. godine da su SAD pronašle oružje masovne destrukcije u Iraku, pri čemu se procena dve godine kasnije popela na punu polovinu anketiranih (MK: 206).

Kastels ne ulazi eksplicitno u dileme kakve imaju autori poput Džejma Karana, da Amerikanci generalno manje znaju od Evropljana (Curran 2011: 54), te je to prosta karakteristika njihovog medijskog sistema. Za Karana su američki mediji, kao i za Džejmsa Kerija (Carey 2011), više pas u krilu nego pas čuvar, ali Kastels nije spreman da to sasvim prihvati, iako naglašava da agendu kreira vlast (MK: 227). Kastelsova vera u autonomiju medija nudi nešto drugačiji model masovnih komunikacija. Taj model, nakon što bude ovde predložen, možda će biti u skladu sa načelima kritičke teorije, ali će ipak biti empirijski precizniji. To jest, jasno je da je Bušova administracija uspela u svom naumu da uveri građane u opasnost koja pretila od Sadama Huseina, ali Kastels ne prihvata tezu o poslušnim medijima bez ikakve provere. Štaviše, ukazuje, što je u skladu sa institucionalnim viđenjem medijizacije (Hjarvard 2013), da medijsku logiku otelovljuvaju profesionalizam i publika. U tom smislu nije sve rešeno nametanjem narativa od strane elita, nego se ti narativi, onda kada postanu kulturno rezonantni, vraćaju od publike posredstvom medija nazad ka eliti. Narativi mogu koliko da odigraju ulogu katalizatora za namere establišmenta, toliko i da ga ograniče.

Kako je, dakle, tekao proces dezinformisanja javnosti? Kastels se oslanja na podatke Kala i saradnika, prema kojima su tri spomenute mispercepcije uticale na

poverenje građana prema predsedniku Bušu. To jest, tri četvrtine onih koji nisu verovali ni u jednu pogrešnu informaciju nisu ni podržali rat, dok su oni kod kojih je zabeležena bar jedna pogrešna informacija držali 60% podrške. U slučaju kompletno obmanutih građana, sa sve tri mispercepcije, podrška ratu je rasla do 86%, što je značajna razlika u odnosu na 25% podrške građana bez mispercepcija (Kull et al 2003: 11). No, pitanje izvora informacija uvodi interesantnu preraspodelu, to jest, postojala su razilaženja koja su pratila same televizijske kanale. Naime, 72% publike Fox-a, naspram 46% drugih publika, verovalo je da Irak poseduje oružje za masovno uništenje (Jacobson 2010a: 47). Više od trećine (36%) gledalaca Fox-a, naspram 2% PBS, CNN i MSNBC publike, verovalo je da su SAD pronašle oružje u Iraku, a stavovi da oružja verovatno nema još se više razilaze: 13% Fox-ove u odnosu na 83% ostalih mreža. Kastels (MK: 216) pridodaje listi i bizarno uverenje 37% gledalaca Fox-a da je sam Bog izabrao Buša da predvodi rat protiv terorizma (22% ne znam, 40% ne). Demokrate i Republikance nisu krasili bitno različiti nivoi dezinformisanosti ako su ujedno bili gledaoci Fox TV, 54% Republikanaca i 48% Demokrata imali su bar jednu mispercepciju (Kull et al 2003: 16).

Fox televiziju kao uporište širenja “*poluistinite pristrasnosti*” navodi i Kastels, dodajući da je u pitanju uspešan *poslovni model proizvodnje informacija koje određeni segment publike želi da čuje*. To nam sasvim otvara problem medijalizacije, jer neku medijsku organizaciju ne posmatra kao puki instrument političkih moćnika, već kao preduzeće koje zarad sopstvenog profita, i u granicama profesionalnog, ipak proizvodi senzaciju i spektakl, jer je krajni cilj gledanost koja se prodaje oglašivačima. Nažalost, Kastels minimalizuje isti problem kod ostalih komercijalnih mreža, budući da problem dezinformisanosti postaje podjednako i pitanje toga ko je božiji izabranik. U svojoj knjizi, Kastels (MK: 215) postavlja tabelu preuzetu od Kala i saradnika, ali je ne obrazlaže. Podaci tvrde da je zaista 80% gledalaca Fox-a imalo bar jednu mispercepciju, ali i da je to važno i za 71% CBS-a i 55% CNN-ove i NBC-jeve publike (Kull et al 2003: 13). CBS čak i prednjači u slučaju stvaranja iluzije da svetsko javno mnjenje podržava intervenciju u Iraku, tako da 56% njihove publike stoji iznad 52% NBC-jeve i Fox-ove publike s ovom mispercepcijom (Ibid: 15). Objašnjenje za CBS leži u podršci vlasnika Sumnera Redstouna predsedniku Bušu, iako je do tada bio simpatizer Demokrata. Redstoun je finansirao i kampanju Džona Kerija, ali je njegova televizija podržavala Republikance (McChesney & Nichols 2011: 309). Kastels ne smatra ovaj

podatak bitnim, ali ne problematizuje ni zavidan postotak dezinformisanosti publike pro-demokratskih CNN i NBC mreža.

Štaviše, ovakvo medijsko delovanje se ponavlja u još dve zemlje. Istraživanjem uvodnika u danskoj štampi Hjarvard i Kristensen pokazuju još jednom *dominaciju narativa proizvedenih od strane državne administracije*, pri čemu se prostor za medijsku kritiku vlasti otvara tek kada se i same elite dele. No, na slučaju danske štampe, Hjarvard i Kristensen primećuju da podeljena elita ne garantuje kritičko izveštavanje. To jest, od listova koje su razmatrali, desno orijentisane novine nastavile su podršku Iračkom ratu kao i u slučaju kada se kompaktna politička elita zalagala za intervenciju u Avganistanu. Ni levičarska štampa se nije naročito proslavila. Samo list Information, sa specifičnom čitalačkom nišom, bio je suprotstavljen elitama na zadovoljavajući način. Naime, od 20 negativnih uvodnika koje Hjarvard i Kristensen nalaze, čak 17 je objavljeno u listu Information (Hjarvard & Kristensen 2014: 60). Novine su bile ne samo najistaknutije na levlci, nego su i pratile svetsko javno mnjenje i antiratne proteste u mnogim zemljama (Ibid: 63). Iako Hjarvard i Kristensen kasnije beleže njihovu podršku intervenciji u Libiji u sklopu "Arapskog proleća" kao legitimne demokratizacije tog prostora, danski primer pokazuje da je potrebno i nešto više od samog profesionalizma u kontekstu mnoštva komercijalnih medija.

Britanski slučaj ima sličnu tendenciju. U načelu, mediji su podržavali trupe u akciji, ali naspram "mizerije kritike" u slučaju lista Sun i većinske podrške novina Telegraph i Times, štampa koja je naginjala levlci bila je dosta skeptičnija, od umereno negativnih uvodnika Guardian-a i Independent-a (38,5% i 49,4%) do tabloidnog Mirror-a (60,9%) kao najistaknutijeg kritičara intervencije u Iraku (Robinson 2011: 4). Naravno, novinarska kultura u Ujedinjenom Kraljevstvu oduvek je pristrasna, te je samo ponovila ideološke linije koje su i ranije postojale. Ovde je, za razliku od američkog slučaja, kompeticija u štampi dodatno razvila kritičko novinarstvo, tražeći proširenje svoje publike. Odatle se upravo tabloidi ističu po čvrstini svojih stavova, ali kompletna scena dnevne štampe time je ujednačenija no u Danskoj i SAD. Štaviše, i BBC je raznovrsnije izveštavao i balansirao različita mišljenja čak i u slučaju terorističkog napada 11. septembra 2001. godine, kada je isprva izbegavao da rušitelje kula blizankinja nazove teroristima, smatrajući da bi to odbilo publiku (Zelizer & Allan 2011: 13). Ipak, u slučaju rata u Iraku u određenoj meri ponavlja formulu iz SAD, gde

patriotska kultura gledalaca obavezuje i na proizvodnju afirmativnih izveštaja. SkyNews, blizak Rupertu Mardoku, nastavlja istim putem sa 76% pozitivnih priloga, dok procenat pada do 60% u slučaju druge komercijalne televizije ITV. BBC stoji na polovini (49%), te kaska za Kanalom 4 sa 43% pozitivnih i 51% priloga sa pregovaračkim kodom (Robinson 2011: 4). Robinson naglašava da je Kanal 4, kao korporacija britanskog Ministarstva kulture, medija i sporta, statutom definisan kao mesto alternativnog i kritičkog mišljenja, te je skeptičnije prilazio izveštavanju i nije se u potpunosti oslanjao na američke i britanske izvore.

Komparativni primeri pokazuju da je *i na medijskom, kao i na svakom tržištu, profitabilno podržavati onoga ko je popularan, tako da novinarski ideal ustupa mesto konzumentima, simplifikuje sadržaj i naginje jednoj strani u izveštavanju* (Entman 2007: 167). Kastels ističe i reči novinara CBS-a Dena Radera da postoji bojazan komercijalnih medija da će biti doveden u pitanje njihov patriotizam ako funkcionerima budu postavljali teška pitanja (MK: 211). No, i pored toga, komercijalni mediji su, tražeći uzbudljive i dinamične priče, lako prihvatili moralističku dramu koja im se nudila jer je to i njihova publika lako razumela i prihvatila (Altheide 2013: 227). To jest, gornji primeri demonstriraju da su u stvari nekomercijalni mediji, koji naginju načelu javnog servisa, ili oni ideološki levo pozicionirani, jedini uspevali da znatno smanje pogrešnu percepciju rata, a samim tim i podršku. No, Kastels gotovo preleće preko fakta da su NPR i PBS najuspešnije prebrodili političke spinove. Naspram 80% gledalaca Fox-a sa bar jednom mispercepcijom stajalo je svega 23% publike javne televizije i radija (Kull et al 2003: 13). Čak i Republikanci su se razlikovali po pitanju izvora vesti: od onih koji su pratili Fox 54% je smatralo da u Iraku postoji oružje za masovno uništenje, dok je 32% republikanskih pratilaca PBS-a ili NPR-a imalo isti stav (MK: 215). Kastels, pak, priznaje *korelaciju između kanala informisanja i verovatnoće mispercepcije dešavanja*, ali onda naprasno zaustavlja svoj argument. U protivnom bi u svom razmatranju kritičke uloge medija Kastels dao znatno više prostora javnim servisima od jednog pasusa. Ono zbog čega se možda zanemaruje ovo pitanje je Kastelsov fokus na fenomen masovne samokomunikacije, o kojima će biti reči u narednoj glavi o okupaciji trgova u Kairu i Njujorku, ali zbog toga trpi klasična tema medijskih studija, koja je komplementarna i medijalizaciji, budući da su PBS i NPR pokazali najzavidniju autonomiju od političkih i

ekonomskih struktura, i shodno tome i nezavisnije izveštavanje i konstrukciju svetonazora.

No, ni masovna samokomunikacija ne dobija značajno mesto u studiji slučaja, pošto su antiratni protesti gotovo zanemareni. To jest, Kastels i ne spominje preko deset miliona demonstranata koji su globalno koordinirali proteste u februaru 2003. godine (Bennet et al. 2008: 269), jer je značajniji pad podrške ratu usledio tek petnaest meseci kasnije. Odnosno, u vreme kampanje za predsedničke izbore, kada su buntovnici poput Hauarda Dina, s podrškom kritičkih blogera i građanskog novinarstva (MK: 218), a potom i sam Džon Keri proizveli raspoloženje protiv rata. No, to jasno nije masovna samokomunikacija o kojoj je Kastels teoretisao, budući da se globalno civilno društvo nije pokazalo u očekivanom svetlu. Naime, nije zabeležen ni visok nivo interaktivnosti niti transnacionalni aktivizam, a istraživači nalaze i da svrha nije ni bila prosvetljivanje javnosti, već su protestne skupine objavljivale samo informacije koje se uklapaju u njihove ideološke okvire, čineći propagandno delovanje i reafirmisanje nacionalnog bitnim karakteristikama (Gillan et al 2008: 190-192). Premda je reč o vrlo decentralizovanim i umreženim grupama, Bennet i saradnici su ih videli tek kao “monotematske ad hoc akcije”, izvedene od strane slabo povezanih personalnih mreža, a ne kao ozbiljan društveni pokret koji bi izazvao neku sistematsku promenu: *“transnacionalne aktivističke mreže su toliko neimpresivne u svojim konačnim efektima koliko su impresivne u rasponu, u dimenzijama i brzini mobilizacije”* (Bennet et al. 2008: 286). Kastels ne posvećuje vreme ovim digitalnim formacijama, iako bi to upotpunilo njegovu studiju slučaja i ilustrovalo teoriju komunikacione moći, ali jasno je da je razlog tome teškoća da ovakvu mobilizaciju bez evidentnog domašaja uspešno odbrani. Za razliku od usputnog spominjanja PBS-a i NPR-a, ovde je jasnije zašto je Kastelsov fokus na komercijalnim TV mrežama, koje su i najpopularniji izvori vesti.

Mišljenja o komercijalnim televizijama su raznovrsna, i potrebno je naći Kastelsovu poziciju na kontinuumu. Tu su prvo kritičari koji vide okretanje informativne zabavi (Carey 2011), jeftinim i profitabilnim skandalima koji često služe kao jedini dokaz nezavisnosti medija (Bennet et al. 2007: 8), dok važne ali neproverene informacije čekaju na emitovanje usled profesionalnog opreza, tako da *senzacionalizam i komercijalnost tvore medijsku logiku* (Curran 2011: 24). S druge strane stoje optimističnija viđenja da je u stvari nakon pada Berlinskog zida došlo do svojevrstne

emancipacije medija. Na primer, Kristijan Fuks to ilustruje nekadašnjom dominacijom CNN-a, za čije izveštavanje prilikom Gofskog rata 1991. tvrdi da je bilo pretežno sačinjeno od slika Bagdada noću, ekrana radara i vojnih analiza, dok je 2003. godine bilo više kritika rata i alternativnih izvora informacija, poput Al Jazeera-e i digitalnih medija (Fuchs 2012c: 55). No, postoje i oprečna svedočenja, naime, CNN-ov intervju sa Sadamom Huseinom 1991. godine, i otežan prenos izjava Osame bin Ladena deceniju kasnije (Volkmer 2011: 315), ili da je 2003. godine CNN imao različite verzije za SAD i svet (McChesney 2011: 107), gde na nacionalnom nivou nije bilo kritike. Tu je i generalan stav Džejsma Karana da su medijske debate o ratu bile najjače kada nije bilo velikog narativa protiv borbe protiv komunizma ili terorizma (Curran 2011: 35). Tome je srodno mišljenje Beneta i saradnika da izgleda da *“medijski sistem najbolje funkcioniše kad i vlada dobro radi – razmatra alternative, odgovara na inicijative građana, i kada izabrani predstavnici pozivaju jedni druge na odgovornost. Ali to nisu vremena kad je nezavisna štampa potrebna”* (Bennet et al. 2007: 8). I upravo je ratno stanje ono kada se na poseban način proverava medijalizacija. Kastels ne prihvata kompletno ideološki utemeljenu afirmaciju ili radikalnu kritiku, te traži empirijsku potvrdu stanja stvari, odnosno, odgovor na pitanje da li su se mediji zaista pokazali kao bespomoćni ili dobrovoljni saučesnici vlasti, ili su pak pružili neki otpor.

Kakav je, dakle, narativ proizveden, i koji aspekti su medijalizovani? Pre svega tu je *prajming*, koji isticanjem nekih tema priprema preference svoje publike u budućnosti, tako da Entman (2007: 165) smatra da time mediji određuju ne samo o čemu će ljudi da misle već i kako će to da čine. Ako se neka pitanja stalno koriste kao merilo učinka različitih društvenih aktera, stvoriće se izvesna *“asocijativna mreža”* koja će uticati na stavove građana (MK: 197). Ono što takođe predestinira oblik TV priloga je uključ enje informativne u *“raison d'etre globalne medijske kompanije”* (Rosen 2011: 39), što je rezultiralo u *infotejntmentu* i većem fokusu medija na *svakodnevno i lično* (Coleman et al 2015: 6). Dejvid Altajd primećuje da je diskurs straha od ranije deo medijske sfere, te je sklonost uprošćenoj dramaturgiji u stvari nasleđena. Altajd nudi sasvim plastičan primer moralističke priče koja arapskog neprijatelja kao Drugog dehumanizuje oslanjajući se na stare frejmove, tako što predsednik Buš i bukvalno poručuje da je Al-Kaida za teror isto što i mafija za kriminal. To jest, Altajd (Altheide 2007: 289) naglašava da su irački borci u vestima nazivani kriminalcima,

pobunjenicima ili revolverašima. Novinarska autocenzura dozvolila je da se protivnici izjednače s bitangama i razbojnicima, jer su to bili već uobičajeni kognitivni modeli, koje bi publika najlakše razumela. U slučaju pogibije Iračana od strane američkih vojnika termin je uobičajeno bio “ubijeni”, smrt civila je “kolateralna šteta”, dok bi obrnut slučaj bio okarakterisan kao “varvarizam”.

Entman (2003: 417) u tome vidi specifičnu “*kulturnu logiku*” koja *povezuje definiciju i uzroke problema sa moralnim sudom i rešenjem*, koristeći “kulturno rezonantne termine” kako bi se efikasno komuniciralo s gledaocima. To jest, ono što Kastels (MK: 211) naziva “narativom samoodbrane” daje okvire samom izveštavanju, budući da je napadnut sam američki način života, te se i sve informacije podređuju osnovnoj priči. Možda jesu kule trgovinskog centra bile napadnute, ali u stvari je “Amerika bila pod udarom” (Jamieson & Waldman 2003: 144). Za Dejvida Altajda to znači da je *terorizam postao svetonazor*, odnosno diskurs koji definiše realnost, podseća na strašne događaje iz prošlosti i anticipira buduće, tvoreći retoriku stalne prevencije i nadzora naših života (Altheide 2007: 299). Jedini momenti kada diskurs borbe protiv terorizma gubi snagu u stvari je neki neplanirani događaj, u slučaju Iračkog rata veće stradanje civila, kada loše vesti donekle uzdrmaju pozitivne frejmove. Robinson (2011: 3) u medijskoj sferi Velike Britanije beleži svega 11% apologetskih spinova vlasti, što je pratilo 49% televizijskih i 68% negativnih priloga u štampi, iako su, paradoksalno, isti mediji razmatrali humanitarne i moralne razloge za intervenciju sa čak 80% u korist vlasti. Altajd, koji je ukazao na kalemljenje Bušove medijske kampanje na postojeći diskurs o uličnom kriminalu, nalazi samo jedan izveštaj koji američke vojnike naziva revolverašima, kada je stradalo petoro dece uzrasta od 4 do 15 godina (Altheide 2007: 292).

Ovaj prilično visok nivo tolerancije u slučaju sopstvenih zločina uspešno se prekriva narativom pobeđe. U pitanju su spektakli poput rušenja statue Sadama Huseina, koja je simbolisala kraj jednog razdoblja i dolazak novih vrednosti, kao i nastup predsednika Buša koji sleće na nosač aviona i u pilotskom odelu pozdravlja vojnike, dok iza njega stoji parola “Misija završena”. Kastels tvrdi da se kasnije ispostavilo da je čitava scena snimljena u San Dijegu, čime se samo dodatno potvrđuje naglašena teatralnost događaja (MK: 212). To više nije u službi bilo kakve političke logike nego medijskog trijumfa, jednog imidža koji donosi olakšanje zabrinutim

građanima, ali je zbog očigledne dramaturgije stvar bodrijarovska, stoga i ne čudi da ga svrstavaju u vrstu TV rijalitija (Bennet et al. 2007: 16). Ali pobjednički frejm je izvršio svoju ulogu, te su narativi koji su mogli da ga ugroze marginalizovani. Posebno nakon rušenja statue izveštaji o nasilnim ekscesima u Iraku su se proredili (MK: 211), jer bi u suprotnom ugrozili samu postavku ovog medijskog fenomena, humanitarne intervencije, demokratizacije i modernizacije bliskoistočne zemlje, te Amerikanaca kao spasitelja. Izgleda kao da se narativu nisu mogli suprotstaviti ni iz tabora Demokrata, budući da su ih prvobitni medijski diskursi postavili u nezavidan položaj da ih sumnjičavost prema zvaničnim izvorima ne dovede do optužbe za antiameričko ponašanje. *Kulturna rezonantnost maničevske borbe sa teroristima onda sprečava i medije da ponude kontrafrejm i omoguće pravilno rezonovanje javnosti.*

Zašto je to tako? Kastel se poziva na korigovani elitni model koji Entman zove modelom kaskadnog uticaja, koji je stratifikovan, gde prvenstveno političari utiču na medije i preko njih na publiku, uz izvesnu mogućnost povratne sprege, mada je Entman (2003: 419) umereniji od Kastelsa po pitanju stvarnog građanskog doprinosa, budući da ne barata kategorijom masovne samokomunikacije. *U modelu kaskadne aktivacije mediji se nalaze između elita i javnosti*, i taj trougao proizvodi frejmove koji se pojavljuju u vestima, iz čega sledi da nije reč o pukom elitističkom modelu u kojem, ako Demokrate izaberu da se ne bore kao u slučaju rata u Iraku, debate neće biti (McChesney 2011: 106), to jest, neće biti primenjen za medijizaciju značajan frejm konflikta. Ova “*mrežna aktivacija*” (MK: 202) podrazumeva da mediji i publika mogu uticati na frejmove, odnosno suprotstaviti se agendi koju vlast pokušava da nametne. No, Kastels je primoran da objasni samu uspešnost narativa Bušove administracije i zašto mediji nisu ranije pružili značajniji otpor. Jasno je da mediji treba da tačno prenose informacije, kao i da su im glavni izvori državni funkcioneri, čije izjave retko procenjuju. Da ne bi došlo do puke “*stenografije moći*” (Curran 2011: 26), medijski profesionalizam se koristi frejmom konflikta, pomoću kojeg suprotstavlja izjave različitih aktera. No, kao što napominje Mekčesni, ako opozicija ne uputi kontrafrejm, novinari mogu malo šta da učine.

Razlog za nesklonost Demokrata da se usprotive frejmu rata protiv terorizma Kastels nalazi u riziku da budu etiketirani kao nepatriote (MK: 201), ili da kao senator Ted Kenedi budu optuženi da su uvredili predsednika Buša (Bennet et al. 2007: 18). To

jest, Kastels osvetljava stranu same publike, čija je čvrsta podrška ratu u stvari onemogućavala opoziciji da se snažnije okrene protiv Bušove medijske kampanje. Prva godina Iračkog rata praćena je obilnim citatima zvaničnika, naspram kojih je stajalo 1% izjava antiratnih grupa i 4% Demokrata (Curran 2011: 25), toliko da Karan smatra da su evropski zvaničnici i Sadam Husein lično više doprineli bar prividu frejma konflikta kao cilja novinarske neutralnosti. Britanija je pratila tvrdnje funkcionera u 54% TV i 61% priloga u štampi, svega 15% se suprotstavilo zvaničnom narativu, dok ostatak čine izveštaji u pregovaraćkom kodu (Robinson 2011: 2). Kastels smatra da se ovo može objasniti *težnjom ljudi da "veruju u ono u šta žele da veruju"* (MK: 211). Odnosno, sami građani nakon Al-Kaidinih napada vršili su poseban pritisak na medije, koji su u borbi za gledanost morali da se oprezno upuštaju u kritiku režima. Kad zajednička NBC/ Wall Street Journal anketa registruje 22% ljudi koji smatraju da je oružje za masovno uništenje locirano u Iraku u vreme kada se dosta izveštavalo o sadržaju Vaksmanovog izveštaja koji to negira, ili da 24% smatra da je Husein vodio hemijski i biološki rat protiv SAD prema ABC/ Vašington Post anketi (Kull et al 2003: 4-5), onda je u stvari otežana proizvodnja priloga koji gledaocima i čitaocima protivreće. Kastels čak drži da *publika traži "potvrdu svog pogleda na svet"*, tako da njihova pogrešna percepcija Iraka, nuklearnog oružja i veza sa terorizmom, koliko su posledica medijskog izveštavanja toliko su i plod ljudskih predubeđenja (MK: 216-217).

U takvoj postavci mediji su zaista usamljeni. *U slučaju konsenzusa elita medijima se znatno ograničava "sfera legitimne kontroverze"* (Hjarvard & Kristensen 2014: 54). U slučaju Iračkog rata, bilo je potrebno protivljenje Demokrata koje je izostalo iz za Kastelsa gore navedenih razloga. Mediji ne mogu totalno samostalno da teže ravnoteži ako su vlast i opozicija suviše usklađeni, niti je javnost bitnije suprotstavljena ratu. No, iako se eksplicitno poziva na Entmanov model kaskadne aktivacije, Kastels (MK: 214) je manje sklon da vidi upražnjavanje medijske autonomije u trenucima manje izražene podele unutar establišmenta. Odnosno, Kastels se fokusira na momenat jasne razlike između stavova Demokrata i Republikanaca, jer je stepen njihove saglasnosti obrnuto proporcionalan kritičkom radu medija. Time Kastels možda nesvesno *svrstava novinare među sam establišment, kao njegov deo koji "svesno investira u legitimnost sistema"* (Jamieson & Waldman 2003: 136), jer žele da poredak zaista funkcioniše. Ako institucije potvrđuju da je Gor izgubio izbore ili Husein ima

oružje, mediji će odbaciti skepsu i prihvatiti tvrdnje kao istinu. Štaviše, pokušaj da se odupru elitama smatran bi vidom neprofesionalizma, što bi novinare navelo da nastave da održavaju “*korumpirani status quo*” (McChesney 2011: 108). Iz toga proizlazi da su novinari toliko ograničeni u svom delovanju da su im jedini ventili iskopavanje skandala (Bennet et al. 2007: 7) i cinično izveštavanje o borbi kandidata (Schudson 2011: 53), zahvaljujući čemu opstaje iluzija određene novinarske nezavisnosti.

Međutim, Entman vidi granicu ovog elitističkog modela. Naime, u vreme kada se isticala veza Iraka i Al-Kaide, novinari Simor Herš iz New Yorker-a i Tomas Fridman iz New York Times-a isticali su da je izvor terorizma pre Saudijska Arabija, a Vašington Post tome je posvetio i naslovnu stranu (Entman 2003: 425). No, TV nije toliko pratila štampu, jer su pretpostavljali da je publika već naučena da su Saudijski saveznička i umereno islamska zemlja, dok je Irak, decenijama medijski konstruisan kao pretnja, nešto što će se “lakše prodati”. Entman ovde pokazuje paradoksalnu kompleksnost čitavog procesa. Nakon što su porodice žrtava napada iz septembra 2001. godine pokrenule tužbu protiv Saudijske Arabije, odakle je poreklom većina terorista, mediji su to ispratili značajnim obrtom: da se Saudi ujedno protive intervenciji u Iraku. Ovo ujedno ne ugrožava nameru vlasti da započne Irački rat, kao što je i indirektno podriva, stvarajući mogućnost da se i u monolitu elite pojave pukotine. To jest, elitistički model pokazuje preveliku statičnost, ne uviđajući da, burdijeovski rečeno, “različite teme pokreću različita polja” (Robinson 2011: 13). Nakon ulaska Saudijske Arabije u medijski diskurs o iračkoj opasnosti, Kolin Pael, neki republikanski kongresmeni i kolumnisti izazvali su izvesno razilaženje u partiji. Spoj malobrojne suprotstavljene elite, porodica žrtava i Sauda koji ne žele rat sa Huseinom u stvari su doveli do toga da tri američke mreže (ABC, CBS i NBC) u 73% citiranih izvora kritikuje Bušovu strategiju (Entman 2003: 428). Dakle, Entman ne smatra kao Bennet sa saradnicima da novinari tek percipiraju odnose moći u političkoj sferi i na osnovu toga “kalibriraju vesti” (Bennet et al. 2007: 49), već i da pokazuju sopstvenu inicijativu. “*Mediji su možda i prenaglasili skepticizam elite prema ratnim planovima Buša u leto 2002. godine, iako su kasnije zdušno podržali rat... Mediji sami sigurno nisu usporili Bušovu administraciju, ali su doprineli kaskadi misli i događaja, prepreka i izbora... Mediji nisu potpuno pasivni primaoci Vladine propagande, bar ne uvek*” (Entman 2003: 428).

Jasne su u navedenom citatu relativizacije poput “možda”, “iako” ili “bar ne uvek”, ali pokazuju jednu suptilniju dinamiku u funkcionisanju medija. Na drugom primeru, mučenja u Abu Graibu, vidimo i stidljivije medijsko izveštavanje, samim tim drugačiju “kaskadu misli i događaja”. Ovaj put nisu bili dovoljni akteri poput Crvenog krsta ili nevladinih organizacija, koji su upozoravali na mučenje zatvorenika. Procureli vojni izveštaj ukazivao je na neslaganje unutar sistema odbrane, te su s pričom probili led Simor Herš u Njujorkeru i CBS-ova emisija 60 minutes (MK: 219). No, sam termin tortura vrlo brzo je izvetrla iz medijskog diskursa. U prve dve nedelje Vašington Post spomenuo je mučenje petnaest a CBS osam puta, a posle jedva jednom mesečno do kraja leta (Bennet et al. 2007: 95), što je u slučaju Posta činilo 6% izraza pomoću kojih se opisivalo mučenje (Ibid: 116)²¹. Spin se prostirao od sumnjičavih izraza poput pretpostavljene ili navodne torture do ciničnog Raša Limba, za kojeg su se vojnici samo zabavljali i malo zaneli, a pošto su i žene (“the babes”) bile mučiteljke, to sve i nije toliko strašno, maltene prosečan dan u studentskom bratstvu (Altheide 2007: 303). Administracija je izbegavala reč tortura, te je već drugi dan nakon otkrića fotografija to postao “maltretman”, trećeg dana “zlostavljanje”, potom delo usamljene grupe vojnika, te petog dana “odvratni akti” (Bennet et al. 2007: 102). To nije bilo samo u navodnom neskladu s državnom politikom već i američkom kulturom, stoga je publika teže prihvatila da njihovi vojnici to čine, kao i da su slike suviše eksplicitne da bi bile prikazivane. No, dok Bennet nalazi da je tek senator Džon Mekejn, inače i sam bivši ratni zarobljenik, bio taj koji je pogurao medijsko izveštavanje, Kastels uobičajeno zaobilazi Republikance i naglašava samo rad internet mreža i nekih štampanih medija, koji su bez razvodnjavanja vojnog izveštaja omogućili da slike u prvih mesec dana vidi 76% Amerikanaca (MK: 219).

To jest, *Kastels vidi medije kao institucije čija nezavisnost zavisi od mreže Demokrata i digitalnog civilnog društva, kao da osnovu za frejm konflikta ne mogu da obezbede Republikanci poput Mekejna i Pauela*. Kastels svakako ne greši u proceni da su prajmarisi i kampanja Džona Kerija 2004. godine bili najsnažnija kontrateža koja je pomogla medijima da se oslobode ideološke hegemonije (MK: 218-220), ali to je u

²¹ Sveukupno, Vašington Post koristio je termin mučenje u 6% slučajeva, britanski Guardian 32%, Der Spiegel 72%, El Pais 76%. U odnosu na američke, kanadski mediji

neskladu sa njegovim viđenjem masovne samokomunikacije kao zasebne sile. U pojedinim momentima, Kastels više veruje sudbini nego civilnim inicijativama putem interneta. Naime, desilo se da je u vreme uragana Katrina komunikacioni štab Bele kuće bio na odmoru, te su mediji ušli u bukvalnu “no-spin zonu” (Bennet et al. 2007: 168). Novinari su mogli da na licu mesta izveštavaju o onome što zaista vide, bez zvaničnika kao posrednika, i da ukažu na nedostatke u funkcionisanju sistema zaštite. Ni sam predsednik Buš se nije dobro poneo prema žrtvama uragana, toliko da su oni iz siromašnijih krajeva praktično zaboravljeni. Buš je izgubio deo svog imidža kao očinske figure i zaštitnika, produbio nesposlušnost onih do tada ambivalentnih prema njegovoj politici, a “mediji su iskoristili priliku da prošire spektar svojih izvora i tako učine debate zanimljivijim” (MK: 221). Ali ovo nije tek slučajnost kod Kastelsa, koji će se na uticaj prirodne katastrofe na medijsko izveštavanje osvrnuti i u slučaju ekoloških pokreta. No, naspram njegove masovne samokomunikacije, ako tek neplanirani događaji usled ponašanja same planete otvaraju prostor za kritičko medijsko izveštavanje, onda to ne govori ništa dobro o kapacitetima samih građana da utiču na društvene tokove.

Izgleda da je Bušova administracija lako korigovala i ove gubitke otpuštanjem Donalda Ramsfelda i ostalih svojih stratega, a da to nisu uspele da postignu kritike bivših savetnika za bezbednost (Bennet et al. 2007: 26), nego inertne Demokrate i sama priroda. Administracija se konsolidovala tako što je preskočila civilnu kontrolu vojske i komandu predala direktno generalu Pitreusu. Smatrali su da će sam status vojske, koja se tradicionalno smatra kredibilnim izvorom informacija i ima poštovanje većine naroda, vaskrsnuti i uverljivost same agende (MK: 223). Medijima je opet sužen prostor, i žrtvovali su preispitivanje zvaničnih izjava zarad onoga što je konstruisano kao opštenacionalan stav. Odnosno, s jedne strane, imali su publiku koja u načelu zna da vojska nije savršena, ali da ima pravedan cilj i nameru (Jamieson & Waldman 2003: 164). S druge strane, Demokrate su ustuknule pred suočavanjem sa predstavnicima vojske (MK: 230), i zbog straha od gubitka biračkog tela i fakta da već započeti rat ne može lako biti završen. Tek Barak Obama je uspeo da ne samo okrene mnjenje protiv rata nego da za Bušove neuspehe kazni Republikance koji su skrivali iza frejma borbe

termin su koristili tri puta češće, britanski sedam, italijanski dvanaest, španski četrnaest, a nemački petnaest puta više (Bennet et al 2007: 116).

protiv terorizma, preusmeravajući kampanju na temu ekonomije (Jacobson 2010b: 216). To jest, Obama je primenio drugi frejm medijizacije, koji ukazuje na privredne posledice državnih odluka, te i Kastels naglašava da je rat uspešno predstavio kao “derivat ekonomske politike” (MK: 226). No, ponovo se ponavlja Kastelsovo minimalizovanje republikanskog doprinosa, pošto za razliku od Jakobsona, za koga je šteta koju je učinio Buš bila neophodna za pobedu demokratskog kandidata, za Kastelsa je Obama bio poseban vesnik promena i medijizovani predsednik.

Ali, kao što je ranije spomenuto, Kastels se pre svega posvetio komercijalnim medijima, koji su se po pitanju objektivnog izveštavanja pokazali vrlo nestabilnim. Iako američka javna televizija ima znatno manji rejting od komercijalnih mreža, i stoga je razumljiv Kastelsov fokus, onda kada svoju temu prenese na teren društvenih promena, razmatranja mogućih budućnosti, Kastels tamo vidi samo društvene pokrete, simboličke okupacije trgova ili parkova, kao i političare poput Obame. Ne i javne servise, koji su se u stvari prvi pokazali kao najpouzdaniji izvor informacija, a reklo bi se i učinkovitiji od masovne samokomunikacije, što ne mora biti u neskladu ako imamo u vidu ideju o stvaranju alternativnih društvenih mreža od strane javnih servisa (Andrejevic 2013). Štaviše, moguće je napraviti zanimljivu komparaciju. Naime, dok su američki mediji u procesu dalje komercijalizacije prekinuli finansiranje izveštača na Bliskom istoku, BBC je svoje odnose sa vodičima sačuvao, i u svom izveštanju o Iračkom ratu znatno bolje snašao (Rosen 2011: 39). S druge strane, Bušova administracija je novinarima ponudila da budu deo trupa, što ne samo da je bio udar na njihov profesionalizam nego i integracija u sam vojni menadžment, te Kristijan Fuks zaključuje da su novinari time postali deo mehanizma koji konceptualno odgovara Delezovom društvu kontrole (Fuchs 2012c: 56).

6.3. Simboličke okupacije Vol Strita i Tahrir trga

Slučajevi protesta na trgovima svetskih gradova stavljaju na proveru Kastelsovu ideju masovne samokomunikacije i političkog aktivizma. Komparacija dešavanja u Kairu i Njujorku, bitno različitim gradovima, trebalo bi da omogući razmatranje socijalnih konteksta i stvarnog doprinosa digitalnih medija. Pokazaće se da u Egiptu Kastels prenaglašava individualističku, kosmopolitsku stranu protesta u Kairu, čak s

naporom tumači islamizam Muslimanskog bratstva kao vid umerene i arapskom svetu prilagođene demokratizacije, iako islamizam ne dovodi u pitanje načela patrijarhalizma niti produktivizma. Kastels precizno demonstrira funkcionisanje *umreženih socijalnih i masovnih medija*, sa opisima praksi poput Al Jazeera-inog direktnog prenosa live stream-a koji su snimali aktivisti, tako da je proizvedena *medijska simbioza građana i novinara*. Takođe je dobro obrazložena reakcija na Mubarakovo gašenje interneta, kada su aktivisti primorani da stvore *alternativne, većinom analogne komunikacione mreže*. No, u oba slučaja ne razmatraju se geopolitičke okolnosti, odnosno uloga zapadnih zemalja, koje su i dovele Mubaraka na vlast a potom preko svojih provajdera zaobilazile njegovo isključenje interneta. Kastels priznaje dominaciju neposredne interakcije i značaj simboličke okupacije prostora, ali se ne distancira od popularnih etiketa o Twitter revoluciji, iako je u stvari Kairo umnogome određen masovnim medijima i odnosima licem u lice. Zbog toga će se pokazati da je Kastels propustio da uvidi *socijalnu konstrukciju digitalnih medija* kao centralnih za kompletna dešavanja, što je uticalo i na ponašanje aktera, čak više na organe reda no aktiviste, koji su veći deo organizacije obavili izvan virtualne sfere.

S druge strane, poglavlje će istaći veći značaj *kliktivizma* u Occupy pokretu, slabije veze socijalnih i masovnih medija, kao i sasvim drugačiju okupaciju prostora, u kojoj je naglasak na svakodnevnom a manje eksplicitno političkom. Mehanizam pribavljanja medijske pažnje je obrnut u odnosu na Al Jazzera-u u Egiptu, jer medije privlači izveštavanje o sukobima i hapšenjima koji uznemiravaju poredak, ali aktivisti su u Njujorku izgubili sposobnost da kontrolišu emitovani sadržaj, budući da njihove strimove televizije nisu prenosile, nego su ostale u okvirima izveštavanja o haosu i bezakonju na ulicama. Rečju Manuela Kastelsa, došlo je do *“isključivanja masovnih medija”* (NOH: 178). I ozbiljni mediji, poput New York Times-a, prvobitno su objavljivali izveštaje o konfliktu sa policijom, pa tek onda priloge o ekonomskim razlozima protesta, tako da je broj negativnih priloga o Occupy prešao polovinu sveukupnog broja priloga (Xu 2013: 2422). To jest, *pokreti svoju poruku mogu da pošalju samo unutar vrlo negativne slike agresivnih ljudi na ulicama*. Budući nepodržani od strane masovnih glasila, socijalna konstrukcija digitalnih medija kao centralnih za društvo obrnuta je u odnosu na Egipat, pošto su aktivisti, više no policija, verovali u snagu svojih onlajn platformi. Dvostruko više su se oslanjali na Twitter i

dvostruko manje na televiziju nego u slučaju Egipćana. Postavljajući u fokus svog razmatranja ljudske ispovesti o životu u nepravednom društvu, objavljenih na Tumblr blogu “We are the 99%”, Kastels je istakao emotivnu srž pokreta, ali je zanemario populističke okvire “99% narativa”, koji ne samo da je bio tanji od islamizma u Kairu, no je i *izbledeo razlike između participacije i organizacije*. Naime, insistiranje da pokret nema vođstvo niti glavni štab, i *izbegavanje hijerarhije i autoriteta* po svaku cenu, uz nesuvislo predstavljanje istih kao sinonima za diktaturu i autoritarizam, digitalne aktiviste je učinilo inferiornim u smislu efekata postignutog i same čvrstine pokreta, na kojima ipak nisu izgubljeni životi kao u Kairu. Znatno prijatniji kontekst dešavanja na Occupy Wall Street-u pratilo je suviše oslanjanje na digitalne oblike protesta, kao i sasvim površan narativ o 1% gospodara i širokim masama koje nemaju gotovo ništa zajedničko sem heštegova.

Poglavlje će pokazati ovu mispercepciju digitalne sfere, bez ulaženja u pitanje kauzalnosti, koje je po Kastelsu (NOH: 105) problem nimalo vredan razmatranja. Jasno je da je situacija u Egiptu bila nedemokratska, uz sve veću društvenu raslojenost, da se godinama stvarao kontekst za proteste, i da bi se oni verovatno desili i bez medija, koji stoga ne mogu biti uzroci Arapskog proleća nego njegova oruđa (Fuchs 2012b: 389). Takođe je reč o kulminaciji “radikalnog demokratskog sentimenta”, koji se duže vreme razvijao u Egiptu (Alexander 2013: 343). No, Tahrir trg je danas nemoguće zamisliti bez digitalnih tehnologija, koje su integralni deo Arapskog proleća i događaja koji su mu prethodili. Mubarakov režim silom je sprečavao da javni prostori budu mesta neslaganja, te sem izolovanih poluprivatnih lokacija internet je takvim spletom okolnosti postao mesto na koje su disidenti oterani (Gerbaudo 2012: 52). Ispostavilo se da se tu mogu povezati mnogi istomišljenici, koji su zastrašeni u realnosti prešutkivali svoje neslaganje s Mubarakovom vladavinom. Straha u virtualnoj sferi je bilo manje nego na stvarnim mestima. Vođene su energične rasprave među egipatskim blogerima, koji su generalno bili kritični prema vlasti, ali su onlajn vodili debate i o sitnijim razlikama. Čak i pripadnici Muslimanskog bratstva su otvarali blogove u kojima su kritikovali neke prakse svoje organizacije (el Nawawy & Khamis 2013: 77), pa su temeljno pretresani aspekti njihovog programa i delovanja. To je pripremlilo teren za kritički pogled na disfunkcionalnost sistema i mogućnost reforme, jedno javno mnjenje koje se polako uspostavljalo naspram režima.

Internet je, dakle, bio mesto gde su sasvim različiti ideološki orijentisani akteri našli utočište, te im je virtualna sfera poslužila kao prostor za razvijanje javnosti u situaciji kada su kafane i mediji bili pod državnim kontrolom. *Virtualno je u posebnom društveno-političkom aranžmanu postalo čvorište alternativnih struja*. To je samo pojačalo značaj interneta, ali i viđenje Arapskog proleća kao progresivnijeg i prozapadnijeg nego što zasta jeste. Procena zapadnih novinara i istraživača temelji se na blogovima na kojima je bilo sadržaja na engleskom jeziku, i na osnovu toga se sudilo o generalnom karakteru egipatske blogosfere. To ih je vodilo do zaključka o navodnom slabljenju tradicije i jačanju zapadnih vrednosti i umreženog individualizma (Aouragh 2016: 502). Argument se potkrepljuje fokusom na pojedine aktiviste koji odgovaraju opisu fejsbuk revolucionara, ali se zanemaruje čitavo Muslimansko bratstvo koje je kasnije i došlo na vlast. Već druga generacija blogera pisala je na arapskom, manje pod zapadnjačkim uticajem (el Nawawy & Khamis 2013: 60), i bila manje sekularna. Kastels negativan sud prema Muslimanskom bratstvu smatra predrasudom, ali se drži teze da su “varnicu revolucije” pokrenuli mladi i obrazovani Egipćani, gde su čak i žene u svojim vlogovima skidale veo s lica i pozivale na proteste (NOH: 55). Paolo Gerbaudo (2015: 74) smatra da Kastels ovde upada u problem, jer *masovna samokomunikacija ističe autonomiju i različitost pojedinaca, dok populistička logika egipatske digitalne sfere naginje na masifikaciji i jedinstvu, kao i islamizmu* kao bitnoj osobini protesta i opozicione političke scene. Kastelsov (NOH: 76) stav je da nije reč o religijskom ekstremizmu već posebnom putu ka demokratizaciji arapskog sveta koji ne mora pratiti zapadno iskustvo, i tu se nazire tumačenje kojeg će se Kastels do kraja držati.

Kastels je samim razlikovanjem prostora mesta i prostora tokova ukazao da će se globalnim tokovima suprotstaviti ukorenjeni identiteti, koji će koristiti novu tehnologiju za odbranu svog načina života. Samim tim nije iznenađujuće što Kastels vidi *simbiozu onlajn i oflajn politike*, iako ujedno ostaje blagonaklon prema novoj tehnologiji. Masovna samokomunikacija nipošto nije samostalna sila, i gubi smisao u mnoštvu suprotstavljenih ili veštačkih glasova na internetu, ako nije povezana sa oflajn prostorima (Aouragh 2016: 482). Ovde stoji i implicitna klasna podela, budući da se vesternizovani i imućniji Egipćani bili korisnici socijalnih medija, najvidljiviji zapadnim posmatračima, zbog čega su svi učesnici protesta prepoznati kao liberalniji

nego što zaista jesu (Salem 2015: 184). Brojni su primeri poput aktivistkinje koja se nalazila van Egipta i učestvovala samo preko Tvitera, prevodila s arapskog i kritikovala uprošćene ili neistinite medijske narative. Smatrala je da je deo protesta, što i nije toliko sporno koliko njen istinski uticaj. Izuzetak je, iznenađujuće ili ne, Wall Street Journal koji je ukazivao da je oflajn organizacija u stvari bila zastupljenija na terenu (Aouragh & Alexander 2011: 1350). Ali Kastels nalazi rešenje u razdvajanju perioda pre i u toku protesta, pošto je nekoliko hiljada pripadnika srednje klase započelo prvi korak, ali uspeh okupacije Tahrir trga i brojnost učesnika nalazi se u vezi sa oflajn delovanjem. To jest, *socijalni mediji obavili su uspešnu početnu mobilizaciju, ali nisu bili toliko bitni kasnije na terenu.*

To je, ipak, bilo jasno egipatskim aktivistima, koji su imali iskustvo prethodnih neuspešnih protesta, gde su ljudi pozivani samo putem socijalnih mreža. Od 2004. godine bilo je preko pedeset protesta koji su uključivali i onlajn aktivizam, a fejsbuk grupe poput "6. aprila" već 2009. godine imale su 70.000 članova, ali to nije imalo odjeka na samim ulicama Kaira (Salem 2015: 177). U pitanju je, dakle, bila zamena klika za samo učešće. No, neki istraživači odbacuju kao veštačko ubacivanje internet korporacija u arapski popularni fenomen (Aouragh & Alexander 2011: 1346), i odbijaju toliko insistiranje na izrazima poput "Twitter revolucije". Digitalni mediji nisu bili odlučujući. Čak je i Al Jazeera godinama bila alternativni izvor informacija naspram državnih medija, sa dosta debatnih emisija i kontroverznih gostiju. Koliko je strah bio zastupljen pokazuju "probe" iz juna 2010. godine, gde bi preko Facebook-a pozivali na tihi kolektivni skup i nemi stajali na trgu, gde su mirno čitali Kuran ili nešto slično, što je bio vid performansa protiv režima u režiji ljudi koji su tek prikupljali hrabrost (Gerbaudo 2012: 60). Ali aktivisti su i sami uviđali i da ih je bilo svega par stotina, te da se realni ljudi u većini ne nalaze na socijalnim mrežama. Bez organizacije na ulicama, deljenja pamfleta, razgovora s ljudima u siromašnim kvartovima i kod džamija petkom tokom molitve, sama onlajn mobilizacija ne bi imala efekta (Aouragh & Alexander 2011: 1355). Pripreme za 25. januar stoga su morale da uključe neposredne interakcije, klasično širenje pamfleta i, konačno, marševe kroz ulice i gradske kvartove, kako bi pozivali sve da se okupe u centru Kaira. Po svedočenju aktivista, prvog dana, 25. januara 80% demonstranata bili su iz srednje klase, dok su tri dana kasnije svi bili na Tahriru (Gerbaudo 2012: 65).

Tahrir je za Kastelsa bio usmerivač koji je ujedinio različite opozicione struje i izvršio pritisak na režim, koji je, doduše, imao problema i u sopstvenim redovima, s podeljenom biznis elitom, vojskom pod američkim uticajem i otkazanom podrškom Mubaraku, te su u sklopu toga i svetski mediji donekle korigovali sopstvenu logiku. S jedne strane, kancelarije Al Jazeera u Kairu su napadnute, a novinari hapšeni i maltretirani, i primorani da se oslone na aktiviste kao izveštače. Tako je televizija bila magnetofon slabijih, socijalnih medija (Aouragh & Alexander 2011: 1351), i delovala sinhronizovano. Odnosno, internet je iskorišćen za simbiotsku vezu građana i novinara, gde je Al Jazeera zauzimala poziciju diseminatora, tako što je obezbedila aktivistima da telefonske snimke direktno emituju preko satelita (NOH: 27). Čak su i domaći mediji u početku naglašavali nasilje i pljačku na protestima (Iskander 2011: 1228), a potom usled Al Jazeera hibridne informativne polako menjali fokus. Kastels drži da je upravo okupirana teritorija bila okidač, svojevrsno “sidro” koje je uvezalo socijalne medije, ljudske oflajn mreže i mainstream medije u jednu specifičnu hibridnu pojavu (NOH: 61). Stvoreno je takozvano “umreženo decentralizovano izveštavanje”, eksperimentalna novinarska praksa, budući da nisu bili na licu mesta novinari su odlučili da pored zvaničnih izvora koriste i građanske ispovesti sa terena (tvitove koristili BBC, NPR, Guardian), zbog čega su prilozi prerastali u metakomentar (Russell 2011: 1241). Ilustrativan je primer voditelja CNN-a Andersona Kupera koji je, oslanjajući se na podatke sa društvenih mreža, nazivao egipatske funkcionere lažovima (Ibid: 1245).

S druge strane, pak, nisu svi mediji nastojali da u praksu uvedu aktiviste kao pouzdanije izvore informacija od zvaničnika, niti su, kao Al Jazeera, uživo emitovali trenutke kada su demonstrantni napadani od strane policije, čime bi prikupili simpatije publike. Na primer, Harlou i Džonson nalaze da je Njujork Tajms u 68% tekstova naglašavao spektakl protesta i istorijski kontekst, ali je u odnosu na interaktivnije sajtove (u ovom slučaju Global Voices) dvostruko manje (36: 71%) spominjana nepravda učinjena građanima Egipta (Harlow & Johnson 2011: 1365), uz korišćenje dvostruko više (45: 92%) zvaničnih izvora (Ibid: 1366). To jest, ovde postoji više medijskih logika, od bliskih elitističkom modelu do onih divergentnih poput Al Jazeera. Kastels niti spominje takve primere, niti eksplicitno razmatra da li su i Al Jazeera ili CNN to činili usled nekih geopolitičkih razloga. To je pogotovo bitno jer su se stvari već u oktobru 2011. godine vratile na staro, kada je BBC News Online u slučaju sukoba

hrišćanskih demonstranata i vojske (finansijski podržane od SAD) pratila državne medije koji su govorili o ubijenim vojnicima, dok su tvitovi s podacima o prethodno usmrćenim učesnicima protesta zanemareni (Alexander & Aouragh 2014: 894). Više nije bilo “umreženog decentralizovanog izveštavanja”, ono se desilo u jednom specifičnom trenutku i nije postalo stalna praksa.

Kritička perspektiva morala bi da primeti da je *medijalizacija ovde možda i proizvedena i tolerisana samo dok je to odgovaralo određenim strukturama moći, a potom je simbioza socijalnih i masovnih medija ponovo prekinuta*. Ono čime Kastels zaokružuje svoje viđenje medija u protestima na Tahrir trgu jesu dešavanja u periodu isključenja internet veze, koje je nastupilo treće noći protesta. Po svemu sudeći, Kastels uviđa ambivalentnost diskonekcije, ali to priznaje više implicitno i umerenije nego što bi trebalo. On stoji na talasu koji je pokrenut od strane samih medija, koji su sami sebe proglasili temom, odnosno moć socijalnih medija da mobilizuju i koordiniraju proteste. Val Gonim, jedan od istaknutih učesnika, na CNN-u se pojavio kako bi se zahvalio Facebook-u za uspeh revolucije (Iskander 2011: 1234). Kastels načelno shvata da Facebook nije jedini činilac Arapskog proleća, ali se i ne trudi da to značajnije negira u svojoj knjizi posvećenoj mrežama društvenih promena. Fokus je prvenstveno na uspostavljanju komunikacije u situaciji ugašenog interneta, te *pribegavanju starijoj tehnologiji i multimodalnosti, odnosno korišćenju više platformi kako bi se “premostilo pomračenje interneta”* (NOH: 64). Pritom Kastels samo informativno spominje da je vlast naredila operaterima da isključe internet i da je Mubaraka bespogovorno poslušao čak i Vodafon, ne problematizujući ovaj kolaboracionizam (Aouragh 2016: 500).

Kastels naspram toga navodi brojne primere premošćavanja (NOH: 64-65). U slučaju isključivanja satelita koji je prenosio Al Jazeera, drugi TV kanali su tehnički podržali njeno dalje emitovanje. Internet provajderi Francuske, Španija, Švedske i SAD-a su obezbedili besplatnu dial-up konekciju svakome ko ih putem fiksnog telefona pozove iz Egipta. Programeri Google-a i Twitter-a stvorili su takozvani speak-to-tweet program, tako da su snimljene poruke automatski transkribovane i objavljene kao tvitovi, dok je hakerska organizacija Telecomix to činila sa faks mašinama. Zbog isključivanja interneta je, dakle, u toku sukoba stvarana “*alternativna analogna mreža*” (Aouragh 2016: 505), i to je ono što Kastels u slučaju “velike diskonekcije” najviše naglašava, ali ne pojašnjava razloge zbog kojih bi provajderi zapadnih zemalja to

učinili. Budući da ih spominje zajedno s haktivističkim grupama, može se pretpostaviti da ih smatra nekom vrstom *kosmopolitske mreže* koja iz opšteljudskih razloga pomaže egipatskim demonstrantima. Kastels direktno ne ideologizuje protest, čak i priznaje da tviteraši nisu imali takav društveni uticaj i da se to pokazalo na izborima nakon pada Mubaraka, gde su akteri poput @sandmonkey-a sa 70.000 pratilaca dobili 16.000 glasova u svom okrugu (Gerbaudo 2012: 74). Ali istovremeno Kastels umnogome prihvata viđenje protesta tviteraša, koji su dolazili iz obrazovanijih i imućnijih porodica, i imali bolje veze sa aktivistima i novinarima iz inostranstva, bez obraćanja pažnje na klasnu stranu stvari, odnosno neegalitarnost Twittera, gde 10% naloga proizvodi najveći deo sadržaja (van Dijck 2013: 75).

Kastels priznaje da su poruke počele na internetu među mladima iz srednje klase, a potom se mobilnim telefonima proširile ka čitavoj populaciji (NOH: 58). Poznata su mu i ispitivanja učesnika, gde se 92% ispitanika izjasnilo da je koristilo telefon, 94% se oslanjalo na TV, 62% SMS poruke, 84% e-mail, 43% Facebook, te 16% Twitter. U toku samih protesta procenat se drastično promenio samo za e-mail, koji pada na 27% (Wilson & Dunn 2011: 1252), dočim su Facebook i TV imali zanemarljive gubitke, a u jednačinu se uključila i neposredna interakcija. Kastelsu su bliskiji podaci poput toga da se 2011. do februara pojavilo 600.000 novih fejsbuk naloga, od toga 100.000 na dan kada je internet ponovo uključen, uz povećanu posetu sajtu Al Jazeera-e (na engleskom jeziku) za 2.500% (Aouragh & Alexander 2011:1347). Ipak, kao da Kastels propušta razliku u percepciji. *Za sve anketirane učesnike protesta značaj Facebook-a je 32%, za korisnike te mreže 73%, dok je za Twitter razlika još veća, 6 prema 48%* (Wilson & Dunn 2011: 1261). *Jedino gde se svi učesnici protesta slažu jeste oko značaja televizije, telefona i razgovora licem u lice. Uz činjenicu da je 51% tvitova i retvitova došlo iz zemalja Zapada (Ibid: 1267), ono što se dešavalo u Egiptu moralo je biti drugačije teorijski predstavljeno. No, uprkos tome što kaže da je Tahrir bio usmerivač, ili da su korišćene stare tehnologije i da je interakcija licem u lice bila značajna, Kastels ne odustaje od toga da su za proteste najbitnije bile omladinske grupe, razvijena kiberaktivistička kultura i raširenost internet konekcije* (NOH: 29).

I bilo bi pogrešno zanemariti oslanjanje na komunikacionu tehnologiju, iako je organizacija protesta obavljena većinom oflajn. Kastels ima pravo da insistira na značaju medija, ali iz nekog razloga on to čini samo kad medije koriste aktivisti u

skladu sa “*ideologijom socijalnih medija*”, *interaktivnih, otvorenih, direktnih* (Gerbaudo 2015: 68). U stvari, time propušta da uvidi upotrebu Facebook-a na jedan pritivorniji način. Naime, to što su mediji sami sebe postavili za temu ideološka je postavka pomoću koje će ih različiti akteri, u vlasti i na protestima, prepoznati kao društveni centar. *Socijalna konstrukcija medija kao središta društva* imala je interesantne posledice. Kastels navodi samo ekonomske gubitke koje je Egipat imao zbog gašenja interneta, budući da su jake programerske firme bile osujećene da posluju na globalnom tržištu, pa je sveukupna šteta bila veća od sto miliona dolara (NOH: 66). Ali sama *iluzija značaja interneta proizvela je medijatzaciju druge vrste*. S jedne strane, režim je gašenjem interneta ne samo otkrio koliko je slab, nego su bezbednosni organi bili uvereni da ni oni ne mogu da nadziru sopstvene protivnike onda kada im je, kako su verovali, oduzet glavni instrument komunikacije (Aouragh 2016: 500). Već je napomenuto da internet i nije bio presudno oruđe komunikacije, da su takođe bili bitni štampani pamfleti, SMS poruke, neposredna interakcija, te da isključivanje interneta nije omelo organizaciju protesta.

Štaviše, Facebook se i suviše isticao ne da bi aktivisti otvoreno govorili o svojim budućim koracima već da obmanu državne organe, pa su davane netačne informacije o kretanju aktivista (Salem 2015: 179). To jest, *organizacija nikad i nije bila u virtualnoj sferi*, koliko je stvoren umišljaj koji je prevario i bezbednosne snage Egipta, koje su *precenile snagu socijalnih medija* i ugasile ih, a da suštinski nisu nanele štetu protestima nego su razotkrile sopstvene slabosti (Aouragh 2016: 507). To jest, *digitalni mediji su bili neizostavni prilikom priprema protesta i na izvedeni način, tako što su prevarili policiju koja je verovala da su bitniji nego što jesu*. Čak se navodi da je *predstavljanje protesta kao omladinskih, egalitarnih i slobodarskih bio deo komunikacione strategije*, jer nisu postojali ideološki zahtevi ili autoritativnije crte koje bi odbile neke aktere da učestvuju na protestima, koji su ujedinili sekularne levičare i umerene islamiste (Aouragh & Alexander 2011: 1355). Povrh toga, isključenje je navelo ljude da izađu na ulice, jer sada nisu mogli da se oslone ni na sopstvene mikromreže iz svakodnevnog života, već su sopstvene rođake ili prijatelje morali da potraže na ulicama i trgovima, iako možda uopšte ne bi izlazili iz svojih kuća, što je samo doprinelo još masovnijim protestima (Salem 2015: 183; Gerbaudo 2012: 69).

Tu se možda nalazi i ključna razlika egipatskih demonstracija u odnosu na Occupy Wall Street: “*medijacija protestne poruke počela je da se posmatra kao sam protest*”, gde takozvani *kliktivizam* dobija prednost u odnosu na učešće na terenu (Aouragh 2016: 490). Gerbaudo naspram miliona na ulicama Španije i Egipta nalazi Occupy sa svega nekoliko desetina hiljada ljudi (Gerbaudo 2012: 127), dok su ostali bili digitalni “voajeri”, koji prate sve što se dešava ali sami nikad direktno ne učestvuju. Postoji i dilema koliko je ljudi zaista došlo 17. septembra 2011. godine da napravi kamp u Zुकoti parku. Primera radi, Kastels tvrdi da je prvog dana izašlo hiljadu građana (NOH: 165), dok drugi tvrde da ih je bilo dvostruko više, a da je tek desetina prespavala u parku (Juris 2012: 261). Takođe, po Kastelsu (NOH: 169) većinu su činile žene, dok su prema Fuksu to bili ipak mlađi beli muškarci (Fuchs 2014b: 265), kao i u Egiptu. U svakom slučaju, od desetina hiljada pretplatnika AdBusters magazina, koji je objavio poziv za okupaciju, stiglo je nekoliko stotina, jer socijalne mreže same po sebi nisu proizvele dovoljno “buke” (Gerbaudo 2012: 102). Preostali su skupljeni od strane postojećih njujorških aktivističkih mreža, koji su organizovanje započeli 2. avgusta, zbog čega Fuks smatra da Occupy nije formiran onlajn (Fuchs 2014b: 341).

Međutim, budući da su brojke ipak slabije u mnogoljudnijem Njujorku u odnosu na Kairo, izgleda da za davanje zasluga pre 17. septembra nema potrebe. Nema podataka o tome da su, kao u Egiptu, aktivisti marširali satima po gradskim kvartovima, direktno pozivajući građane da učestvuju, niti da su se neki u nemoći samozapaljivali, što je bio ekstreman fenomen Arapskog proleća. Ali, Occupy se ipak može odrediti prema *trostrukoj spirali* koju je konceptualizovala Maria Bakardjjeva (2011: 77), prema kojoj *novi i stari mediji* moraju da uđu u kompleksan odnos, a pritom “mediapolis” postaje konačan tek kada se mediji povežu sa “*mestima vidljivosti*”, odnosno fizičkim prostorima koji omogućavaju akterima civilnog društva da pojačaju svoje medijske aktivnosti. No, pošto u SAD-u nisu imali tako naklonjenu televiziju poput Al Jazeera-e, ono gde su pokazali najveću inovativnost jeste *odnos između okupiranog mesta i socijalnih mreža*. Isprva su se elitistički nastrojani aktivisti više oslanjali na Twitter, koji baš nije odgovarao proklamovanoj 99% demografiji, dok je Facebook stranica dobila svega 891 lajk pre protesta (Gerbaudo 2012: 114). Nakon što je kamp otvoren, medijski iskusniji aktivisti pripremali su sve prisutne za kontakt s medijima, čak i za razgovore s novinarima, te je sastavni deo života na okupiranom mestu bila medijska

edukacija, kako bi se naglasila jednakost svih, bez istaknutih vođa (Costanza-Chock 2012: 9). Uverenje samih učesnika otkriva nam da je *okupacija*, sam život na otvorenom, *dala snagu beživotnim tvitovima*, jer su u direktnom kontaktu ljudi razvijali emocionalnu povezanost koja se osećala i na socijalnim medijima. Prosto nije bilo isto unapred tražiti kišobran i moliti za njega kad se približavaju oblaci (Gerbaudo 2012: 123). Ovaj patos možda nije i patetičan, imajući u vidu da su to sada bile realne stvari s realnim ljudima, koje su drugi mogli pratiti 24 časa dnevno.

Time dobija smisao i Kastelsova opaska da je *“pokret rođen na internetu”*, ali da je *okupacija prostora obezbedila iskustveni sadržaj koji bi se putem interneta širio i pojačavao* (NOH: 171). No, Kastels minimalizuje suočavanja s policijom, kada su i masovni i digitalni mediji zaista počeli da se fokusiraju na proteste. Za razliku od Egipta, Kastels ovde ne nalazi nikakvu saradnju televizija i socijalnih mreža, metakomentara i građanskog novinarstva. Štaviše, Kastels spominje samo *“isključivanje masovnih medija”* (NOH: 178) u trenucima kada je policija intervenisala, i da su tada direktni prenosi bili dostupni samo preko internet strimova. Time Kastels donekle protivreći sebi (MK: 400), budući da je ranije podsećao da pokreti zadobijaju medijsku pažnju tek ekstravagantnim događajima, koje TV mreže lako mogu prepoznati kao nasilne. *Značajnije medijsko izveštavanje pratila su policijska hapšenja*. Na primer, Julian Gotlib istraživao je frekvenciju ekonomskog i narativa konflikta u New York Times-u. On nalazi samo četiri izveštaja o Occupy protestima u septembru 2011. godine, pri čemu su odmah dovedeni u pitanje namere i motivi aktivista (Gottlieb 2015: 11). Izveštaji se umnožavaju proporcionalno broju hapšenja aktivista, pa Gotlib drži da su sukobi bili bitni za pribavljanje medijske pažnje. To jest, *konflikti sa organima reda najbolje privlače novinare, ali takođe i oduzimaju aktivistima kontrolu nad sadržajem koji se objavljuje*. Autori narativa sve više postaju zvanični izvori i drugi akteri, ali građanska neposlušnost postaje rezonantna i na društvenim mrežama, gde se spominjanje protesta uvećalo 2.000% (Gerbaudo 2012: 116). Tek sa proizvedenih 400.000 tvitova prilikom policijske intervencije 15. novembra osvojeno je 16.8% naslovnih strana glavnih dnevnih novina²² (Costanza-Chock 2012: 3). To jest, sukobi s policijom značajan su mamac za medije, bez njih pokret ne bi bio toliko vidljiv.

²² Wall Street Journal, New York Times, Washington Post, Los Angeles Times, Boston Globe, USA Today.

Gotlib registruje i da je ekonomska tematika protesta isprva pratila izveštavanje o konfliktu, ali ga je u oktobru znatno premašila (14: 6), a potom u novembru u vreme iseljavanja parka od strane policije drastično pala (18: 2), da bi od tada samo kaskala za izveštajima o sukobima (Gottlieb 2015: 15). *Cena je, dakle, da pokret pomoću sukoba s policijom kupuje neko vreme da se medijski predstavi, ali dugoročnije gledano izveštavanje o konfliktu će prevagnuti.* Kabin Ksu nalazi da su prilozi listova New York Times i USA Today u 51,5% slučajeva bili negativni prema Occupy protestima, dok je ostatak bio neutralan ili pozitivan (Xu 2013: 2422). Među izveštajima sa negativnim tonom u 52,3% primera korišćen je *frejm bezakonja*, u smislu da su naglašavali ugrožavanje poretka, sukobe s organima reda i nasilno ponašanje demonstranata generalno. Podjednako su dva lista (24%) spominjala negativne posledice protesta, od buke u komšiluku, plaćanja prekovremenog rada za policajce, do načinjene štete javnim dobrima ili biznisu. NY Times se u 41,1% članaka fokusira na šou, na oblačenje ili detinjasto ponašanje aktivista, što je dvostruko više nego u slučaju izveštavanja novinara USA Today. Obrnuta je situacija po pitanju neefektivnosti, nejasnosti ili ekstremnosti ciljeva, koji su češće (40%: 23,4%) bili tema USA Today, kao i isticanje da javnost ne podržava proteste (40%: 17,8%). Dakle, *New York Times*, kao jedan od najuticajnijih dnevnih listova, *isticao je kako spektakularnu i konfliktnu stranu, tako i ekonomsku problematiku koja je bila srž pokreta.*

Kastels preskače objašnjenje ovog mehanizma, i naglašava samo uspeh Tumblr bloga koji je popularisao pokret kao predstavnika 99% građana naspram manjine privilegovanih, bez razmatranja da li bi Tumblr imao isti značaj bez masovnih hapšenja aktivista, iako je, kako je naglašeno, to u prethodnom delu *Moć komunikacija* priznavao kao uobičajenu taktiku. Možemo pretpostaviti da je razlog tome snishodljivost nekih medija. Na primer, dok su Al Jazeera i Guardian blagonaklono izveštavali o protestima i koristili materijal aktivista kao i u slučaju Tahrira, Fox je predstavljao Occupy kao protest koji uznemirava, koji je nasilan i haotičan, čiji su učesnici tendencioznim montažama predstavljeni kao maltene slaboumni (Fuchs 2014b: 341). U slučaju kada je policajac koristio sprej protiv aktivista, novinari Fox-a Megan Keli i Bil Orajli isticali su da je biber u suštini prehrambena namirnica, a da je ulica nezakonito blokirana (Ibid: 342). Ismejavanja demonstranata jedino nije bilo na *Tumblr* blogu, te Kastels u stvari bira *najsvetliji primer medijske prakse* povezane s Occupy protestima, dok minimalizuje

ostale. Ali, kao što je napomenuto, *nije bilo odjeka na socijalnim mrežama pre okupacije i pre hapšenja*, te Kastels propušta prvu fazu pribavljanja medijske vidljivosti od strane pokreta.

Štaviše, u svojoj knjizi Kastels ne iznosi kompletan podatak o Tumblr blogu, pošto tvrdi da je stranica “We are the 99%” otvorena sredinom avgusta (NOH: 175), ali ne i da je u stvari započela objavljivanje postova običnih ljudi, njihovih strepnji i nadanja, tek 15. septembra, dva dana pre početka protesta (Gerbaudo 2012: 118). Kastels nalazi da je u oktobru stizalo oko stotinu postova dnevno, i da je do februara 2012. godine sajta dostigao 225 stranica različitih ljudskih priča koje su “humanizovale pokret” (NOH: 176), ali ostaje pitanje da li je to moglo da se postigne bez više nemilih scena. Na primer, Kastels priznaje da je okupaciju konsolidovalo hapšenje stotina ljudi na Bruklinskom mostu, što je izazvalo masovnije negodovanje na ulicama Njujorka (NOH: 165), ali onda, desetak strana kasnije, kao sasvim nepovezano spominje ranjivost pokreta koji se oslanja na komercijalne socijalne mreže, koje neće moći da im zaštite privatnost ako institucije sudskim putem zatraže sadržaj tvitova (NOH: 178), te je pokret pokušao i sa stvaranjem alternative u vidu Global Square mreže. Ono što Kastels tu možda indirektno priznaje jeste mogućnost namernih poteza aktivista da, uprkos tome što su znali za policijsku zabranu prelaženja Bruklinskog mosta, njime povedu preko hiljadu ljudi (Penney & Dadas 2014: 14), što navodi na pomisao o predumišljaju da čin hapšenja stotina ljudi privuče medije. Ali ovu vezu konflikta sa personalnim narativima o životima u nepravednom društvu u kontekstu ekonomske krize Kastels izbegava da jasno povuče.

Kastels je u pravu da je ovaj *storiteling sa ličnim dramama* bitan protivotrov ciničnom posmatranju stvari, i da ti narativi emocionalno spajaju ljude, što je bitno za samu snagu protesta (NOH: 175), ali time opis nije kompletiran. Zaista ekstravagantna ikonografija, poput balerine na volstritovskom biku, nije ono što je povezalo aktiviste i obične građane. Bio je potreban više *populistički 99% pristup*, nešto sa čim bi se većina naroda identifikovala kroz fotografije i priče, što je čak imalo i nacionalni predznak pre nego uobičajeni levičarski fokus na manjine ili klase (Gerbaudo 2012: 120), i to je Tumblr obezbedio. Ali Kastels uporno relativizuje ulogu sukoba s policijom, citirajući Ezru Klajna, novinara Washington Posta, da nisu hapšenja i protesti s nejasnim ciljevima ono što je bilo vredno izveštavanja, već je to bio Tumblr (NOH: 176). No, to

nikad i nije bilo sporno, koliko je bila poslednja stvar u nizu. Naime, pitanje je da li bi novinari uopšte došli do humanističkog storitelinga na Tumblr, kao i da li bi blog zadobio zadovoljavajuće dimenzije masovne samokomunikacije, da nisu ispunjeni prethodni uslovi. Tako Kastels pažljivo stoji između tvrdnje da je okupacija javnog prostora neophodna zarad učvršćavanja pokreta, ali potom izbegava da sasvim otkrije šta okupacija javnog prostora podrazumeva, to jest, šta građansku neposlušnost, koju Kastels u načelu podržava, sasvim logično prati: sukobi i hapšenja. No, time deluje kao da Kastels piše za one koji taktiku protesta ne odobravaju bez obzira na to da li je efikasna, budući da prenosi rezultate ispitivanja Pew Instituta prema kojem se 49% anketiranih protivi takvoj strategiji (NOH: 196).

Ono čemu Kastels najviše teži je da Occupy predstavi kao “*hibridni umreženi pokret*” koji je *autonoman u odnosu na mejnstrim medije*, ali ne i izolovan, pošto se oslanja na sopstvene medijske resurse (NOH: 180). E-mail je bio najbitniji za unutrašnju organizaciju, dok su socijalne mreže bile presudne za difuziju poruka (Agarwal et al 2014: 332). Jasno je da je komuniciranje licem u lice bilo podjednako zastupljeno kao i putem socijalnih medija (Fuchs 2014b: 333), ali razlike u odnosu na Egipat vode ka dominantnijoj ulozi interneta. Naime, tek petina po Kastelsu (NOH: 170), odnosno 17% učesnika je spavalo u kampovima (Costanza-Chock 2012: 6), dok je televiziju kao izvor informisanja koristilo 46,3% (Fuchs 2014b: 334), dvostruko manje no u Egiptu, gde je bila obrnuta stvar sa Twitterom, koji je upotrebljavalo 16% Egipćana (Wilson & Dunn 2011: 1252), dok Fuks broji do 35% Amerikanaca. To potvrđuje *veće oslanjanje na digitalne medije pokreta Occupy nego u slučaju Egipta*. Socijalne mreže su korišćene kako za stvaranje atmosfere jedinstva i solidarnosti, same emocionalne srži pokreta (Juris 2012: 267), tako i za koordinaciju pokreta, strateškim povezivanjem više mreža koje su učestvovala u protestima (Bennet et al. 2014: 238), iako tu postoji neslaganje, pošto Juris smatra da socijalne mreže ne zadovoljavaju prilikom slanja kompleksnijih poruka.

Ovo pitanje stvara probleme Kastelsu, budući da on drži da Occupy nije imao ni tradicionalno vođstvo, niti racionalni ili harizmatički autoritet (NOH: 182), te stoga ni sam pokret ne krasi nikakva vrsta veberovske birokratizacije. No, Kastelsovi kritičari su ukazivali da je Twitter korišten kako bi aktivisti slali svim učesnicima mnogo detaljnih uputstava, koji su otkrivali da *ipak postoji neka vrsta komandnog štaba s onima koji*

upravljaju protestima, koji bi bez ove vrste kontrole brzo prerasli u nered (Gerbaudo 2012: 131). To jest, iako je tačno da se izbegavala rigidnost pravih organizacija, prema kojoj bi većina učesnika bila sumnjičava, komunikacija je samo naizgled preuzela na sebe organizovanje, kako ono ne bi ličilo na delovanje autoritativne institucije (Ibid: 136). *Vodstvo se, dakle, po Gerbaudu skriva, a spontanost dizajnira*. Benet sa saradnicima to pojašnjava time da se broj tvitova znatno uvećava u vreme pokušaja da policija ukloni kamp, i da su to pretežno retvitovi, ali da izvesno *aktivističko jezgro* proizvodi najveći broj originalnih tvitova (Bennet et al. 2014: 253). To ne znači da je najveći broj ljudi prosto nebitno i pasivno. U stvari, *dok aktivisti daju supstancu protestu, ostali mu daju strukturu, budući da filtriraju tvitove, prepoznaju najbolje, ističu ih i reprodukuju*. To jest, bez “kuratora”, aktivističko jezgro bi samo proizvodilo haos, bez “*mudrih*” gomila izgubilo bi dinamiku. No, Kastelsov stav o pokretima bez vodstva možda ipak nije neodrživ. Naime, uprkos izvesnim skrivenim usmeravanjima, Occupy aktivističke grupe su slabije povezane jedne sa drugima nego što je to slučaj u drugim zemljama, poput Španije (Hopke 2015: 14), gde nisu potrebne male “kopče”, “čvorovi” i premoščavanja, jer svaka grupa ima više veza sa drugim grupama, te je potrebno manje posrednika. Takođe je španska mreža vebajtova pet puta centralizovanija, iako su u stvari u pitanju indeksi koji su daleko od centralizma. Ako bi rezultat 1.0 označavao visoku nejednakost u mreži, naspram španskog 0,151 stoji američki indeks 0,028 (Ibid: 15).

Oskudniji podaci u vezi Arapskog proleća ipak ukazuju znatno centralizovaniju koordinaciju, te naspram protesta u Starom svetu američki Occupy stoji kao suviše razuđen. Fuks drži da su se medijske tehnologije pojavile kao novi opijum za narod, koji je sopstveno delovanje redukovao na digitalnu sferu (Fuchs 2014b: 287). Ideologija socijalnih medija smatra se populističkom, budući da neispravno ističe interaktivnost, otvorenost i direktnost, a potom atomizovano društvo pokušava zaokružiti populističkim junakom, čovekom iz 99% (Gerbaudo 2015: 68), koji brine gde će da živi i šta će da radi. Ali dok nije bilo dileme da se egipatski aktivisti zaista obraćaju ogromnoj većini naroda, odlazeći petkom pred džamije ili marširajući i kroz siromašne kvartove Kaira, *sasvim medijalizovana praksa američkih aktivista suštinski je rušila razlike između participacije i organizacije, strahovala od centralizacije, želela se predstaviti spontanom i nekoordinisanim pokretom* (Aouragh 2016: 491), koji teško da

bi zaista uzdrmao politički sistem. *Slabe socijalne veze ujedno olakšavaju političko organizovanje, ali takođe uvode takozvanu "nisku investiciju", gde će akteri radije birati onlajn učešće, koje je u pogledu jedinstvenosti i solidarnosti inferiorno. Revizije koncepata poput otpora ili revolucije istanjuju smisao tih reči (Ibid: 492) i pretvaraju svaki skup ili klik u revolucionarni potez.*

Kastels, pak, želi da zadrži viziju "*postmedijskog pokreta*", u smislu da ljudi sami koriste tehnologiju i postaju medijski distributeri bez posrednika, prevazilazeći klasične medije (NOH: 123). Kastels jednostavno ne odustaje od novih medija, ma koliko njihova svrha bila dovođena u pitanje. Čak i ako jeste bespredmetno veličanje onlajn participacije, mada Benet sa saradnicima ipak pokazuje svojevrsnu ulogu socijalnih mreža kao organizacionog agenta, ono gde socijalni mediji stvarno nose posebnu težinu jeste to što su oni i *platforme svakodnevnog života*, zasta najbliži građanima. Maria Bakardjeva (2015: 6) stoga vidi nešto slično što i Kastels, budući da su ljudi svakodnevno vezani za digitalne medije oni su postali i element razvoja kolektivnih identiteta, koji su, na kraju krajeva, cilj kulturne, pa i društvene promene. I Kastels insistira na takozvanoj "*ne-produktivističkoj*" logici (NOH: 147), budući da smatra da ako pokret nije postigao ništa konkretno da to ne znači i da je poražen. U stvari, postojanje plana i ispunjavanje ciljeva bilo bi vid instrumentalne racionalnosti od koje novi društveni pokreti beže. Ako je cilj mentalna transformacija i promena načina života, to svakako ne može da se učini s unapred određenim programom. No, Kastels, po svemu sudeći pritisnut intelektualnim okruženjem koje traži medijske efekte, kasnije beleži (Pew Institut) da je u decembru 2011. godine 66% građana smatralo da je klasni sukob u američkom društvu veoma snažan, što je rast od 19% u odnosu na 2009. godinu, i to u svim demografskim grupama, ali pogotovo američkim liberalima. No, ova redukcija sa moralnih i vrednosnih pokreta na statistiku valjiva je. Naime, isto tako je 2010. godine (Hart Research), to jest pre Occupy Wall Street-a, registrovano da 85% građana smatra da korporacije imaju previše uticaja na politiku (Nichols & McChesney 2013: 120), što svođenje problematike na brojke čini nepouzdanim.

Danas znamo i da su protesti u Kairu i Njujorku ako ne sasvim poraženi, a onda ipak prilično uzdrmani promenama na političkom vrhu. U slučaju SAD, to što su građani smatrali da bogati u svojim rukama drže suviše moći vodilo je ka glasanju za Donalda Trampa, a ne nekog favorita Occupy učesnika, dok Egipat nije ništa stabilniji

no u vreme Mubaraka. Boljka Occupy-ja se ponavlja kada televizija CBS samouvereno izveštava da će Sanders izgubiti neke prajmarise, jer mladi kao njegovo biračko telo ne samo da nisu članovi Demokratske stranke već se izbori održavaju nakon početka prolećnog raspusta, te neće ni biti u mestima gde imaju glasačko pravo (CBS Evening News 24.02.2016.). Time je alegorički smeštena kliktivistička euforija za Sandersom gde joj je i mesto. S druge strane, umereno Muslimansko bratstvo po Donaldu Trampu se približava listi terorističkih organizacija, što dodatno kompromituje Kastelsovo viđenje egzotičnog vida demokratske za arapski svet. Pritom načela produktivizma i patrijarhalizma nisu uopšte dovedena u pitanje u Egiptu a ni učesnici Occupy nisu se drastično usprotivili trenutnoj ekonomskoj paradigmi no tek njenim aspektima. Borba za životnu sredinu i uloga medija u konstrukciji narativa klimatskih promena, u stvari predstavlja Kastelsov najistaknutiji primer poželjne društvene promene.

6.4. Medijalizacija klimatskih promena

Klimatske promene su tema koja omogućava da se odredi stanje medijalizacije na više načina. Prvo, moguće je kritički analizirati razliku između prosvetiteljske priče, kojoj Kastels teži i u slučaju zelene politike smatra je jednom od najbitnijih reformističkih sila, i medijskog diskursa kao konačnog rezultata artikulacije delovanja različitih aktera. Time se može uvesti *distinkcija između infotejnmenta i javnog rezonovanja* kao dva oblika medijskog delovanja na diskurs globalnog zagrevanja. Drugo, da se pokažu vrline i mane čisto profesionalnog novinarskog izveštavanja, prvenstveno frejma konflikta kojim se ujedno postiže balans između aktivista i skeptika, ali na štetu prosvetiteljskog aspekta koji zavisi od stručnih komentara koji su usled profesionalnih normi zagušeni drugim zainteresovanim stranama. To jest, *mediji ne prenose naučni svetonazor već se drže pravila svog biznisa*: “privući publiku strukturiranim narativima koji povećavaju interesovanje građana” (MK: 369). Shodno tome, mediji koji zaista žele da promene stavove publike u vezi efekta staklene bašte moraju temu konstatno da drže istaknutom, a pritom taj prajming mora po zakonima ponude i potražnje biti publici prijemčiv i blizak njenom svakodnevnom iskustvu. Taj paradoks može da se pokaže nerešivim. Konačno, medijalizacija pokreta za zaštitu životne sredine može se demonstrirati i u digitalnoj sferi, pokazati njen doprinos u

odnosu sa sistem masovnih medija, kao i promene u ponašanju aktera onda kada više ne moraju da se oslanjaju na radiodufuziju već mogu da koriste različite platforme kako bi poslali svoje poruke i razvili svest o zaštiti okoline.

Shodno tome, poglavlje nalazi s jedne strane motivisane novinare, koji u požrtvovanju aktivista prepoznaju glas naroda, a duboka vera u ugroženost planete daje čak i spektakularnim vezivanjima za drveće humanističku nit koja vodi ka svojevrsnoj novinarskoj renesansi. S druge strane, način poslovanja može ugušiti pronađenu moralnost, usled interesa oglašivača koji mogu biti u suprotnosti s ekološkom svešću. Javno rezonovanje je dodatno otežano primerima promena u samom uredništvu, tako da se problematični prilozi eliminišu u samom startu. *Pritisak produktivnosti* u vidu smanjenja broja novinara vodi ka oslanjanju na portparole i druge lake i popularne izvore informacija, do kojih se najbrže dolazi, ali koji ne moraju biti obavezno i tačni. *Profesionalizam uvodi i dodatnu napetost između izbalansiranog izveštavanja i naučnog konsenzusa* po pitanju klimatskih promena, te usled upotrebe frejma konflikta negiranje antropogenog uticaja na klimu dobija podjednak prostor u medijima. Povrh toga, personalizuje se i drammatizuje konflikt, što zbunjuje građane u pogledu stvarnih naučnih istina. Držeći se publike, prilozi o klimi proporcionalni su potražnji, a potražnja zavisi od svakodnevnog iskustva građana, ličnog osećaja vrućine ili stradanja usled uragana, a ne objektivne planetarne situacije. Nauka, a samim tim i prosvetiteljska istina, udaljava se od popularnog diskursa, koji ostaje emocionalan, trivijalan i efemeran.

Kastels saveznike klimatskog diskursa nalazi u selebitijima i pokretima koji se oslanjaju na digitalne tehnologije. Poznate ličnosti su bliske prosečnom gledaocu, kao vrsta “intimnih stranaca” koji u doba infotejnmenta postaju akteri drama i izvan umetničkih radova. Klimatski narativ im je i deo imidža, koji prodaju svojim fanovima, što stvara problem samog statusa klimatskih promena, koje se mogu prepoznati kao roba na tržištu ili tek životni stil bogatih, a ne alarmantni podatak o stanju prirodnog sveta. *Ulazak zelene kulture u industriju zabave koliko dovodi do popularizacije problema toliko ga i deradikalizuje i komodifikuje*. Naspram zvezda, masovna samokomunikacija običnih ljudi donosi svoj deo problema. Pošto uopštene poruke masovnih medija više ne dopiru do savremenika, pristupa se praksama uskog emitovanja ili cirkulisanja informacija. Kako građani ne bi u porukama prepoznali neko

populističko i autoritativno vodstvo, pokret se predstavlja kao spontan i mladalački, iako ne mora biti ni jedno ni drugo. Bitna je participacija građana, kojim se i *tehnološki bodri njihov individualizam*, samostalno, izdvojeno delovanje, bilo da je to pisanje bloga o ličnom aktivističkom iskustvu, nevezano za aspekte protesta koje bi drugi smatrali bitnim, ili šerovanje određenih sadržaja na različite platforme, kao bi poruka bila preneti na masovnim no putem personalnih mreža pojedinaca. Različiti oblici umrežavanja pojedinaca omogućavaju ljudima bar osećaj participiranja u komuniciranju i organizaciji pokreta, a ne samo pasivnu recepciju i poslušnost, te individualni aktivizam počinje ne dolaskom u štab pokreta ili mesto demonstracija kao ranije, već je proširen na svakodnevnu aktivnost. Time rezime ponašanja pokreta na internetu poprima istu formu kao i u slučaju Occupy Wall Street-a, gde se polako onlajn participacija izjednačava sa čitavim delovanjem, pa i samom organizacijom pokreta, koja je naizgled bez jasnog lidera i programskog cilja, a usled pukog sabiranja ideološki različito pozicioniranih ekoloških aktivista, s manjim ili većim ambicijama u pogledu društvenih promena, tako razuđen pokret ne uspeva ni da duboko proдре u društvene diskurse.

Njegov prvi problem stoga ostaje samo dokazivanje da problem uopšte postoji. Naime, nemoguće je napraviti tipičan izveštaj o nečemu što se često dešava hiljadama kilometara daleko, tako da otapanje lednika na polovima nekako novinari povežu sa životima ljudi u razvijenim zemljama, koje su i najveći zagađivači. Još gora je činjenica da se prirodne katastrofe uzrokovane klimatskim promenama sve češće dešavaju, ali u južnoj hemisferi, gde su životi "jeftini i neosigurani" te nisu ni u fokusu zapadnih medija, sem ako u nesreću nisu upleteni i njihovi građani (Cottle 2009: 502). *Mediji mogu pažnju gledalaca privući dramatisovanim i vizuelno spektakularnim priložima*, koji zahtevaju reakciju od publike. Čak i Kastels nalazi primer kampanje Greenpeace-a, koja herojski narativ lova na kitove rekonstruiše kao pokolj (MK: 388). Slike osušenih drveća ili otapanja leda na Grenlandu, životinja zaglavljenih u naftnim mrljama, trebalo bi da pokrene emocije i rekonstruiše stavove gledalaca. Na primer, posmatrajući anglosaksonske medije (SAD, UK, Australija), Lester i Kotl registruju da se u trećini priloga o klimatskim promenama nalaze simboličke slike, koje ukazuju na nešto više od njih, poput dimnjaka fabrike koja zagađuje, dočim spektakl oblikuje izveštavanje u

petini slučajeva, s ekstremnim prizorima destruktivnih vremenskih nepogoda i prirodnih katastrofa uopšte (Lester & Cottle 2009: 926).

Patos uginulih foka na obalama severne Evrope ili ugroženost polarnih medveda iskorišćava se i od strane društvenih pokreta kao uvod u znatno veći problem (Anderson 2011: 538). Čak i montažni skokovi, poput reza od imidža čitave planete ka kadru ugroženog i izolovanog mesta, koji praktikuje britanski Kanal 5, ukazuju da je potrebno globalno misliti lokalne ekološke probleme, ali istovremeno oni ne smeju da ostanu apstraktni već da upareni sa human interest pričama dobiju ljudsko lice (Lester & Cottle 2009: 927). Humanizacija je, dakle, cilj, od otkrivanja uzroka u kadrovima industrijskih zagađivača, prirodnih posledica poput otapanja lednika ili životinja zaglavljenih u nafti, do ljudi nad kojim kruži bauk ili su već pogođeni efektima staklene bašte. Kastels vidi organizacije poput Greenpeace-a tako da im je *“cjelokupna logika usmjerena ka stvaranju događaja za mobiliziranje javnog mišljenja o specifičnim pitanjima kako bi izvršili pritisak na vlast”* (ID2: 135). Poenta je u stvaranju priče da zapadna ekonomija devastira prirodu nerazvijenih zemalja, budući da su one prve na udaru prilikom podizanja nivoa mora ili nestajanja ozonskog omotača. Dok bi angažovana kritika mogla da odstupa od novinarske norme izbalansiranog izveštavanja, Lester i Kotl smatraju da se ovde to zaobilazi iz prostog razloga što je naizgled apolitično (Lester & Cottle 2009: 929). Čak i novinari, smatra Kastels (ID2: 135), ovde prepoznaju *glas naroda i vest vrednu objavljivanja*, jer vide aktiviste koji se žrtvuju, prihvataju da budu uhapšeni, vezuju se za drveće, prkose industrijskim mašinama, i njihova spremnost da ugroze i sopstveno zdravlje u stvari *“obnavlja povjerenje i pojačava etičke vrijednosti”*. To jest, Kastels je devedesetih godina smatrao da novinari naspram ovako požrtvovanih aktivista osećaju da je sasvim legitimno upozoriti javnost na opasnost zagađivanja planete, da čak razvijaju jedan *“simbiotski odnos”* sa aktivistima, koji im omogućava da uvećaju sopstvenu autonomiju i ponose se njome.

No, da li je baš tako? Izgleda da su stvari prilično nestabilne u tom pogledu. Godine 1988. Buš stariji je u izornoj kampanji, koju su tokom leta pratile visoke temperature, morao da obećava borbu protiv efekata staklene bašte (Boykoff & Boykoff 2007: 1196). Čak i Margaret Tačer se neko vreme isticala kao osvešćeni ekolog, sve dok konzervativcima nije postalo jasno da su njihovi poslovni interesi time ugroženi (Anderson 2014: 66). Sam Kastels primećuje da su predsednički kandidati Džon

Mekejn i Barak Obama načelno stali iza obuzdavanja efekta staklene bašte, a ujedno podržavali dalje širenje naftne industrije (MK: 390). Alison Anderson u jednom članku nalazi da su televizije poput BBC-ja ili CNN-a uvele i dopisnike u ugroženim zonama, kao i da je Rupert Mardok 2007. godine naredio svojim informativnim ispostavama da o klimatskoj pretnji izveštavaju na upečatljiv način (Anderson 2011: 508). Tako se, kao i u slučaju konzervativnih političara koji su u određenom periodu prepoznali ekologiju kao deo romantičarskog i samim tim svetonazora njihovog biračkog tela, u medijskoj sferi pojavila naizgled čudna pojava “zelenog” Mardokovog tabloida, što pokazuje da mediji mogu, ali i ne moraju, prepoznati ekološke teme kao korisne za njihovo poslovanje. Na primer, tako je omogućen i zajednički alarmirajući uvodnik za 56 listova u 46 zemalja, koji je inicirao londonski Guardian (Kunelius & Eide 2012: 273), u kontekstu klimatološkog samita Ujedinjenih nacija. Novinarsko polje dobilo je bar nakratko globalnu, kosmopolitsku formu. I Kastels primećuje da ne samo medijske, već i druge korporacije preuzimaju zelene teme kao deo svoga imidža, pokušavajući da se dodvore potrošačima (ID2: 137; MK: 356). Ali Anderson u kasnijem radu primećuje da je to polako izbledelo u dolazećoj ekonomskoj krizi, i da je klimatološka agenda u tom pogledu znatno ranjivija (Anderson 2014: 23). Čak i sam Kastels će vremenom korigovati stav po pitanju stvarne novinarske autonomije.

Štaviše, apolitičnost koju Lester i Kotl navode kao pozitivnu stvar samo je efikasna u ranoj fazi ozelenjivanja medija. U pitanju su upečatljivi događaji gde slike govore više od argumenata, ali ostaje pitanje da li to u stvari uopšte informiše građane na pravi način. Prateći Ulriha Beka, oni nalaze da uznemirujuća simbolika nije dovoljna da bi se razvila ekološka svest, već su potrebni uverljivi diskursi koji moraju biti konstruisani na transnacionalnom nivou (Lester & Cottle 2009: 924). Posebna prepreka nalazi se u samoj kompleksnosti klimatskih promena, i nastojanja da se nađe prosta, razumljiva, a ipak uverljiva slika, koju bi publika prihvatila. To jest, postoji problem obrazovanja publike, a takođe činjenice da je reč o fenomenu koji prvo nije vidljiv niti su mu posledice trenutne i očigledne, a povrhu toga se retko oseća u urbanistički zaštićenom životu, udaljenom o prirode (Moser 2010: 36), koji bi bilo kakvom zelenom reformom u stvari bio promenjen, samim tim što bi načelo održivog razvoja preusmerilo finansijska sredstva u druge sfere. A ne samo da tema ekološke reforme počinje da posrće kada se u obzir uzmu troškovi zelene politike, već *novinarski komentar na uštrb*

izbalansiranog izveštavanja, koji bi novinare učinio akterima prosvjećivanja naspram hegemonije industrijalaca, nije nešto što publika podržava. Zabeležene su i žalbe gledalaca onda kada smatraju da novinari nisu nepristrasno predstavili različita mišljenja (Anderson 2014: 57), što nas vraća na frejm konflikta koji klimatolozi pokušavaju da izbegnu. Anderson navodi primer BBC-ja, koji je kritikovan zbog predloga njegovog Trust-a da ignoriše one koji negiraju klimatske promene, budući da svoje tvrdnje ne temelje na naučnim podacima, a gde je i publika, umesto da brani stručne izvore informacija, optuživala novinare za neprofesionalizam.

Tako je naspram pretpostavke da o klimatskim promenama najviše govore stručnjaci i aktivističke grupe istina sasvim obrnuta. Nacionalni funkcioneri su najzastupljeniji izvori informacija, potom akteri civilnog društva, a naučnici najčešće samo u komentarima dnevne štampe, a generalno su slabije praćene izjave žena i međunarodnih aktera (Kunelius & Eide 2012: 275). Najveći fokus je na žustrim političkim borbama i cenkanju, a eventualno javno rezonovanje ograničeno je unutar nacionalnih zemalja. To potvrđuju i druga istraživanja, na primer, prateći samo ilustracije tekstova o klimi u američkoj štampi u poslednje četiri decenije, autori (Rebich-Hespanha & Rice 2016: 4836) su našli da u 34% priloga slika sadrži određenu političku figuru koja radi nešto što se tiče zaštite životne sredine, bilo da je to čista proizvodnja ili legislativa. To prate s 21% zastupljenosti različiti naučni podaci ili grafici (Ibid: 4837), dok deset ili manje procenata zauzimaju slike rizičnog poljoprivređivanja, industrijskog zagađenja, ruševina, energetske alternativa, upravo ono čemu su Lester i Kotl pripisivali značajnu snagu. Takođe, *novinari svoje sagovornike ne nalaze pažljivim istraživanjem, već se rutinski obraćaju onim izvorima koji su prijemčiviji i popularniji (Olausson & Berglez 2014: 252). To se može objasniti i smanjenjem broja zaposlenih novinara, te s tim u vezi problema efikasnosti, zbog čega sama procedura prikupljanja informacija vodi ka političkim moćnicima i PR aparatima, budući da je to najlakše za novinare pretrpane poslom. Pod pritiskom sad već i onlajn konkurencije, povećavanje produktivnosti vodilo je ka nestajanju novinara specijalista, te oslanjanju neiskusnih komunikatora na ono što dobiju od agencija ili portparola, zaobilazeći analitički pristup (Anderson 2011: 538).*

Držeći se profesionalnih normi, pokušavajući da medije pozicioniraju kao interfejs između političara, naučnika i građana, novinari su čak i dezinformisali javnost

u vezi klimatskih promena (Boykoff & Boykoff 2007: 1191). Mediji to čine tako što kompleksna društvena pitanja personalizuju, pa umesto strukturne analize naglašavaju dramatične pojedinačne priče, koje su senzacionalnije, ali koje marginalizuju bitnije ekološke teme koje se ne mogu predstaviti u infotejment okvirima. To je pogotovo očigledno u slučaju kada su najrazvijenije zemlje najčešće najveći zagađivači, a nerazvijene države one koje trpe posledice industrijalizma. Ali mediji prvih ne teže da pozovu krivce na odgovornost, dok mediji Jemena, Bruneja ili Namibije (Schmidt et al. 2013: 10) teško mogu da počiste tuđe dvorište. Pored personalizacije i dramatizacije, Bojkof i Bojkof kao novinarsku boljku vide i efemernost same vesti, koja je najvrednija onda kada je i najnovija, naspram koje stoji znatno dugotrajniji klimatski problem, koji zahteva dublje razmatranje. *Paradoks se sastoji u tome da su mediji "ključni izvor saznanja o globalnom zagrevanju", presudni za razvoj "globalne ekološke svesti" (MK: 368), ali da kao privredna grana mediji o tome izveštavaju kada prepoznaju potražnju, bez obzira na stvarni značaj problema, stoga i Kastels primećuje neredovnost novinarskog praćenja problema klimatskih promena.*

Povrh toga, sklonost uravnoteženom izveštavanju dovodi do priče u kojima su narativi za i protiv u balansu, iako takvo objektivno novinarstvo ne mora da ima veze sa istinom. Tako istraživanje izveštavanja američkih komercijalnih mreža u periodu od 1995. do 2004. godine pokazuje da je 69% priloga srazmerno predstavljalo antropogene i prirodne doprinose globalnom zagrevanju, dok je naučni konsenzus o prvenstveno ljudskom uticaju na klimu prenesen u 28% priloga (Boykoff 2008: 6). Razlog tome jeste što su predstavnici političke i privredne elite oni koji najčešće negiraju klimatske promene, a ujedno su najzastupljeniji izvori informacija ili zapošljavaju nedovoljno kvalifikovane ali za njih korisne naučnike (Moser 2010: 32). Uz skeptike iz konzervativnih tink tenkova, kompletno klimatološko pitanje već u startu se nalazi u nezavidnoj poziciji (Boykoff & Boykoff 2007: 1193). Kastels primećuje da mediji prate političku polarizaciju, budući da jedva četvrtina Republikanaca i nešto više od polovine Demokrata u Kongresu smatraju efekat staklene bašte bitnim pitanjem (MK: 364). *Mediji svojim načinom izveštavanja unose sumnju u postojanje klimatskih promena, jer nastoje da probleme predstave u vidu kontroverze, odnosno polemika koje su vizuelno najdinamičnije i najratobornije, zbog čega je skepticima dodeljeno dosta medijskog*

prostora, ali što je zbunilo publiku, koja ostaje nesvesna naučnog konsezusa o globalnom zagrevanju (MK: 367).

Međutim, Bojkofovi priznaju i obrnuto, da je u određenim periodima problem globalnog zagrevanja dolazio u fokus medija zahvaljujući tome što je postojao konflikt u naučnoj zajednici, makar skeptici bili znatno malobrojniji (Boykoff & Boykoff 2007: 1196). I Kastels više ističe pozitivne primere, poput saslušanja u Kongresu koje je početkom osamdesetih organizovao Al Gor, ili Bajdenove inicijative za donošenje zakona o zaštiti klime, koja je putem medija izvršila pritisak na Ronalda Regana i onemogućila ga da prekine finansiranje istraživanja u vezi regulisanja emisije ugljen dioksida (MK: 358). Kastels ipak prelako prelazi preko uverenja Bojkofovih, koje i sam koristi kao referencu, da *medijski sukobi oko globalnog zagrevanja najčešće ne završavaju povoljno za zagovornike održivog razvoja*, budući da obično brzo u priču uvode i druge državne funkcionere, koji bi svojom pojavom prevagnuli ka pogrešnom zaključku. Uvlačenjem zastupnika više stavova priča po Bojkofima sklizava u rekla-kazala, umesto da preraste frejm konflikta i razvije ozbiljniji pristup problemu. Posledica je *banalna visina rejtinga*. To očigledno odgovara samim medijima, jer pažnja javnosti je najveća onda kada ima i najviše varnica između neistomišljenika, odnosno, kada se sudare političari, aktivisti, naučnici i drugi akteri (Schmidt et al. 2013: 9). Taj problem *obrnuto proporcionalne veze između gledanosti i samog kvaliteta sadržaja* deluje nerešiv u okvirima dosadašnjeg novinarskog profesionalizma, ali istraživači (Schafer et al. 2014: 9; Schmidt et al. 2013: 10) nalaze i svetli primer Australije, gde je uzavrela i konfliktna atmosfera ipak proizvela političke reforme, ali je i medijska pratnja bila znatno veća (12,5% svih priloga u glavnim dnevnim listovima) naspram SAD, Kine i evropskih zemalja (2,5%), uz izuzetak Ujedinjenog Kraljevstva (5%). To navodi na pomisao da je u nekim zemljama konflikt namerno kontrolisan, pošto baš političke borbe privlače najviše pažnje na problem, a australijska žustrija polemika ostvarila je uticaj na legislativu. Ipak, valja spomenuti i Nemačku kao obrnuti primer s minimumom sukoba, ali sa boljom pozicijom stručnjaka i aktivista kao sagovornika, te strukturisanijom i naučnom utemeljenom raspravom (Mormont & Dasnoy 1995; Schmidt et al. 2013).

Postoji i neslavan primer agencije Rojters, gde je 2011. godine skeptik zauzeo mesto jednog od urednika, te je time otežano istraživačko novinarstvo vezano za

klimatska pitanja, a sam broj priloga pao za 48% (Anderson 2014: 58). Prostim promenom selekcije i proizvodnje vesti klimatska tema sve manje je bila u dnevnoj ponudi agencije. Kastels, pak, registruje znatno uvećanje broja članaka u štampanim medijima od tri godišnje 1970. do dvadeset po godini u novom milenijumu (MK: 357). No, da li su brojke dovoljne? Tome treba dodati istraživanje koje je pratilo izveštavanje Njujork Tajmsa u periodu od 1995. do 2010. godine, prema kojem su se prilozima o klimatskim promenama umnožavali, ali tako što se naučna podloga postepeno zamenjivala političkom, gde su i zagovornici klimatske prevare dobijali više medijskog prostora (Kirilenko & Stepchenkova 2012:188). To se poklapa ne samo u slučaju globalnog zagrevanja već svake naučne teme, s izuzetkom zdravstvenih saveta, to jest, da su polako i ozbiljni dnevni listovi udaljavali popularni diskurs od nauke uopšte, eventualno ga kao NYT preseljavajući na blogove. Štaviše, primećeno je svojevrsno istanjivanje klimatskog diskursa u vodećim dnevnim listovima poput New York Timesa i londonskog Guardian, gde je objavljeno na hiljade tekstova o klimatskim promenama, ali da svega nekoliko procenata (7 i 4%) spominje Arktik ili morske lednike (Christensen 2013: 36), svodeći problem na sitne reciklaže i male doprinose građana.

Valja napomenuti da je Kastels sklon da podrži svaki vid delovanja koji je bar nekad bio uspešan, i možda s pravom ne odustaje od akcija političara i društvenih pokreta, iako često bivaju zagušeni u gomili protivrečnih izjava. Zrelom Kastelsu je u tom pogledu ideološko čistunstvo sasvim strano, dok je sedamdesetih godina još ekologiju smatrao hirom omladine iz srednje klase. Stoga ne čudi da *alternativnu mrežu Kastels vidi kao nekonvencionalan skup pripadnika "naučne zajednice, aktivista koji su se bavili očuvanjem životne sredine i poznatih ličnosti koje su ovo pitanje plasirale u medije"* (MK: 373). U vreme kada ljudi ako uopšte dolaze do informacija to čine na načine bliske zabavi, kroz soft news i stand up programe, jasno je da su se aktivisti morali orijentisati prema publici, upravo onako kako to proces medijizacije i zahteva, *ulazeći s klimatološkim diskursom u industriju kulture* (MK: 381). Poznate ličnosti pojavljuju se kao osobe bliske građanima, koje su ovi prepoznali u različitim ulogama junaka, koji kao takvi mogu da komuniciraju sa čitavim čovečanstvom, ili bar ljubiteljima filma i muzike. No, *selebritizacija klimatskih promena* može stvoriti i probleme koje Kastels ne spominje. Naime, poznati jesu takozvani "intimni stranci",

kako ih opisuju Bojkof i Gudman, oni koje u stvari ne poznajemo ali ih pratimo putem naših ekrana, ali ostaje dilema da li to što selebitiji pomažu agendi globalnog zagrevanja neće biti prepoznato kao elitistička zanimacija, samo jedan od hirova imućnih (Boykoff & Goodman 2009: 396), kao nova pudlica za dokoličarsku klasu na koju se radnička klasa neće ugledati.

Premda je Kastels primetio da poznate ličnosti imaju i materijalnih koristi od svoga delovanja, budući da dobijaju besplatan publicitet i vernije obožavaoce (MK: 382), gotovo oreol ekološkog sveca koji je ujedno unovčiv, to još ne znači da je selebitizacija klimatskih promena bolja taktika od, recimo, značajnijeg učešća naučnika u medijskom diskursu. Povrh toga, kao što vidi Alison Anderson, pitanje je i da li do publike uopšte dolazi ciljane poruka o ugrožavanju prirode, a ne prosto dodatni vid zabave, čime bi i *globalno zagrevanje postalo još jedna konzumeristička oblast*. To je posebno značajno jer nema nikakvih garancija da će poznate ličnosti obezbediti bolje medijsko praćenje problema u vezi sa životnom sredinom, štaviše, organizacije poput Greenpeace-a se vrlo malo oslanjaju na moć poznatih (Anderson 2011: 540). Ipak, Bojkof i Gudman nalaze da se broj priloga o klimatskim promenama u štampi anglosaksonskih zemalja, u kojima su u centru pažnje bila upozorenja poznatih ličnosti, od 2003. do 2006. godine uvećao čak petnaest puta (Boykoff & Goodman 2009: 398). Delovanje Ala Gora, organizacija Dana planete sa milijardu učesnika u više od stotinu zemalja, razni koncerti s istim povodom, kao i premijera Gorovog filma *An Inconvenient Truth* omogućilo je vestima NBC, CBS i ABC-ja da višestruko uvećaju izveštavanje o klimatskim promenama, sa svega pet mesečno na četiri do pet puta više tokom 2007. godine (Anderson 2014: 76). Takođe, vrlo skeptični američki građani su u ispitivanjima javnog mnjenja pokazali veću zabrinutost za efekte staklene bašte nego godinu ranije (MK: 363).

Postoji, dakle, očigledan uticaj poznatih ličnosti na stav ljudi o klimatskim promenama, no Kastels iz nekog razloga ispitivanja javnog mnjenja implicitno izjednačava sa novim, identitetom vrste, svesti da smo sastavni deo prirode (ID2: 133), da treba živeti kosmološki iz perspektive glečerskog vremena a ne radne sedmice, te da valja razmišljati o međugeneracijskoj solidarnosti (MK: 393), shvatiti da se možda Bušmani u pustinji Kalahari superiornije ophode prema okolini nego naša industrijalizovana civilizacija (Stojković 2002: 119). Možda je *zelena kultura*

“*protuotrov za kulturu stvarne virtualnosti*” (ID2: 134), ali ulazak u svet zabave i oslanjanje na selebritije još ne podrazumeva i prevrednovanje odnosa prirode i društva, koji je ključan za društvene pokrete. To što Aleks Ferguson trenira s Alom Gorom, a Arnold Švarceneger kao guverner Kalifornije deluje kao “terminator globalnog zagrevanja”, nesporno je učinilo klimu popularnom temom. Ali Alison Anderson napominje da to ne znači da su selebitiji sami začetnici događaja već pre katalizatori postojećih procesa, kao i da mogu uticati na privlačenje mlađe publike koja se identifikuje s njima (Anderson 2011: 540).

Takođe, može doći do *razilaženja između aktivističkog, naučnog i selebiti diskursa*, jer Anderson uviđa da poznati mogu i da ublaže, odnosno *de-radikalizuju retoriku ekoloških pokreta*. Bojkof i Gudman brinu i da to sve ostaje na nivou pomodnog trenda, deo imidža selebitičnosti, ali da nije dubinski promenilo javni diskurs nego ga čak i trivijalizovalo, uvrštavajući ga u strukturu industrije kulture (Boykoff & Goodman 2009: 404). Klimatološki diskurs samo je deo imidža poznate ličnosti, koji ona ipak prodaje publici, čak i ako iskreno veruje u borbu za životnu sredinu. Takođe, to dovodi do *individualizacije problema* koji mora da se reši kolektivno, te stvara iluziju da recikliranje ili vožnja biciklom bitno menjaju stvari, a ne da je u pitanju samo vid *zelenog konzumerizma*. Deradikalizacija i komodifikacija stoga su opasnosti selebitizacije klimatskih promena, isto kao što su njene vrline popularizacija diskursa i simbolički uticaj poznatih ličnosti. No, personalizacija unosi i lične probleme selebitija u igru, pa lako može diskvalifikovati zelenu politiku zbog nečijeg privatnog ekscesa ili javne prepreke, poput toga što je Al Gor ipak Demokrata. Kastels, dakle, ne posvećuje dovoljno prostora ovim nedoumicama i hagiografski obrađuje Gora (MK: 384), mada valja naglasiti da piše te redove upravo u trenutku kada klimatološki diskurs dostiže vrh medijske pažnje, dok u Belu kuću ulazi bar načelno prijateljski nastrojen crni predsednik.

Da li stvari bolje stoje u slučaju korišćenja novih tehnologija? Kastels taksativno navodi sve prakse pokreta: “*kako bi obezbedili pristup aktivizmu, pojačali vidljivost svoje kampanje, mobilisali onlajn aktivizam, i kako bi stimulisali lokalni aktivizam i privukli učesnike da se priključe protestima*” (MK: 379). Rečju, jednostavnija mobilizacija (MK: 380). Sve je češća praksa da pokreti naspram kolektivizma naglase različitosti, pa na svom sajtu ispituju posetioce sa čim se identifikuju bilo da je to

religija ili potkultura, ili šta ih najviše brine od kapitalizma do posebnih životinjskih vrsta (Thorson et al. 2016: 4785). *Kastels smatra da je skretanje ka kastomizaciji, narrowcasting-u, crowdsourcing-u, u stvari rezultat nezadovoljstva prethodnom masmedijskom taktikom, jer takozvano "široko emitovanje" nije pogađalo specifične ciljne grupe niti proizvodilo sasvim poželjne ideje* (MK: 375). No, pojavljuje se pitanje kako zadržati jedinstvenost i koherenciju uporedo s uvećanjem vidljivosti, koja se postiže umrežavanjem mnoštva manjih personalnih grupa. Tviterovi heštegovi omogućavaju ne samo da se poveže na stotine malih organizacija kroz jednu temu, već i da se oslone na idejnu razmenu koja bi omogućila još značajniji sinergijski efekat, a da pritom organizacije zadrže sopstvenu posebnost (Thorson et al. 2016: 4787). Po Kastelsu najbitnija je interaktivnost (MK: 380), budući da će ljudi preko različitih platformi povezati personalne mreže i na neki način proširiti "pipke" pokreta. Sajtovi ekoloških organizacija obično sadrže uputstva kako da se ljudi uključe u akcije pokreta, bilo da bombarduju imejlove svetskih lidera ili personalizuju svoje iskustvo sa protesta putem zasebnih blogova, a neretko je omogućeno i prenošenje sadržaja direktno na različite socijalne medije, poput Facebook-a, Twitter-a ili Youtube-a (MK: 377, 387).

No, nisu svi uvereni u ovu moć sinergije. Kirilenko sa saradnicima na osnovu prikupljenih podataka pretpostavlja da većinu tvitova o klimatskim promenama objavljuju profesionalci iz bliskih oblasti, bilo da su to, blogeri, aktivisti ili novinari, koji tvituju najčešće tokom radnog vremena (Kirilenko et al 2015: 98), što navodi na zaključak da obični građani deluju pasivno, te različite organizacije imaju teškoće da ih priključe pokretu, zbog čega je gore opisana individualizacija aktivizma tek znak slabosti. Torson i saradnici nalaze da je jedan hešteg obuhvatio 25% narednih, tako da je centrala bila masovno praćena ali su i organizacije mogle da deo tokova preusmere ka svojim heštegovima (Thorson et al. 2016: 4792). Tome pridodaju sasvim izdvojenu ali nezanemarljivu periferiju tvitova koji su se ticali klimatskih promena, ali koji nisu koristili glavni hešteg, što se može nazvati odjekom ili nekom vrstom viška, koji nije povezan sa samim organizacijama. Pitanje je šta je stvarni doprinos ovakve *individualizacije digitalnog aktivizma*. Na primer, izbegavanje da se pojedinci i različite grupe utope u bezlični masovni pokret lako može klimatski diskurs da svede na pitanje životnih stilova a ne stvarne društvene reforme (Olausson & Berglez 2014: 251). To već nagoveštava krajnji zaključak da je široko postavljena prvobitna hešteg tematika samo

privremeno okupila razne aktivističke grupe, ali da one nisu srasle u jedan stabilniji pokret, već su pravilo *ad hoc organizacija i fragmentovane javnosti* (Thorson et al. 2016: 4800).

Postoji i opasnost da na internetu ljudi prosto potvrde svoje stavove, što znači da je i dalje televizija ta koja može skeptike uspešno da razuveri naučno utemeljenom argumentacijom, dok je moć digitalnih medija prvenstveno u održavanju statusa quo (Williams 2011: 26). To jest, u Sjedinjenim Državama osoba koja poželi da se informiše o klimatskim promenama potražiće sebi prilagođene, specifične medije, ili će je Google-ov algoritam dovesti do pristrasnih izvora informacija, što će samo učvrstiti uverenja osobe, dok je izlaganje televiziji nešto što manje može da kontroliše. Takođe, u digitalnoj sferi naučne institucije u stvari su slabije zastupljene, jer se ljudi okreću drugačijim izvorima informacija, pa čak i takozvane virtualne naučne konferencije o klimatskim promenama nisu naročito praćene (Schafer 2012). Edukacija ili naučna diskusija nisu nešto što je moguće ostvariti u onlajn obliku. Internet je prvenstveno mesto za nevladine organizacije, koje nesmetano prenose svoju poruku, ali je u sistematskom obliku održavaju za eventualne konsultacije novinara masovnih medija. Povrh toga, kao što govori i sam Kastels, ljudi će verovati u ono što žele da veruju, i digitalne tehnologije će im to i omogućiti. Shodno tome, *u digitalnoj sferi nedostatak dijaloga samo jača postojeća uverenja, dočim, kao što je ranije napomenuto, u masovnim medijima frejm konflikta stvara izbalansirano i nauči kontradiktorno popularno znanje o klimatskim promenama*. Internet je stoga samo dodatak postojećem medijskom sistemu, i Kastels je svestan da masovni mediji ostaju presudan faktor (MK: 368).

Poslednja tema kojoj se Kastels posvećuje je uloga svakodnevnog iskustva. Naime, uprkos višedecenijskom delovanju naučnika i aktivista ono što je stvarno pokrenulo klimatski diskurs sa nule su u stvari događaji koje su građani mogli sami da oseću. Za Kastelsa je godina 1988. označila početak jačanja klimatskog diskursa, kada je letnji toplotni talas iznenadio čak i predsedničke kandidate, poput spomenutog Buša Seniora koji se u toku kampanje te godine prisetio globalnog zagrevanja. Prvi put su tada naučna saslušanja u Kongresu bila masovno posećena od strane novinara (MK: 359), iako je Gor organizovao saslušanja još 1981. godine. No, naslovne strane čekale su na klimatske teme do visokih temperatura u poslednjoj godini Reganove vladavine.

Od tada, uz uvećanje medijskih priloga, procenat Amerikanaca svesnih globalnog zagrevanja je naglo skočio, prvo na 58% leta 1988. i popeo se na 82% do 1992. godine (MK: 360). No, sama svest još nije podrazumevala da je efekat staklene bašte uzrokovan ljudskim delovanjem. Opet je priroda odradila posao, tako što je nakon uragana Katrina i Rita 2005. godine broj ispitanika koji su nepogode posmatrali kao normalan deo prirodnog ciklusa, pao sa 54% na 39% u odnosu a prethodnu godinu (MK: 364). *Potrebna je neka vrsta prirodne intervencije da obezbedi vetar u leđa mreži pokreta, naučnika i selebritija i uveća medijsko izveštavanje o klimatskih promenama.* Ovo potvrđuje i istraživanje Kirilenka sa saradnicima, koji su ispitivali odnos tviteraša, temperaturnih promena i masmedijskog izveštavanja, te našli veće korelacije između povišenih temperatura i tvitova, nego klasičnog komuniciranja prema kojem bi tviteraši prenosili ono što su čuli od vođa mnjenja (Kirilenko et al 2015: 99). To jest, o klimatskim promenama ljudi su na socijalnoj mreži najviše govorili onda kada su toplotu ili hladnoću lično osećali, dočim masmedijski diskursi nisu imali toliku moć ubeđivanja.

Kao što vidimo, Kastels je većinom svestan navedenih problema, *od frejma konflikta koji distorzira klimatski diskurs, kapitalističke pozadine selebriti aktivizma do slabosti masovne samokomunikacije*, za koju doduše smatra da će se vremenom stabilizovati. No, uprkos svesti o moći kulture stvar virtualnosti Kastels se ne vraća proverenim sredstvima masovnog komuniciranja. Drugačija medijalizacija klimatskih promena zamišljena je još krajem prošlog veka. Naime, uvedena je razlika između *dva modela medijskog izveštavanja, teatralnog i modela javne komunikacije* (Mormont & Dasnoy 1995: 51). Prvi je okarakterisan kao emocionalan, čak detinjast, okrenut iracionalnim i konfliktnim scenarijima, bez sklonosti dubljoj analizi i s kratkom pažnjom za bilo koju, pa i klimatsku temu. Važna stvar za teatralni model (registrovan u Francuskoj i Belgiji) nije posvećeno istraživanje teme nego ko je a ne šta rekao, da li je to sad u modi, koliko varnica ima među neistomišljenicima i slično. To je u suštini model kojem Kastels posvećuje pažnju i ne pokazuje težnju da ga radikalnije prevaziđe.

S druge strane, po Mormontu i Desnoju stoji model javne komunikacije, čiji je primer Nemačka, a gde mediji deluju u znatno strukturisanijem prostoru, bez nepotrebnih iracionalnih momenata i sa opravdanom brigom za probleme građana. U Nemačkoj naučni instituti ili aktivističke grupe obično odrede jednu osobu za kontakt sa

medijima, te novinari uvek imaju spreman izvor naučno utemeljenih informacija. Čak i Kastels nalazi da su aktivisti i naučnici pouzdaniji izvori informacija u zemljama Evropske Unije nego što je to sama televizija (MK: 374), ali ne razvija ovu tvrdnju do drugačijeg masmedijskog modela, u kojem su i sami novinari specijalizovaniji u sopstvenoj oblasti, a mišljenje stručnjaka ima veću težinu u političkoj sferi, pošto nema aktera koji bi negirali njihove teze. To jest, u modelu javne komunikacije po Mormontu i Desnoju nema mesta za kontroverzu i politizovane rasprave, a nekonfliktnost debate u Nemačkoj potvrđuje se i u kasnijim istraživanjima (Schmidt et al. 2013: 12), kao i poštovanje Kjoto protokola, uz napomenu da to većim delom zahvaljuje deindustrijalizaciji teritorije Istočne Nemačke. *Nemački mejnstrim mediji posvećuju znatno više pažnje rešenjima, makar ona bila tržišno bazirana ili vezana za unapređenje kvaliteta industrijske proizvodnje, dočim američki mediji ostaju fokusirani na same događaje vezane za životnu sredinu* (Brand & Brunnengraber 2012: 16), *od političkih sastanaka do prirodnih katastrofa, održavajući debatu oko nečega gde već postoji naučni konsenzus*. S druge strane, rad Branda i Brunengraber otkriva i da takozvani alternativni mediji nedovoljno dovode u pitanje odnos kapitalizma i klimatskih promena, niti kritikuju tržišno-tehnološka rešenja globalnog zagrevanja. Njihova alternativnost se ogleda u drugim društvenim posledicama postojećeg ekonomskog sistema, ali ne i u kontekstu globalnog zagrevanja, čiji tekstovi se samo ovlaš dotiču kapitalističke osnove industrijskog zagađenja planete. To jest, i pored alternativnih medija i socijalnih mreža, pa i digitalne sfere uopšte, mejnstrim mediji ostaju sidro klimatskog diskursa.

Još jednom, dakle, Kastels zaobilazi model javnog servisa i strukturisanije javne komunikacije, i dozvoljava suviše fluidno kretanje medijskih diskursa, nekonzistentnost, kao i uspone i padove izveštavanja o klimatskih promenama. Značajnije oslanjanje na model javne komunikacije to ne bi dozvolilo, ali Kastelsova pozicija sugerise da smatra da bi to ugrozilo i stanje medijatizacije, budući da mediji ne bi delovali kao autonomne organizacije već bi bili u službi nauke. Da li je to baš opravdano onda kada je sasvim jasno da političari jedno govore a drugo rade (MK: 390), Kastels nažalost ne razmatra. I skepsa samih građana prema nauci, koja se poslednjih decenija uvećava, ne ide na ruku značajnijem oslanjanju medija na taj simbol prosvetiteljstva. Kastelsovo blagonaklono viđenje sveta zabave i publike na

informacionim autoputevima lišava ga uvida da, na kraju, nešto mora biti i istina a nešto laž. Napori da se prosto mediji dodvoravaju publici, da joj udovoljavaju a ne prosvećuju, moralo je biti kritički analizirano, ne samo opisano. Propust je još očigledniji danas, kada umesto zelene kulture, kojoj je Kastels predvideo dalje jačanje, prisustvujemo trijumfu njenih protivnika, budući da teatralni model konstantno pokazuje da konflikt ne odgovara legitimizaciji klimatskog diskursa.

7. Zaključak

7.1. Kritička medijalizacija

Medijalizacija predstavlja proces koji različiti istraživači artikulišu na više načina. Ovo istraživanje težilo je da razmotri u kom smeru se ova neprestana razrada kreće, i koliko kritički preispituje medijalizaciju. To da je konceptu medijalizacije neophodna dorada nesporno je, budući da nema autora koji će tvrditi da usled tehnološkog ili ekonomskog razvoja ne prisustvujemo sve većim medijskim i komunikacionim promenama, koji na mnogo načina utiču na društvenu i kulturnu sferu. Nik Koldri i Andreas Hep (Couldry & Hepp 2017), kao zastupnici kulturalne perspektive medijalizacije, već naziru ulogu velikih baza podataka u radu mnogih organizacija i posledice po društvo u celini. Koncept će se svakako dalje razvijati u smeru *datafikacije* kao dubinskog sloja medijalizacije. Različiti akteri se sve više oslanjaju ne samo na medije zarad slanja određene poruke, već i prikupljanja informacija o svojim klijentima, potrošačima, glasačima, pacijentima i različitim društvenim grupama koje se mogu nabrajati unedogled. Kakvo će biti buduće medijalizovano društvo jeste pitanje od najvećeg značaja za one koji priželjkuju rekonstrukciju viđenja medijalizacije, ali otvoreno ostaje i kritičko pitanje, koje bi se moglo okarakterisati prigodnim izrazom da uz rekonstrukciju treba da ide i dekonstrukcija.

To je ono što je trebalo da bude predstavljeno susretom medijalizacijskog pristupa i istraživanja Manuela Kastelsa, posredstvom kritičke i medium teorije, kako bi se međuodnos medijskih i komunikacionih naspram društvenih i kulturnih promena sagledao u što potpunijem svetlu. Konstantna međuigra obe dimenzije prizivala je dijalektičku perspektivu, ali i prateći, što ne reći, istorijski materijalizam koji je evidentno nedostajao dosadašnjim pristupima. Empirijsko utemeljenje Kastelsove teorije umreženog društva trebalo je da pomogne u prevazilaženju apstraktnosti same medijalizacije, budući da i najznačajniji predstavnici nisu pokazivali sigurnost u pogledu toga šta medijalizacija jeste i šta sve može biti. Pogledajmo samo Hjarvardovo konstantno menjanje elemenata medijske logike, što demonstrira stalnu dogradnju medijalizacije i Hjarvardovo shvatanje neophodnosti rekonstrukcije. Naime, u ranijem

radu na engleskom jeziku, Hjarvard je medijsku logiku počeo da definiše u specifičnom trojstvu, i toga se do danas držao. Međutim, dok je trojaka logika stalno opstajala, njeni učesnici su se menjali. Tako je isprva logika podrazumevala institucionalne, tehnološke i ekspresivne karakteristike medija (Hjarvard 2008: 126). Potom je to u istom radu (Hjarvard 2013: 17) bio institucionalni, estetski i tehnološki modus operandi, a onda i tehnološka, simbolička i ekonomska logika (Ibid: 136), u zavisnosti u kojoj društvenoj oblasti je Hjarvard medijatizaciju razmatrao. Najskorije, komentarišući korišćenje digitalnih platformi, medijatizacija je posedovala socijalna, estetska i tehnološka pravila (Hjarvard 2014a: 219). S jedne strane, ekspresivno, estetsko i simboličko smenjuju se gotovo kao sinonimi, a to takođe čine aspekti institucionalnog i ekonomskog. Jedino tehnološka logika stoji postojano, ali ona je u stvari svedena na elementarne razlike u proizvodnji sadržaja kod različitih medija. Takva tehnološka logika, mora se priznati, nema šta da traži onda kada različiti mediji suštinski i ne postoje, odnosno, kada digitalna tehnologija okupira i prevodi sve prethodne medije. Hjarvard je predložio otvaranje medijatizacijskog pristupa za medijski materijalizam, ali ne i determinizam, te je tragao za srednjim rešenjem između socijalne konstrukcije tehnologije i njenog tretiranja kao nezavisnog uzroka (Hjarvard 2014b).

S druge strane, medijatizacija ne može da se posmatra kao nešto stvoreno izolovano od društvenog konteksta, no u kompleksnom prožimanju više kontradiktornih logika (Hjarvard 2014a: 26). Uz to, medijatizaciju karakteriše *dvostrana logika medijskog profesionalizma i učešća publike*, pri čemu je jasno da medijski profesionalizam nije samo onaj u informativnoj oblasti već podrazumeva pravila proizvodnje sadržaja u različitim kulturnim industrijama (iako ih Hjarvard gotovo ne razmatra), dočim je publika nakon pojave interneta kreativnija nego ikad ranije. Ekonomski aspekt logike u stvari je jedina konstanta, i oličava se u formiranju i održavanju organizacije koja je profitabilna, tako da se zaposleni u medijskoj organizaciji ponašaju kao proizvođači robe koju kupci traže, ili bar kao kustosi sadržaja proizvedenog od strane korisnika. No, dok je komercijalizacija za Hjarvarda nesumnjiv proces udaljavanja medija od političkog uticaja i pribavljanje relativne autonomije (Hjarvard 2013: 50), ona je takođe objekat razmatranja kritičkih teorija, koje traže izvore moći, odnosno ideološku dominaciju u specifičnoj industriji kulture.

Mediji po Hjarvardu proizvode zajedničko iskustvo i pogled na svet, te shodno tome i obrasce ponašanja. Simbolička logika trebalo bi da otkrije koje su to vrednosti i norme koje medijske narativne forme proizvode, i time problem medijatzacije ulazi ponovo na teren kritičke teorije. I treći, tehnološki aspekt logike, sveden je na audiovizuelne karakteristike različitih medijskih formi pripovedanja, sa ili bez slike, slova ili zvuka. Digitalni sloj medijatzacije, kao otelovljenje njene tehnološke logike, protivi se zajedničkom iskustvu i obrascima ponašanja, te deluje ne konvergentno no *divergentno*, ostaje teorijski nezaokružen, a pritom okuplja sve oblike izražavanja i dodaje specifične simbole nule i jedinice, koji u tehnološku karakteristiku medija uvode računarstvo. Stoga kada je već jasno da su distinkcije tehnološkog, socijalnog, estetskog, simboličkog ili ekonomskog dela medijske logike tek analitičke prirode, da digitalno spaja socijalno sa tehnologijom, a ona opet služi ekonomiji, kao i da sve prati izvesna simbolička strana, onda su i sva pitanja povezana. Da li medijski narativi proizvode ideološku hegemoniju? Kako digitalne platforme menjaju prirodu poslovanja u uslovima globalizacije, gde se digitalnim tehnologijama koriste sve kompanije, a ne samo direktni akteri u medijskom sistemu? Kako medijski profesionalci reaguju na kreativnu publiku u onlajn sferi? Kako se simbolička logika rekonstruiše usled toga? Da li je tehnička logika medija sada postala ključno pitanje?

Kulturalna perspektiva medijatzacije barem priznaje ove dileme, iako ih možda ne sasvim uspešno konceptualizuje, te se institucionalni pristup smatra metodološki razvijenijim (Livingstone & Lunt 2014). No, moramo se zapitati u odnosu na šta je ovaj pristup razvijeniji? Nesporno je u pitanju funkcionalistička, pragmatično postavljena, empirijski proverljivija perspektiva. Dakle, strogo gledano, ne-kritička perspektiva. Kulturalni pristup pokušava da teoretizuje i ona društvena polja gde institucionalni pristup ređe zalazi, jer je empirijska provera otežana, mada ne i nemoguća. Kulturalna perspektiva traži medijatzaciju u mešanju medijskih i ne-medijskih praksi kroz vekove. To jest, medijski oblikovane društvene interakcije nalazi u svim vremenima i prostorima, ne samo u najrazvijenijoj modernosti i pretežno na Zapadu kao u Hjarvardovom slučaju. Andreas Hep se oslanja na mrežu Bruna Latura, sačinjenu od ljudi, objekata i značenja, u kojoj su sva tri elementa akteri koji mogu modifikovati postojeće stanje, tako da čak možemo zamisliti medijatzaciju koja razlaže institucije,

postaje transkulturalna ili izoluje određene učesnike, ali uvek ima na umu mnoštvo promena i nestabilnih veza.

I Nik Koldri, držeći se teorije Pjera Burdijea, pokušava da zadrži teoriju dovoljno fleksibilnom kako bi mogao da analizira različite društvene kontekste i ulogu medija, a koje hjarvardovska perspektiva ređe registruje. Koldri vidi ne samo medijsko definisanje situacije, već i to kako mediji vrše “prelamanje” dominacije, to jest prilagođavanja hegemonске poruke sopstvenom jeziku, pojačavajući ili slabeći dominaciju. Mediji su postali meta-kapital jer ih mnogi akteri prepoznaju kao izvor moći. Kao mesto susreta različitih interesa, mediji su sabrali moć različitih društvenih polja i njihovih kapitala. Ta konvergencija je po Koldriju učinila medije sposobnim da određuju vrednost kapitala u drugim poljima, kao što to i država čini. Meta-kapital po Koldriju (Couldry 2003) može da restrukturira funkciju drugih polja. Kao najjači vid koncentracije kapitala, u koju mnogi polažu svoje sudbine, država je najjača institucija u društvu i određuje razmensku vrednost kapitala u mozaiku društvenih polja.

Koldrijeva primer je da je bilo uobičajeno da se akademski uspeh određuje prema akademskim i kriterijumima nadležnog ministarstva. No, sada je došlo do toga da intelektualac kao TV analitičar poseduje dodatni oblik kapitala, te svoj medijski status unovčava kao akademski uspeh. Onda kada su ljudi položili svoje nade i interese u medijsku sferu, kad su koncentrisali različite kapitale, medijski meta-kapital može da utiče na vrednost kapitala u drugom društvenom polju. No, uprkos sofisticiranosti kulturalnog pristupa medijizaciji ostaje gotovo ista dilema. Kakva je slika sveta proizvedena medijima? Koldri vidi konstrukciju društva kao rizičnog, zasićenog nasiljem, dok Hep nalazi transkulturalne obrasce, no da li je to sve? Da li digitalni mediji menjaju status meta-kapitala, budući da ne nastoje da stvore zajednički svetonazor? Da li u digitalnom polju korisnici doprinose promeni sveukupne medijske logike, od konvergencije ka divergenciji životnog iskustva, delanja i svetozora, koje su masovni mediji skupljali, što najavljuje i suton njihove ideološke moći, kao i koncepta masovne publike. Kakvu ulogu sada ima tehnologija?

Iako Koldri i Hep (Couldry & Hepp 2017) sada medije posmatraju istovremeno kao materijalne infrastrukture i „procese proizvodnje značenja“, te ističu neophodnost preispitivanja društvenog konstrukcionizma, bez pada u tehnodeterminizam. Materijalno-tehnološka perspektiva govori o totalnoj medijizaciji, tehnologizaciji

društva i kulture, brisanju simboličkog i liotarovskoj performativnosti, odnosno efikasnosti i učinkovitosti, simulacijama i algoritmima, ali u suštini više mistifikuje problem nego što ga predstavlja i analizira. Paradoksalno, na kraju se moramo vratiti Hjarvardovoj podeli medijske logike, i predstaviti kritički vid medijalizacije u tim okvirima. Iako suštinski povezani, u narednim glavama biće odvojeno predstavljena simbolička, socijalna i tehnološka logika medija, kako bi se naglasilo kritičko viđenje ovih domena. Ono mora problematizovati kulturu kao izvor dominacije, i samim tim, na primer, medijski profesionalizam kao industrijalizaciju proizvodnje sadržaja. Publiku, odnosno korisnike, ne može razumeti kao medijsku gerilu, već na raznovrsnije načine, gde ljudi kohabitiraju, pružaju otpor, pregovaraju sa značenjem, traže drugačija tumačenja ili kreiraju alternative, ali mogu i da se pasivno ponašaju kao masa primalaca. Tehnologiju takođe treba razmatrati kao sastavni deo hegemonije, kao nešto što otelovljava ono što donekle anahrono nazivamo proizvodnim snagama i odnosima, nešto što je prisutno i u toku radnog procesa i u toku dokolice. Gubljenje razlike između proizvođača i potrošača, pošiljalaca i primalaca, jačanje tercijarnog privrednog sektora, ulazak socijalnog u već postojeću napetost između privatnog i javnog, sve dobija svoje otelovljenje u tehnologiji, koja je i kulturna, simbolička tehnika i svojevrsni socijalni mehanizam, što će pokazati naredni redovi.

7.1.1. Simbolička logika medija

Kompleksnost teorije medijalizacije ne sme da omete razmatranje da li iza te složenosti zaista stoji dovoljno snažna kritička perspektiva. Da li je, recimo, Stig Hjarvard kritički teoretičar, i kako možemo biti sigurni u to? Horkhajmer i Adorno bi verovatno poručili da ako uopšte ne sumnjamo već smo počinili grešku. Bez sumnje nema kritičke teorije, premda zbog obilja različitih promišljanja odnosa medija, kulture i društva, niko drugome ne može da ospori kritičnost ili svi mogu svima da je oduzmu. Gotovo da u čitavom trendu stvaranja kritičkih teorija sumnjive kritičnosti nije na odmet podsetiti se na premise tog više popularnog no stvarno prihvaćenog pristupa. To su kritika pozitivizma ili vrednosne neutralnosti, kritika dominacije uz razmatranje konfliktne prirode društva, kritika ideologije i lažne svesti, te kritika političke ekonomije u smislu analize odnosa simboličkog i privrednog domena, sve u svrhu

promišljanja svakodnevnog života između ljudske akcije i strukture, kao i pitanja emancipacije i de-reifikacije (Fuchs 2013: 13).

Nešto uopšteniju definiciju svrhe kritičke teorije nalazimo kod Lazarsfelda (1941: 9), koji smatra da valja sagledati “generalnu ulogu naših medija u postojećem društvenom sistemu”. Razlika se onda može uvideti u mnoštvu pitanja. Primera radi, Hjarvardovo insistiranje na relativnoj autonomiji društvenih institucija, samim tim i medija, nije jedini postulat o relativnoj autonomiji, a u neomarksističkim okvirima nije ni prihvatljiv. Luj Altiser (2009: 18) najpoznatiji je teoretičar relativne autonomije društvenih polja u odnosu na ekonomsku bazu, kao i recipročnog dejstva tih polja na bazu. No, dok Hjarvard u tom dejstvu vidi medijske institucije, Altiser vidi informacioni državni ideološki aparat (Ibid: 28). To jest, manje kao uspešne i poželjne transformacije u modernim društvima, a više kao posebne načine uspostavljanja i održavanja ideološke dominacije. U tom kontekstu, pravila koja medijske institucije nameću, poput medijskog profesionalizma, teško da bi kritička teorija, skeptična prema vrednosnoj neutralnosti, ikada prihvatila zdravo za gotovo. U stvari, to bi pre predstavljalo potvrdu samog poretka, utemeljenog na klasnoj dominaciji. Medijska logika upravo se odnosi na industrijsku proizvodnju vesti, s klišeiziranim standardima i unapred pripremljenim scenarijima, pomoću kojih se informacije predstavljaju publici.

Hjarvard uviđa da mediji oblikuju iskustvo i način mišljenja, pomoću kojih se orijentišemo u društvu, ali u toj standardizaciji i propratnoj komercijalizaciji uporno ne traži izvore dominacije, niti ekspanziju intrumentalnog uma u sve sfere društva, sve više i u svakodnevni život. Instrumentalnost kao koncept ne samo da nije zastareo, već doživljava puni zamah sa medijima koje Frakfurtovci nisu ni doživeli, pošto su u digitalnom dobu svaki potez i poruka proračunati. Hjarvard, s druge strane, ostaje potpuni izdanak prosvetiteljstva. On ne traži dijalektiku, ne sumnja u protivrečnosti, ne vidi postvarivanje obrazaca ponašanja, niti konačnu ideologiju koja to zaokružuje. Naspram Habermasove teorije javne sfere medijatizacija dobija drugačiji oblik. Naime, liberalnu javnu sferu stvara tenzija, s jedne strane, između politički obespravljenog ali ekonomski sve moćnijeg sloja, i apsolutističke vlasti koja postaje finansijski zavisna od buržoazije (Habermas 1969: 90). Tako je javnost kod Habermasa u stvari „sfera privatnih ljudi”, čije je javno rezonovanje oblik „*političkog obračuna*” usmeren „protiv same javne vlasti da bi sa ovom prečistili račune o opštim pravilima opštenja u

principijelno privatizovanoj ali javno relevantnoj sferi robnog prometa i društvenog rada” (Ibid: 66). Sukob komercijalnih medija i državnih aktera nije stoga proces refunkcionalizacije nekih društvenih podistema no pitanje rasporeda moći u društvu. To je kritička medijalizacija. U „*konfrontaciji autoriteta i publiciteta kao principa kritičke kontrole vlade*” (Ibid: 96) *pobednik postavlja društveno-ekonomska pravila.*

Stoga skandinavske zemlje mogu biti tek izuzetak koji potvrđuje pravilo kritičke medijalizacije. Ona mora da sumnja u vrednosnu neutralnost medijskih formi, jednodimenzionalnost profesionalizma, širenje instrumentalnog uma, holivudizaciju emocija, standardizaciju i estetsko osiromašenje kulturne robe, stalno ometanje društvene promene istanjivanjem diskursa i neutralizacijom nepoželjnih značenja. Čak i digitalno oslobođenje može biti prividno, tek produženje represivne desublimacije, nastavak kooptacije s režimom i dalja reprodukcija vladajućih vrednosti. Kritičar mora da dokaže kako to digitalni domoroci nisu više isti kao Odisej koji s voskom u ušima sluša pesmu sirena, ako algoritmi stvaraju daily me a pojedinci se, bodrijarovski rečeno, samozavode u virtualnoj sferi. Liotar bi postavio prava pitanja. *Kakvo se to znanje proizvodi medijalizacijom? Ko preuzima ulogu naratora, ko je junak a ko neprijatelj, šta su poželjni a šta nepoželjni modeli ponašanja, šta je društveni uspeh, šta je pravedno, lepo, dobro u određenoj medijskoj kulturi? Ko je podređen, ko treba da bude oslobođen, je li junak slobode pojedinac, grupa ili čitav narod, jesu li negativci konkretni ljudi ili apstraktne kategorije? Kakva je uloga jezičkih igara u konstrukciji hegemonskog narativa?*

Nešto drugačiji niz pitanja postavljaju kulturne studije. Stjuart Hol (2013: 106) jasno pokazuje da je kritička teorija ona koja izučava simbolički univerzum uporedo sa analizom društvene moći, što dobija smisao “ponovnim otkrićem ideologije”. Značenja i pogledi na svet nisu poimani kao prirodni već su klasifikovani prema vladajućim interesima. U pitanju su “teme, koncepti, reprezentacije kroz koje muškarci i žene 'žive' u imaginarnoj relaciji... sa stvarnim životnim uslovima” (Ibid: 66). Zašto neka značenja imaju prednost, koje metafore, analogije i asocijacije su postale društveno prihvatljive? Zašto se, recimo, klasni interes skriva iza nacionalnog interesa, čemu ili kome služi širenje moralne panike i konstrukcija društva kao prožetog kriminalom i korupcijom? Šta je devijantno a šta poželjno u društvu, i kakva sve performativna pravila i scenariji konstruišu svet po ideološkim kalupima? Takođe, kako se zarad uverljivosti same

hegemonije, unose kontradiktorna i otporaška značenja u dominantni diskurs, koja potom bivaju neutralizovana, prevrednovana, upodobljena da na nivou životnog stila budu bezopasno suprotstavljena ideologiji, ili čak njen produktivni deo? Može se reći da sve navedeno obuhvata ideja imaginarne relacije sa stvarnim životom, budući da predstavlja kao normalno i prirodno nešto što opravdava dalju dominaciju i hijerarhiju.

Konačno, kritičkom viđenju simboličke logike medija doprinosi i Žan Bodrijar, posebno u pogledu imaginarne relacije. Simulacija komunikacije, odnosno, medijsko predstavljanje događaja putem kodnog sistema, ne samo da distorzira stvarne fenomene, što svaka reprezentacija naglašavanjem određenih karakteristika sama po sebi radi, nego po Bodrijaru mediji proizvode i nešto nadstvarno, što niti ima referenta niti je ikad realno postojalo. Simulakrum, kopija bez originala, pojam je upotrebljiv maltene u svim oblastima. Primera radi, ako mediji izbalansirano prikažu mišljenja političkih takmaca, da li to odgovara realnosti ili ne? Ne samo u smislu ko je od njih u pravu, jer to ne mora biti nijedan, niti moraju biti zaista suprotstavljeni. Bodrijar bi se s pravom zapitao da li je sukob političara fingiran, da li oni suštinski pripadaju istim ideologijama, ili jedan obesmišljava drugog s ciljem banalizovanja, ako ne i uklanjanja dijaloga, ili pak imidž ljudskosti za koji se bore postaje sasvim bespredmetan kad i diktator može biti prijatna ličnost sa ekrana? Da li i anketiranje javnog mnjenja, posebno nakon poslednjih američkih predsedničkih izbora, ukazuje na volju građana ili ankete barataju s kategorijom sasvim drugog, novog naroda? Ukratko, da bi procentima prikazali stvarnost moramo prihvatiti prvo da se ona može predstaviti brojkama, a potom ustanoviti da li je to, ukoliko je izračunljivo, pravilno i izračunato. Ali digitron nije garancija preciznosti.

To su sve odavno postali simulakrumi koji sve manje imaju veze sa stvarnošću. *“Medijalizovano... to je ono što je reinterpretirano putem značenjske forme, artkulisano u modele, administrirano kodom”* (Baudrillard 1981: 175-6). Medijalizacija postaje proizvodnja simulakruma, odnosno modela javnog mnjenja u vidu promašenih procenata, ili kodova lažnih sukoba i reprezentacija koje prerastaju izvorne događaje. U trenutku kada mediji, koji već simuliraju stvarnost primenjujući frejm konflikta u lažnim debatama ili predstavljajući javno mnjenje pomoću anketa, sada počnu da proveravaju tačnost (factchecking) Trampovih izjava, dolazi do implozije u “nadstvarnu nebulozu” (Bodrijar 1991: 86), gde osvedočene simulatorske mašine razmatraju da li je

Tramp apostol post-truth ideologije, da bi potom ti isti mediji blagoslovali američke rakete nad Sirijom. Teško je sa sigurnošću reći da li neko zna dokle seže fenomen lažnih vesti ili lažne levice i desnice, ili u stvari već proizvodi novi simulakrum. No, dok Bodrijar ponekad gubi stvarnu dominaciju iz vida, raskrinkavajući njen medijski aspekt, ne sme se zaboraviti da neka istina o nečemu postoji, jer bez komparacije nema ni kritičkog preispitivanja medijalizacije. Simbolička logika, dakle, polazi od skepse prema pozitivizmu i vrednosnoj neutralnosti, razmatra formiranje ideološke hegemonije koja skriva makijavelističku prirodu moći (Gramši 1980), i završava sa simulakrumima koji više ne moraju ni da prate stvarnost. Ako je glavni simbolički učinak medijalizacije proizvodnja pogleda na svet, onda je virtualnost ono što treba ispitati.

7.1.2. Socijalna logika medija

Socijalna logika masovnih medija mogla je da se otelovi u vidu institucije, i da putem medijskih reprezentacija i narativa oblikuje svetonazore i obrasce ponašanja. Šta ljudi rade, u kakve odnose ulaze, kakve veze održavaju, u šta veruju i šta smatraju vrednim, i dalje se formira pod uticajem masovnih medija, koji ostaju najbitniji posrednik između drugih društvenih institucija. Međutim, njihova simbolička moć blede u kontekstu novih digitalnih platformi, koje umesto eksplicitnog nametanja ideoloških narativa nude dobrim delom slobodan prostor za korisnike da proizvedu sadržaj po želji. To jest, ljudima je prošireno polje delovanja, i ono što će činiti i šta će vrednovati može se razlikovati od prvobitne masmedijske simboličke konstrukcije. Institucionalni i kulturalni pristupi medijalizaciji njihovo ponašanje posmatraju kao niz koordinacija na mikro nivou, koje ne treba posebno konceptualizovati jer se razlikuju od slučaja do slučaja, što ostavlja teoriju prilično uopštenom. To posebno dolazi do izražaja u kritičkim okvirima, kada se procenjuje nivo reifikacije ponašanja ili društvene angažovanosti građana u dodiru s medijima, o čemu su različiti autori govorili čitav vek. Pomoću njih možemo rekonstruisati svojevrsnu socijalnu logiku savremenih medija, naspram koje možemo da procenimo Kastelsovo razmatranje masovne samokomunikacije i društvenih pokreta.

Prvi među kritičkim teoretičarima svakako je Valter Benjamin. On je najavio dolazak mase koja raščarava umetnost, religiju, tradiciju, samim tim i industriju kulture,

uvodeći medijsku reprodukciju u svakodnevni život, čineći i kulturu politizovanom. Njegov pojam aure, pomoću kojega ukazuje na jedinstvenost različitih artefakata, relevantan je i danas. Naime, pojedina dela mogla je sebi priuštiti samo elita, koja je posedovanjem originala potvrđivala svoj društveni status i moć. Razvojem medijske reprodukcije izgubila se autentičnost dotadašnjih simbola klasne dominacije, ali se i rekonstruisala hegemonija. Ilustrativni su primeri da su gramofon i radio isprva bili otvoreni za registraciju glasova korisnika i dvosmernu komunikaciju, te odlukama vladajućih pretvoreni u plejere i prijemnike, oduzimajući im svojstvo rekordera i predajnika (Kittler 1999). To jest, razvoj medija od početka je svako olakšavanje u stvaranju kopija i kreiranju poruka pratilo sakaćenje tog potencijala, te se iz kritičke perspektive ne može očekivati da takav scenario bude napušten u slučaju digitalnih tehnologija. S druge strane, realno je i konstantno proširivanje prostora za korisnike, koji su mogli da imitiraju tuđi ili kreiraju sadržaj po svom nahođenju, bez medijske manipulacije, koja se ili umanjivala ili postajala manje vidljiva (o čemu će biti reči u delu o tehnološkoj logici medija).

Ali Benjamin ostaje generalno u pravu što se tiče ulaska masa u politiku i formiranja novog područja borbe za moć u društvu. Oni koji su sakralizacijom i estetizacijom politike želeli da opravdaju postojeću društvenu hijerarhiju to su sve teže činili, i bili su primorani da nađu nove oblike dominacije. Građani su se, pak, svojom reprodukcijom kopija, a onda i aktivnijim delovanjem, poput refunkcionalizacije medija i avangardnih tehnika proizvodnje sadržaja, sve više udaljavali od elitističke aure koja je tražila pasivnu publiku. Lišavajući se distance između pošiljalaca i primalaca, građani su uvećavali svoju participaciju i stvarali uslove za demokratizaciju društva, u kojem poruke ne bi cirkulisale samo odozgo. Ovo je, dakle, *večno pitanje kritičke teorije, stalna međuigra sve slobodnijih medijskih korisnika i onih koji bi da spreče da stvarno socijalno progovori*. Benjamin je smatrao fundamentalnom promenu u medijskoj tehnologiji početkom dvadesetog veka, i ostavio generalno optimističko uverenje da je proces nastanka nove, nimalo pežorativno nazvane masovne kulture, neminovan. Međutim, nije ostavio vremenski okvir unutar kojeg bi to trebalo da se desi, niti je naivno zatvarao oči pred pitanjem restauracije aure, bilo kroz mistifikaciju tih novih autonomnih korisnika kao revolucionarnih autora na digitalnim platformama, ili stvaranjem kulta zvezda, holivudskih i drugih selebritija.

Ove dileme pratiće i poststrukturalisti i kulturne studije. Bodrijar je ispratio kompleksnu koevoluciju medijske industrije i publike u narednim decenijama. Ispravno je primetio da pojava sve više različitih medijskih aparata, koji emituju ili enkodiraju zvuk ili sliku, ne podrazumeva samo raznovrsnost ponude, već i proizvodnju društvenog poretka. Bodrijar je ukazao da i sami građani mogu da uspostave društvenu hijerarhiju, uz minimalnu pomoć vladajućih i uz posredovanje tržišta. Naime, publika je, daleko od emancipovane gerile, svoju dokolicu koristila kako bi uvela razlike među ljudima, što su joj marke nekadašnjih radija, televizora ili kasetofona, kao i današnjih tableta i telefona, garantovale. Ljudi će se prosto i sami rasporediti na društvenoj lestvici, i koristiti tehnologiju kao pokazatelj svog statusa, upravo kao novu auru. Posedovanje je ograničeno samim pristupom dobrima, cenom koja razdvaja imućnije od siromašnijih čak i po tač skrinu. Odnosno, građani gotovo samoinicijativno raspoređuju moć u društvu na nivou svakodnevnog života. Kritička misao ne može od njih očekivati da aktivno ne učestvuju u sveukupnoj komodifikaciji, naprotiv. Stoga je Bodrijarova bizarna ideja o masi suštinski kritička. Naime, budući jasna kao kristalna kugla, *masa* je poseban entitet *komunikaciono rezistentan* na pokušaje kultivisanja, obrazovanja, indoktrinacije, čak i pukog informisanja. Masa je za Bodrijara sasvim banalna, do nje ne dopiru smislene poruke, ona čak može da hiperkonformistički simulira medijske sadržaje do besmisla. Publiku čine, kako Bodrijar kaže, “mutave zveri” (Baudrillard 1983: 28), koje nadilaze sve ono što društvo i masovni mediji pokušavaju da učine od njih.

Ostali poststrukturalisti manje su strogi. Žak Derida vidi da korisnici sada izmiču domašaju različitih institucija i proširuju cirkulaciju diskursa. *Širi se privatni prostor, odnosno, gubi granice u odnosu na javno polje*, mešajući nekad u načelu razdvojene diskurse. Politička arena se prilagođava novonastaloj poziciji građana, koji mogu da selektuju i obrađuju podatke, kao i da ih proizvedu i razmenjuju. Derida ipak ostaje skeptičan prema sposobnostima aktivnih korisnika, koji neće dovesti do reneanse ljudskih zajednica i povratka neposrednosti u društvenim odnosima. U stvari, *umreženi pojedinci* za Deridu niti će biti jedinstveni, niti će imati zajednički koherentni stav o bilo čemu (Derrida & Stiegler 2002: 66). Njihova saradnja na internetu može poprimiti *oblik torenta, neke simultanosti i uzajamnosti*, ali ostaje toliko robotizovana da korisnici pre regresiraju no što se razvijaju kao ličnosti koje bi mogle i politički da deluju. Torrent nije

nešto što poseduje potreban moralni i politički kapacitet, nego predstavlja sasvim površnu saradnju prilikom pribavljanja ne toliko značajnih koristi, prvenstveno piratizovanih medijskih sadržaja. Sem takve saradnje, u drugim aspektima Derida očekuje pre zatvaranje, pomognuto tehnologijom, kako bi se korisnici zaštitili od spoljnog sveta prema kojem više ne mogu da se orijentišu. Naspram nekog digitalnog junaštva i gerilske borbe, koji ostaju odlika manjine, većina će pre izabrati izbegavanje simboličkih protivrečnosti i ekstremnih fenomena na koje mogu naići na internet mreži. Deridini sledbenici, poput Bernarda Stiglera, ili pak sociolozi poput Zigmunta Baumana, potvrđivaće Deridine projekcije, nalazeći konstantno samoograničavanje korisnika, koji će uz pomoć platformi određivati ko su prijatelji, čije tvitove će pratiti i šta će biti njihovi izvori informisanja, i time zatvoriti mogućnost drugačijih mišljenja ili činjenica. Fitriliranje nepoželjnog sam Kastels nazvaće elektronskim autizmom, dodajući ovako unazađenim sferama i opasnost da skrenu ka populizmu i ideološkom ekstremizmu. To jest, otvorenost interneta ne mora da dovede i do otvorene razmene.

Poststrukturaliste generalno ne odlikuje razmatranje angažovanih subjekata. Ako su već fragmentirani i nemoćni pred hegemonijom, onda bar mogu da budu što beskorisniji za sistem. Delez čak slavi jedno napuštanje odgovornosti, dužnosti, pravila, što bi zamenilo nešto neustaljeno i nekontrolisano, neuhvatljivo čak i za alternativu. Nikakav organizovani otpor ne krije se u Delezovoj biološkoj metafori, gde se drveću suprostavljaju trave, lišajevi, različite rizomatične i divlje biljke bez korena, koje mogu da rastu svuda, bez centra i čvrste strukture, koje anarhoidno cirkulišu izvan bilo kakvog sistema. Ova decentralizacija je samo pokušaj preživljavanja na molekularnom nivou, gde su razučeni pojedinci donekle zaštićeni od nekadašnjih autoritarnih, disciplinarnih sistema. *Rizom otelovljava i logiku povezivanja društvenih pokreta na internetu*, što podrazumeva rizomatski angažman na mikropolitikom nivou, stvarajući mnoštvenost koja bi bila svojevrsna opozicija postojećem. Društveni pokreti zaista danas funkcionišu kao slabo povezana i vrlo razučena rizomatska mreža velikog broja organizacija, koji sve više nastoje da individualizuju iskustvo svojih učesnika i oslone se na personalne mreže korisnika. Takva strategija može se okarakterisati i kao defetistička, jer pokreti ne demonstriraju snagu kakvu su imali njihovi prethodnici poput radničkog pokreta, ali istovremeno su pokazatelj nepoverenja građana prema kolektivističkom angažmanu.

Konačno, kulturne studije naglasile su aktivnost građana u medijskom sistemu. Rejmond Vilijams i Stjuart Hol možda nisu pokazali veće interesovanje za buduće, digitalne medije, kao u slučaju poststrukturalista, ali su naglasili neophodnost procene publike u okviru generalne organizacije društva, njenih pregovora i nalaženja mesta u kompletnom društvenom aranžmanu. Naspram kulturnog populizma i slavljenja interpretativne moći publike, Vilijams nalazi takozvanu mobilnu privatizaciju, koncept komplementaran Bodrijarovom spontanom uspostavljanju poretka od strane korisnika. Razlika je, dakako, što je Vilijams svesniji strukturne potpore tog procesa. Reč je o nepisanom dogovoru s jedne strane publike, koja nakon napornog radnog dana priželjkuje privatizovanu recepciju medijskog sadržaja, kako radi zabave i opuštanja ne bi odlazila u grad, te s druge strane dalju koncentraciju moći u masovnim medijima i drugim institucijama, koje bi se putem različitih glasila obraćali atomizovanim subjektima. Čitave porodice tako mogu da budu vrlo mobilne, u potrazi za poslom mogu da putuju ili se presele, ali njihova dokolica je ostajala privatna, stvarajući distancu između radnika i građana, kao i vlasti i mogućeg kolektivnog otpora. Koncept mobilne privatizacije stoga je relevantan i danas, kada *organizacija medija i dalje načelno prati individualizaciju percepcije, pa i otpora, te koncentraciju vladajućih simboličkih resursa*. No, drugi doprinos kulturnih studija, istaknuti interpretativni postupci aktivne a potom i kreativne publike daju posebnu formu i digitalnim platformama. Ako nekad publika nije pasivno preuzimala nametnuta značenja već ih je dekodirala u skladu sa svojim vrednostima i interesima, tako su i današnji kreativni prodjuzeri zadobili i sposobnost enkodiranja. Samim tim, kontradiktorni ideološki argumenti krasili su popularnu kulturu i u vreme masovnih medija, a od digitalnih tehnologija se očekuje da to dodatno ojačaju. Manuel Kastels svakako na ramenima kritičkih prethodnika produbljava problem kreativne publike, masovne samokomunikacije i društvenih pokreta.

7.1.3. Tehnološka logika medija

Maršal Mekluan nosi breme optužbe za nekritičko slavljenje potrošačkog i masmedijima zasićenog društva, njegovih različitosti i sloboda. Sam Mekluan prvenstveno je doživljavan kao prorok medijske ekumene. No, medium teorija od

početka je posedovala kritičnost koja je drugim školama nedostajala. Ako zaista želimo da razmatramo poredak dominacije u jednom društvu, moramo ga potražiti i na skrivenijim izvorima. Tehnodeterminizam uvek se određivao prema društvenom aranžmanu koji bi tu tehnologiju artikulisao, ali za razliku od Vilijamsa, za kojeg je aranžman bio kulturna forma, gde su se tražila tanana i brojna socijalna tkanja, Haroldu Inisu fokus je bila sama “*gramatika kapitalizma*” (Kroker 1985: 119). Takođe, nasuprot guruima postindustrijskog društva i demokratskog pluralizma, Inis je tražio *vezu između komunikacione infrastrukture, komercijalizacije i militarizma*, u sklopu čega je posmatrao birokratsku centralizaciju, razvoj tržišta i imperija. Ovo je naročito bitno za istoriju medijizacije (Krotz 2017), jer praćenje integracije starih medija u društvo, ostvarivanje, zloupotreba ili potpuno potiskivanje njihovih potencijala jeste nešto što može da usmeri i proučavanja savremene, globalne medijizacije.

Zavisno od društvenog aranžmana, mediji bi mogli da deluju i decentralizujuće i oslobađajuće, ali ako prihvatimo premisu kritičke teorije o konfliktnoj prirodi društava, te stalnoj stratifikaciji, eksploataciji i ideološkoj manipulaciji, moć je morala da bude presudan faktor koji je usmeravao tehnologiju. Džon Kin (1995b: 392) je video kod Inisa razapetost medija između demokratskih i autoritarnih trendova, a Džejms Keri je pronašao dijalektički “proces decentralizacije i recentralizacije” (Carey 2009: 116). Medium teorija je, tome uprkos, trpela jednostrane kritike o svojoj konformističkoj i mistifikatorskoj ulozi, kao da opravdava nečije osvajačke ambicije pod velom slobode i demokratije (Barbrook 2007), što ne i globalizacije, premda se jasno može videti da Inis nalazi u medijskoj sferi prvenstveno imperiju. Ovaj kompleks se može ilustrovati Inisovim primerom Mesopotamije, gde nastaju prvi mobilniji mediji, poput glinenih pločica, razvija se jednostavno pismo, i pomoću danas sasvim zastarele tehnologije plele su se mreže trgovine, administracije, kako slobodnog tržišta, tako i prvih javnih sfera. Zaboravlja se to bliskoistočno područje, koje je postojbina demokratije (Keane 2009), autorsko pravo se predaje Grcima, na drugi kontinent i u kasnija stoleća, dočim između Tigra i Eufrata postoje samo Sodoma, teroristi i poneka džamahirija. Nesuvisla podela na postindustrijske demokratije i orijentalne despotije otežala je i samo promišljanje uloge tehnologije u društvu.

Ovaj evrocentrizam nije samo učinio Bliski istok većitim Drugim, već je i zamaglio perspektivu medium teorije, koja zbog svog tehodeterminizma mora da se

pravda i u novom milenijumu. Gotovo da je potrebno uklanjati ignorantski zid ciglu po ciglu, da bi se naglasilo ono što Inis navodi odmah na početku: da *medije proučava kao oblik uspostavljanja veze između znanja i sile* (Innis 2008: 4). Da li je uopšte moguće pričati o nadržanstjima polisa, ujedinjavanju gradova, širenju teritorija pod jednom vlašću, bez medija? Da su moderne države medijske tvorevine, gde se komunikacionoj tehnologiji mole od jutra do mraka, to je jasno i od Džingis Kana. Vlast pisma, vlast komunikatora i medija, prevazilazila je mač i sedlo. Prostor nije mogao da se zadrži bez medijske tehnologije, i do danas mediji koji su gazili velike distance nosili su kako imperijalni, tako i prosvetiteljski sadržaj, kojem su se suprotstavljali mediji okrenuti dugovečnosti, koji poruke prenose kroz vreme i manje su zainteresovani za brzo i sinhronizovano prenošenje informacija na velike daljine. To su kulturni i religijski materijali, rituali, umetnost i hermetička znanja, koje je Inis pokušavao da odbrani od nadiranja onih prostorno određenih medija, gde je vreme samo novac.

Danas, u najglobalnijoj civilizaciji ikada, inisovska tenzija progresa i tradicije nije ni kod Mekluana mogla da dobiju sasvim žovijalan ton. Skupljanje Zemlje, ukidanje prostora i vremena u globalnom selu, možda bi se moglo donekle shvatiti kao apologija industrije masovne kulture, ali tribalizam, spektakl, seoska neposrednost i trivijalnost, samo u specijalnim rečnicima klasifikovani su kao pohvale. Mekluanove konstatacije u stvari nisu uopšte terminološki zaostajale za drugim komunikološkim školama. Nikolas Kar u članku za Boston Globe globalno selo naziva “gadnim mestom” (Carr 2017). Ali to nije otklon od Mekluana već njegovo kompletnije razumevanje. Čak ni Mekluanovi medijski nastupi nisu bili apologetski. Kao što i sam Kar nalazi u Mekluanovom intervjuu iz 1977. godine, “globalno selo je mesto vrlo energičnih/mučnih (arduous) odnosa i veoma abrazivnih situacija”, gde ljudi postaju divlji i nestrpljivi (Ibid). Ispostavlja se da je čak i Mekluanovo televizijsko predstavljanje netačno opisano kao slavljeničko i zabavljačko. A kad se uzme u obzir da je izjavio i da su “velike korporacije naše nove plemenske porodice” (prema Cavell 2014: 11), kritička srž medium teorije postaje nesporna. Decenije proučavanja medija nakon Inisa time su samo proširile prvobitnu tezu sa imperijalne sile na analitiku društvenih odnosa, tako da medium teorija danas ispituje medije i kao veze između znanja i moći (Krotz 2017).

Fridrich Kittler samo je učvrstio problematiku *trougla medija, moći i kontrole*. Njegovo objedinjavanje kibernetike, poststrukturalizma i medium teorije, ponudilo je i najrelevantnije viđenje savremene hegemonije, ovaj put neljudskog administriranja društva putem algoritama (Kittler 1999: 259). U ovom smislu Kittler je komplementaran Kastelsu, koji pokušava da osvetli to isto umreženo društvo sa sociološke strane. Predstavnici kulturalnog pristupa medijizaciji, pak, tek što su konceptualno zagreballi “tehničke restrikcije diskursa” (Siegert 1998: 81) i “doba inženjera”, gde se realno ne samo enkodira pomoću programa, nego medijski sadržaj uopšte nije audiovizuelan, kako naša percepcija pretpostavlja. Upravo je to čisti medium trenutak, kada shvatimo da između čula i stvarnosti stoje sistemi jednačina, ne slike i zvuci nego samo simboli nula i jedinica kao medijski materijal koji se može računati, klasifikovati, prerađivati, a ako je potrebno i predviđati. Na temelju toga, fascinantno je Kitlerovo otkriće kratkog teksta Karla Šmita o “buribunkologiji”, koji je pre čitavih sto godina razmišljao o koristi sakupljenih dnevnika ljudi na jednom mestu, koji bi, savremenim rečnikom rečeno, služili kao baza podataka uz mogućnost raznih upita od kojih je marketinški najbezazleniji, od strane više naučnih disciplina, političkih organizacija i privrednih subjekata.

Naivno naspram toga deluje deridijansko rasipanje narativa i svetozora sa svakim novim medijem, koji nas odvaja od autoritativnog govornika, koji pokušava da naturalizuje svoju dominantnu poziciju naratora. Primaoci bi svakim novim znakom trebalo da budu slobodniji i udaljeniji od zloglasnog logofonocentrizma. Nažalost, računar je pokazao da može da nađe meru samom haosu. Kakva god da je razućenost i nestalnost digitalnog sveta, ona može biti smeštena na memoriju hard diska, u terabajtima podataka, i ti simboli mogu biti izračunati. Deluje da su Liotar i Delez, sasvim nezavisno od Karla Šmita, buribunkologiju ponovo otkrili, tu zapisanu “svetsku storiju” (Kittler 1999: 241). Mediji za Liotara ne samo da rekonfiguriraju ono što ljudi percipiraju kao stvarnost, tako što stvaraju znanje koje je sada umrežena, neljudska memorija, informatički jezik koji sada treba da bude osnova našeg kolektivnog pamćenja, no se pojavljuje i pitanje ko će i kako tome imati pristup. Liotar naslućuje *opoziciju instrumentalizma i malih heterogenih narativa* (Poster 20006: 131), ali što je još važnije, upozorava nas da ideološka hegemonija nije više jedini, možda ni glavni

učinak medija, koji su presvukli stvarnost u koordinate informacionog sistema, koji može da optimalizuje performanse onih delova bitnih za poredak moći.

Primera radi, socijalne mreže već služe kao “senzori” koji poboljšavaju prognozu razvoja nekog fenomena, poput preciznijeg utvrđivanja širenja epidemije neke bolesti, ili čak pojave zemljotresa, obradom tvitova i heštegova s ključnim rečima. No, to još izgleda bezazleno, s gotovo prosvetiteljskom verom u spoznavanje svih zabluda i konstruisanja društva kao besprekornog organizma. Ali, pošto je buribunkološka obrada “big data” sasvim netransparentna, mi ne možemo govoriti ni koje bolesti niti koji fenomeni će ovim putem biti procesuirani, niti za šta ili koga korišćeni. Možemo zamisliti milion situacija, poput onih da države i druge organizacije odustaju od zvaničnih popisa ili istraživanja javnog mnjenja, i počinju da se oslanjaju na socijalne mreže, ali više ne znamo koji podaci će biti smatrani privatnim a koji politički relevantnim. Čak i izborne kampanje mogu komunicirati ne sa apstraktnim građanima ili društvenim grupama, već matematički uokvirenim čovekom.

U nekom trenutku ovo mora proizvesti društvene posledice. Liotar stoga kritički jasno vidi novu publiku i nazire buduću medijsku logiku. Naime, računarska misao je nekreativna i neintuitivna, anarhičnost i fleksibilnost su joj strane, te kao i svaki zatvoreni sistem bio bi osuđen na propast ako bi nastojao da u potpunosti kontroliše socijalni svet. Sloboda je, u tom slučaju, naredba. Eufemizam je reći da su računarskim sistemima potrebni ljudski mikrodruštveni odnosi, jer se društvom ne može totalno upravljati iz centra. Boreći se protiv entropije, podižući sopstveni nivo koordinacije, *sistem će navesti ljude da preko svojih jezičkih igara bukvalno snadbevaju sistem potrebnim podacima*. Sistem će tolerisati jezičke igre koje mu pomažu u održavanju performansa i eliminisati nepoželjne, odnosno, kao avagardni stroj će po potrebi humanizovati i dehumanizovati korisnike. Molekularna mišljenja su dozvoljena, ali je takođe prisutno “kvazi-priučavanje”, kako tvrdi Liotar u *Postmodernom stanju* (PS: 101). Na primer, vaše mišljenje će biti registrovano kao lajk ili retvit, što ne mora da se poklopi sa vašim stvarnim stavom, koji je redovno kompleksniji i ne obavezno shvaćen kao pozitivan ili negativan, na šta lajk i aludira svojim ideološkim ulepšavanjem digitalne platforme. Ne treba, dakle, naivno verovati u socijalne medije kao aktivne, otvorene i tolerantne, u kojima bujaju pluralizam, umrežavanje i deljenje, jer platforme

takođe karakteriše “*dominacija, eksploatacija, kontrola, nadzor, represija, manipulacija i neoliberalni individualizam*” (Fuchs 2016: 133).

Konačno, i Delez je spoznao da će, kao u Šmitovoj buribunkologiji, njegovi *rizomi biti registrovani i sistematizovani*, u skladu sa kontinuiranim monitoringom i informacionim menadžmentom kao temeljima društva kontrole. Kao što tvrdi zajedno sa Gatarijem u *Hiljadu ravni*, u pitanju je “mašina u kojoj su ljudska bića konstitutivni deo... unutarnje komponente, input i autput” (HR: 505-6). Delez je smatrao da je reč o restrukturiranju disciplinarnih društava, koje je opisao Mišel Fuko (1997). Naime, može se reći da umesto nadziranja i kažnjavanja “*pokretna kontrola*” anticipira i neretko nagrađuje. Naizgled je nebitno šta svaki korisnik radi, pošto su razvijeni “*samomenjajući kalupi*” (Delez 2010), koji ne samo da kustomizuju sadržaj i marketinšku strategiju za korisnika, već duboko opisuju kompleks njegovih ličnih karakteristika. Tako političke organizacije neće biti zainteresovane samo za koga ćete i zašto glasati, već i kakva popularna kultura vas interesuje, kako raspoređujete vreme na internetu, a u narativ vašeg “dnevnog ja” ulazi čak i razmak između klikova i slični podaci koji su čisto tehničke prirode. Sve od bračnog i finansijskog stanja do naših polusvesnih sklonosti, do koji se ranije nikako ili na znatno teži način moglo doći, sada su dostupni kao niz podataka koji sadrže ne samo komentare no i njihovu učestalost i kombinovanje s lajkovima, retvitovima ili privatnom korespondencijom.

Pritom mi ostajemo samo jedna šifra u sistemu neograničenih varijacija i podataka o mnoštvu ljudi. Ako, recimo, banke mogu podatke da koriste prilikom procene kreditne sposobnosti klijenta, spuštajući mu limit ako je kojim slučajem u procesu razvoda (Andrejevic 2014), tek se može nagađati šta traže druge organizacije i institucije, pa i naučni istraživači koji se takođe koriste nadzornim softverom, sve u ime prosvetiteljstva i produktivnosti. Ova *panoptička medijacija* ne samo da menja ponašanje organizacija, već autori poput Bernarda Stiglera (Stiegler 2013: 11) smatraju da dramatično unazađuje čovečanstvo. Mada konkretnije ne pojašnjava kako to čine, budući da to ostaje umnogome netransparentno, Stigler smatra da društva kontrole ljude od umnih bića svode na nagonska stvorenja, koja se razvijaju duhovno razjarena u neodrživom društvu. Dok je fukoovski poredak diskursa zabranjivao i patologizovao određene fenomene, u digitalnoj sferi oni su našli tržišne niše za sve tamniju, a ipak i dalje industrijsku kulturu. Kompanije će anticipirati ono što ljudi navodno zaista žele,

na temelju njihovog digitalnog kartona, i predlagati naredne korake, koji ujedno moraju odgovarati pojedincu, ali i kompaniji, koja će zbog toga oblikovati u određenoj meri sadržaj i ponašanje korisnika. Aleksandar Galovej to vidi u zameni želje nagonom, u smislu da je želja kreativna sila koja traži promenu, dok je nagon repetitivan, zadovoljava se uvek istovetnom robom (Galloway 2010: 6), jer industrija kulture i dalje proizvodi jednodimenzionalne emocije i misli.

Istraživačima medijatzacije do skora nije bilo u fokusu razmatranje tehnološke logike medija. Poslednjih godina, pak, Nik Koldri je započeo ispitivanje komercijalne strane big data, dok je Andreas Hep istraživao pokrete sasvim okrenute medijskoj infrastrukturi, bilo da je u pitanju otvoreni kod i slobodna razmena informacija. Tu se ističe takozvani “quantified-self” pokret, koji svesno različite zdravstvene ili podatke o svakodnevnom praksama, bilo da su mentalne ili fizičke, pretvara u javne podatke. Prikupljene na jedno mesto, ove informacije su ne samo generalno statističke, već pomažu ljudima u njihovom samomonitoringu, jer ukazuje na terapije ili prakse koje su se za neki tip ljudi pokazale uspešnim. Buribunkologija tako izrasta u primenjenu nauku svakodnevnog života. Ovakvi pokreti u stvari za prostor delovanja nemaju klasično civilno društvo već sasvim medijski prostor, što ih čini medijatzovanim. No, kao i u slučaju materijalno-tehnološkog pristupa, sem samoupošljavanja potrošača i generalno zamišljene performativnosti, sve navedeno je, kao što je pokazano, bolje predočeno kod poststrukturalista, koji obezbeđuju najveći doprinos kritičkom viđenju tehnološke logike medija.

7.2. Kastelsova medijatzacija

Vidimo da su digitalizacijom navedene logike medija sve više preklapajuće, i da simultano utiču na svako društveno delanje. Potpuno različiti simboli i akteri imaju pred sobom sasvim globalnu infrastrukturu, da je gotovo nemoguće ne biti svestan postojanja drugog i drugačijeg, što naravno ne znači da ljudi sa drugima moraju biti u kontaktu. Naši intimni životi i dokolica podjednako su sadržaj istih platformi kao i poslovanje kompanija. Ekonomija, kultura i društvo, hteli ne hteli, doživljavaju konflaciju u tehnološkom vidu. Stoga je Kastelsova metafora mreže pravilno obuhvatila zgušnjavanje svih društvenih odnosa. Ako ih je nekad bilo moguće razdvajati po

funkcijama, kao na nekim Mondrijanovim mozaicima pravilnih kvadrata, gde se smenjuju boje ali uglovi ostaju na devedesetom stepenu, onda je sadašnja slika bliža ekspresionizmu Poloka. Haos američkog slikara, mnoštvenost u društvu, dobija konture pomoću mreže. Ona je garant bar neke stabilne perspektive, onda kada se vizija društvenog organizma sve više udaljava od stvarnosti. Valja, dakle, u kontekstu medijatzacije predstaviti umreženo društvo kao novu morfologiju ili društvenu strukturu, kulturu stvarne virtualnosti kao medijsko-kulturnu podlogu umreženog društva, te društvene promene i posebno emancipatorski potencijal alternativnih subjekata tih promena.

7.2.1. Umreženo društvo

Medijatzacijski pristupi generalno podrazumevaju da mediji rekonfiguriraju prostor, menjaju poimanje prostora i našeg društvenog delovanja unutar njega. Čak postoji svest da je medijatzacija proces komplementaran globalizaciji, i nema posebnih prepreka da se njihov međudnos razmotri. No, same konceptualizacije te prostorne promene nema, pogotovo u kritičkom smislu analize dominacije i političke ekonomije koji podupiru današnji globalizovani svet. Upravo *fuzija tehnologije, kulture i biznisa*, te njihovo strukturiranje pomoću medija čini fokus istraživanja Kastelsove internet galaksije (IG: 13). Interakcija medija sa društvom, pogotovo privrednim i političkim akterima, osnova je kritičke analize medijatzacije paralelne globalizaciji. Iako neki autori, poput Fridriha Kroca, uviđaju ovaj deficit medijatzacijskog pristupa, do danas nije sasvim razrađeno preplitanje *komunikacione infrastrukture, tržišta i političkog polja*. Dok je kulturalna perspektiva stavljala težište na simbolički interakcionizam, te se ograđivala od značajnijeg razmatranja društvene strukture, institucionalistički orijentisan Stig Hjarvard takođe se nije upuštao u krupniju teoretizaciju, smatrajući da će medijatzaciju najbolje proučavati u srednjim okvirima. No, u određenom trenutku ova funkcionalistička i kulturalna ograničenja počinju da ometaju i samu kritičku perspektivu, koja iziskuje sagledavanje celine, a onda i medija u takvom društvenom sistemu.

Mi ne znamo šta konkretno istraživači medijatzacije misle o globalizaciji, niti u kom je ona odnosu sa medijskim i komunikacionim promenama. S druge strane, Kastels

je idejom umreženog društva ponudio novo viđenje globalne društvene strukture, gde pored *proizvodnje (i potrošnje), iskustva i moći, tehnologija postaje poseban deo strukture* (Castells 2000b: 9). Nova, umrežena društvena struktura, sve više se oslanja na medije, koji postaju jedna od strukturnih determinantni same moći u društvu, koja sve češće poprima oblik moći komunikacije (MK: 29). Nije u pitanju nikakav fantastičan i autonoman uticaj medijske tehnologije, već ustaljena praksa da se sam društveni poredak gradi pomoću tehnologije, odnosno, da tehnologija bude način izgradnje poretka, određujući i životne prakse svih građana u svetu rada i dokolici, kao i u političkom delanju. Da je proces integrisanja tehnoloških inovacija višesmeran govori i svest Kastelsa da tehnologija dobija svoj konačan oblik tek nakon što joj se nađe ekonomska računica, ili kad je država učini socijalno relevantnom, tako tehnologija zahteva plodno tlo i posebne uslove kako bi zaista bili iskorišćeni njeni potencijali, dok bi ignorantski odnos prema njoj vodio ka lošim ishodima.

U tako opreznoj postavei Kastels je mogao da potraži i osnovnu dinamiku umreženog društva. Iako je trpio optužbu za desničarsko slavljenje kapitalizma, Kastels u centru novog društva nalazi, paradoksalno ili ne, nešto ne baš novo: starog neprijatelja kritičke teorije u vidu apstraktnog instrumentalizma, koji čini srž globalizacije, a u shizofrenom je odnosu sa različitim nacionalnim, religijskim ili pak ekološkim i rodnim zajednicama. Ukratko, Kastels smatra da se *društva strukturiraju oko „bipolarne suprotnosti Mreže i Sebstva“* (ID1: 39), označavajući kao mrežu jedan privredno-tehnološki hibrid, koji je i izvor dominacije, naspram partikularističkih identiteta koji se opiru kolonizaciji. Nema dileme da je ovo komplementarno habermasijanskom viđenju napetosti između sistema i sveta života, empirijski upodobljenom za novi milenijum. Kritička oštrica Kastelsove sociologije upravo je ono što je nedostajalo izvornoj Frankfurtskoj školi, koja je kulturnu hegemoniju umnogome izjednačavala sa socijalnim, potiskujući socijalno u ime vrlo estetizovane kritike društva (Honneth 1991), i ta konflacija društva i kulture postaje blaža kod Kastelsa, koji se čak i eksplicitno (mada ne i suštinski) distancira od Frankfurtske škole, istovremeno potvrđujući Habermasa. Odnosno, Kastels poverava sociološki ono što je prvobitna Frankfurtska škola registrovala prvenstveno u kulturi. Naravno, tenzija instrumentalizovanog i nekolonizovanog života prisutna je i kod drugih kritičkih studija,

poput Delezovog biologističkog rivalstva između drveća i rizoma ili Liotarovog postmodernog stanja.

Budući da je sagledavanje celokupne globalizacije gotovo istraživački nemoguće, posmatranje mreže kao globalne komunikacione mreže Kastelsu je pomoglo da uvidi da su društvene prakse sada *planetarno sinhronizovane* i da privreda poseduje potencijal da radi u realnom vremenu, kao jedna proizvodna jedinica, u kojoj mogu da cirkulišu informacije, znanja, ljudi i roba. U pitanju nije samo medijska tehnologija, niti je ona ključni uzrok savremene globalizacije, ali koordinacija svetskih berzi i mogućnost da firma bude na jednom a dobavljač na drugom kontinentu, odnosno specifičan organizacijski oblik današnje privrede i društva, Mreža svakako duguje digitalnim medijima. Digitalno takođe stavlja naglasak na *performativnost*, čineći opravdanim simboličku zamenu nevidljive ruke računarom. Valja napomenuti da Kastels ne vidi globalizaciju kao opšti proces, budući da se stvara vrlo *asimetrična mreža*, gde neka mesta dominiraju nad drugima, tako da u svetskoj hijerarhiji neki mogu biti proglašeni nepotrebnim, beskorisnim za ukupan performans, i stoga bivaju diskonektovani. Globalizacija, dakle, kod Kastelsa produbljava nejednakost i jaz između dominantnog *trougla bogatstva, moći i tehnologije* (ID1: 132), sastavljenog od zemalja Severne Amerike, Evropske unije i azijskog Pacifika, naspram isključenih delova planete koji nisu prepoznati kao profitabilni.

Time se pokazuje da ni optužba Boba Džesopa (Jessop 2003) o Kastelsovom desničarskom slavljenju kapitalizma ne stoji, budući da je svet obeležen jasnom kontradikcijom mreže i sopstva, dominantnog trougla i isključenih kolektiva. Sama društvena struktura je razapeta između surovog algoritma i slabih društvenih skupina. Medijsko-finansijska metamreža globalnog društva deluje kao „*kombinacija čvrste arhitekture i promjenljive geometrije*“ (ID1: 178). To joj daje fleksibilnost da se znatno lakše suprotstavi otporima, koji moraju nalaziti sve inventivnije načine da uzdrmaju globalnu strukturu, koju Kastels i pored blagonaklonosti prema različitim alternativnim akterima, vidi kao dominantnu na duži rok. Postoje i kritike da i sam Kastels lako kombinuje svoje nalaze, te da s blagim pomeranjem fokusa teorija može postati kritička ili apologetska (Ampuja 2012). No, ostaje i činjenica da u svojim zaključcima Kastels ne dozvoljava toliku poletnost kao u ponekim studijama slučaja, i priznaje prevlast strukture nad ljudskim akterima. Ukazujući na „*nadmoćnost društvene morfologije nad*

društvenom akcijom” (ID1: 493), Kastels suštinski poručuje da će dinamika umreženog društva teško biti poljuljana.

Stoga je Kastelsova teorija povezala medijaciju i kritiku kapitalizma. Oslanjajući se na medij teoriju, možda čak i više na Harolda Inisa no Maršala Mekluana, veza znanja i moći ustrojena je od globalnog trougla preko pojedinačnih država i korporacija do običnih ljudi kojima preostaje da se snađu na neljudski performativnom tržištu i metadruštvenom neredu jedne civilizacije na umoru. Može se zaključiti da je Kastels ispratio Inisovu „gramatiku kapitalizma“, uvideo umrežavanje kao ekspanziju globalnog trougla, gde laki mediji podupiru kompletnu osvajačku logiku i dinamiku. Kastels pokazuje da naglašenu kosmopolitsku kulturu i talase demokratizacije kao i kod Inisa dijalektički prati tehnološki osnaženi militarizam i komercijalizacija. Inisov termin imperijalizam Kastels stidljivije koristi, prvenstveno jer se suviše često koristio kao etiketa. No, da se neke zemlje ponašaju imperijalistički, i da se koriste tehnologijom kako bi povezale znanje i moć, bilo da su to berzanska ili pop-kulturna znanja, ili pak vojna ili meka moć, svakako je ono što Kastelsova istraživanja potvrđuju.

Ovo je ujedno i kontekst unutar kojeg Kastels posmatra i pojedinačna društva, odnosno, poseban *trougao birokratije, civilne sfere i tržišta*, čiji su međusobni odnosi postali briga levičarske političke misli usled krize socijalne države. Rigidno razdvajanje ovih sfera postalo je manje prihvatljivo u situaciji kada država treba da obezbedi uslove za razvoj tržišta, a ono pak da služi blagostanju građana. Podsetimo se da Habermas ovde vidi politički obračun sa ciljem postavljanja društveno-ekonomskih pravila, kao i da nam je poznat neoliberalni pobednik. Ta “pozitivna subordinacija” države kapitalističkoj ekonomiji značila je i stalni gubitak kontrole nad društvenim procesima, bilo da je to trgovinski ili budžetski deficit ili sve samostalnija medijsko-kulturna sfera. Od aktera civilnog društva se očekivalo da ukažu na neophodnost koordinacije privrede i birokratije, kao i da sačuvaju svet života. Takođe, civilno društvo trebalo je da se uzajamno ispomaže sa državom u procesu dvostruke demokratizacije. Paradoks se sastoji u tome da je levičarska teorija morala da pronađe rešenje prema kojem civilno društvo, koje ne može da opstane bez države, treba da ograničava moć države, a formula se ponavljala u slučaju tržišta, bez kojih civilna društva ne bi preživela, a ujedno su morala da zaustave destruktivne tržišne prakse. No, država je sve više gradila

konkurentnost i produktivnost, umrežavala se sa korporacijama i omogućavala tehnološki razvoj, neretko na štetu samog društva.

To jest, dok je politička teorija levica sve više ličila na *harmoničnu doktrinu* međusobnog ograničavanja administracije, civilne sfere i tržišta, to su se njihovi realni odnosi sve više razlikovali od idealne ravnoteže i društvenog pluralizma, zasnovanog na participaciji vrlo angažovanih građana. Empirijski gledano, moć civilnog društva i državni kapaciteti propadali su zajedno znatno brže no kad je država širila svoje nadležnosti i upadala u krizu legitimiteta. Suvišna birokratizacija, po svemu sudeći, bila je uspješnija brana kapitalističkoj privredi, iako je u socijalističkim zemljama proizvodila slabije rezultate. Kastels se ovde razdvaja od normativnog modela prema kojem bi trojstvo sprečavalo kontradikcije i konflikte restrukturirajući veze između privrednog, birokratskog i civilnog polja. U stvari, kapital je bio globalizovan, a građani sve netolerantniji, skloni izolacionizmu i ksenofobiji, čineći civilno društvo skupom plemena. Država, paradoksalno napadnuta i od strane svojih korisnika kao i od velikih poreskih obveznika, u stvari se osudila na tiho propadanje.

Ovo pokazuje bar dve stvari. Prva, da Kastels neprihvatanjem harmonične doktrine otkriva svoju kritičku perspektivu. Informaciono društvo jeste *društvo nejednakosti* (ID1: 250), jedan “*metadruštveni nered*” (ID1: 500) kojeg karakteriše “*varvarsko-nomadaska dinamika*” (ID2: 361). To jest, Kastels registruje strukturnu dominaciju i političku ekonomiju u njenoj pozadini, ne prihvatajući da je umreženo društvo vrednosno neutralno. Čak pokazuje karakteristike poznog Deleza, koji svoje rizome i nomade više ne posmatra kao neuhvatljive alternativne subjekte, već kao strategije koje su preuzeli i glavni nosioci moći, odatle ta “*varvarska dinamika*” i umreženo društvo kao “*kombinacija čvrste arhitekture i promjenljive geometrije*” (ID1: 178). Drugo, ovo je bitno za medijalizaciju upravo zato što njeni glavni predstavnici takođe pripadaju ako ne funkcionalističkoj a onda bar harmoničnoj levičarskoj doktrini. Iako se pozivaju na relativnu autonomiju institucija, oni je ne posmatraju kritički. U umreženom društvu, relativno autonoman akter bliži je altiserovskom ideološkom aparatu no poželjnom faktoru balansa. Kritička teorija mora da pokaže skepsu prema medijalizaciji zamišljenoj u vidu osamostaljivanja medijske organizacije pomoću procesa komercijalizacije, koja je tek jedan aspekt habermasovskog političkog obračuna.

Čak i kada se uvede doza opreza, te pretpostavi da bi se u istraživanju prepoznao stepen postignute medijalizacije, i dalje se, uz izuzetak kulturalne perspektive, dublje ne problematizuju aspekti medijske logike, njen monitoring skandala moćnika i stvaranje poželjnih obrazaca ponašanja kao doprinosa održavanju ideološke hegemonije. Ili kako komercijalna logika medija vrši stalni pritisak da informativa simplifikuje sadržaj kako bi postala profitabilna (Curran 2011: 22), i približava se zabavi i računarskoj industriji (Carey 2011: 102), zaokružujući neoliberalni model. Dakle, sistem je već multimedijски i korporativan (Castells 2010b: xxxii), deo metamreže društva zajedno sa finansijskim tokovima. Kao jedina prepreka da se medijska sfera ne pretvori u kompletan epifenomen kapitalističke privrede (Herman & Mekčesni 2004: 185) izgleda da stoji konfliktna priroda samog društva, koja *medije* pozicionira kao “*sponu između gospodarske, kulturne i političke moći*” (ID2: 260). Iako su postali *teren borbe*, to naravno ne znači da su ove moći toliko ravnopravne da bi se još jednom ponovila iluzija o harmoničnom uravnotežavanju, koje bi medije učinilo autonomnim u onom smislu kako bi bilo poželjno.

U stvari, mediji, usled *umrežavanja proizvodnje, distribucije i marketinga, uklanjanja regulative, koncentracija vlasništva i širenja oligopola*, prvenstveno su preduzeća koja pokušavaju navedenim poslovnim potezima da stvore određenu sinergiju, odnosno, veći profit uz manja ulaganja. Kastels nalazi “sedam veličanstvenih” korporacija kao jezgro svetske medijske mreže (MK: 104), koja odavno sprovode vertikalnu integraciju u želji da povezivanjem nekad odvojenih medijskih sektora dodatno zarade. No, Kastels registruje i nestalnost ovog ukрупnjavanja, pošto je merdžer AOL-a, kompanija Time i Warner stvorio giganta pre nespretnog na tržištu no uspešnijeg u poteri za profitom. Usled toga su se firme i razdvajale, ali i započinjale specifičnu saradnju sa konkurencijom. To jest, firme s kojima bi se takmičile na tržištu ujedno bi bile i partneri, te bi sem kompeticije odnos činile i unakrsne investicije, a možda i zajednički menadžeri i članovi odbora. Mreža je tako zamišljena da su prijatelji i neprijatelji isti, u zavisnosti od trenutne situacije i konkretnog posla kojim se bave. Tako se može naći primer da se Mardok suprotstavljao Google-u u slučaju video platformi na internetu (Youtube vs Hulu), ali da je sarađivao s Google-om u slučaju društvene mreže MySpace, kako bi ugrozili Facebook.

Kastels želi da naglasi da ni korporacije nisu toliko sigurne i moćne koliko se pretpostavlja, i da ih tržišni pritisak stalno tera na nove poslovne avanture. Internet je samo doprineo složenosti problema, pošto je sada bilo potrebno *uvezati demasifikovanu publiku, nove platforme i prihode od marketinga*, a da istovremeno, kao što je naznačeno, Time-Warner-AOL merdžer to nije uspešno radio. Odnosno, sama integracija računarske i industrije zabave sa izdavaštvom, koja bi u klasičnom modelu poslovanja proizvela pozitivne rezultate, na globalnom tržištu nalazila je više teškoće nego koristi. Nije više bilo moguće samo reprodukovati jedne te iste medijske forme i širiti ih na sve više platformi, jer publika više nije bila toliko pasivna. *Tenzija između korporativnog i korisničkog domena* iziskivala je neke ustupke od nekad nedodirljivih medija. Oni nisu mogli samo da nastave da centralizuju proizvodnju i standardizuju sadržaj, a da ih publika sa znatno većim izborom kanala i platformi ne napusti. Stoga je Kastelsova *masovna samokomunikacija u stvari fenomen koji je primorao medije na promenu u pogledu proizvodnje i distribucije sadržaja, kao i marketinških praksi*.

To jest, moralo je da dođe do “*interakcije između horizontalnih i vertikalnih mreža komunikacije*” (MK: 100). Publika je postala producent i to može da se iskoristi ali i zloupotrebi. Kao pozitivan primer Kastels navodi televiziju Current Ala Gora, gde profesionalci uređuju amaterski sadržaj, dok je dominantna praksa održavanje platformi za izražavanje korisnika, koji će više stvarati uslove za njihovu samokomunikaciju i ubirati plodove uvrštavanjem fokusiranog oglašavanja, nego što će se dublje petljati u produkciju sadržaja. Štaviše, publika bi značajnije mešanje prepoznala kao manipulaciju, a pokušaj naplaćivanja korišćenja platforme bi možda izazvao i odliv korisnika ka drugim socijalnim mrežama. To jest, koliko korporacije žele da u potpunosti otuđe rad običnih ljudi, toliko postoji opasnost da potrošači odu i kod konkurencije. No, to ne pretpostavlja veliku snagu korisnika, štaviše, Kastels podeća da oni i dalje spadaju u upravljane a ne upravljače (ID1: 398), da platforme strukturno individualizuju ljude, nastoje da spreče formiranje alternativnih kolektivnih aktera, ne žaleći zbog potencijalnog razvoja “elektronskog autizma” (MK: 95), pristrasnih medijskih niša i zabavljačkih koliba, ukoliko im to donosi profit.

Kastels je svestan da je *masovna samokomunikacija bespomoćna bez koordinacije nekog društvenog pokreta, pa i samih korporativnih aktera*, jer bi se lako fragmentirala u “svijet slomljenih zrcala” (IG: 226), odnosno mnoštvo iskustava koji se

distanciraju od zajedničkog svetonazora društva. Zato Kastels nastoji da ojača samokomunikaciju pridodajući joj masovnost koja je često i ne krasí, budući da se bez nje samokomunikacija svodi na narcisoidni razgovor sa istomišljenicima. Zato Kastels ipak ne odbacuje levičarsku misao o obostranom uravnotežavanju socijalnih domena, pa kao i u slučaju korporativnih partnerstava i sami korisnici mogu biti prijatelji i neprijatelji prema različitim medijskim organizacijama. Tako Kastels zaokružuje umreženo medijsko društvo. Naime, iako firme poput Google-a nadziru korisnike i prodaju podatke o njima zainteresovanim stranama, ljudi će prepoznati interes da u savezu s Google-om brane internet neutralnost, u smislu jednakog pristupa komunikacionoj infrastrukturi i uslugama, bez razlike u cenama za bogatije aktere, koji bi operaterima doneli veći novac, i običnih građana koji pojedinačno to ne mogu nadoknaditi. Dinamika između korisnika i korporacija, koja je deo medijske logike, kao i uspostavljanje autonomije u kontekstu kontradiktornih odnosa na tržištu i prema državi i civilnom društvu, očigledno je znatno složenija i protivrečnija nego što teoretičari medijalizacije prepostavljaju.

7.2.2. Kultura stvarne virtualnosti

Sredinom devedesetih godina, teorija umreženog društva Manuela Kastelsa pojavljuje se u momentu kada vlada niz predrasuda o digitalnoj tehnologiji. Ona je antropomorfizovana, može da se zarazi virusima kao ljudska bića, poseduje svest, ima uverenja. Takođe, može da obradi podatke na kvalitetniji način nego čovek, i stvara iluziju da se bez nje maltene ništa ne može napraviti. Čak i sam Kastels podleže euforiji i definiše medijske tehnologije kao “mentalnu infrastrukturu” naše komunikacije (ID1: 356). Naravno, za razliku od prethodnih medija, internet je zaista mašina mogućnosti (Galloway 2012: 19), za koju su se razumljivo vezivale različite metafore od informacionog autoputa i kiberprostora do gotovo nematerijalne, duhovne mreže. Razlog tome nalazi se u glavnoj karakteristici nove tehnologije, koja je ujedinila različite modalitete komuniciranja, od audiovizuelnih i pisanih, preuzimajući elemente neposrednog komuniciranja nedostupnih ranijim tehnologijama, te konačno računarskoj obradi ove kompletne realnosti kroz čist matematički niz nula i jedinica. Rečima Fridriha Kitlera, sadržaj svih čula, kao i realno, simboličko i imaginarno, postaje sistem

jednačina. U istoriji Kitler nalazi samo dva slična primera. Devetnaestovekovni, kada se sav sadržaj stapao u medij štampe, koji je očigledno sakatio pismu nesklona čula i ograničavao realno i imaginarno prvestveno u audiovizuelnom pogledu. I antički, kada je grčki alfabet predstavljao i cifre, to jest, pismo je ujedno bilo osnova jezika i algebre.

Pojavom računara, tehnički slabiji prethodnici istinski postaju “supertekst” koji daje kohezivnost čitavoj kulturi, koja je sada “posredovana komunikacijom i zbiva se kroz nju” (ID1: 357). Istraživačima medijatzacije poznata je razlika između realnosti i medijske konstrukcije, ali Kastelsova kultura stvarne virtualnosti ne samo da je sasvim zaokružila novonastalo postmoderno stanje no je i koncept koji nedostaje trenutnoj medijskoj logici. S jedne strane, medijatzacijskom pristupu je jasna tendencija medija ka efemernim stvarima, zabavi, jurnjavi za profitom i publikom, konfliktom, dramom, personalizacijom, ali *konvergencija informative, računarske i industrije kulture* predstavlja nešto znatno više od toga. Ona meša pravila nekad odvojenih sfera, primenjuje forme jedne u drugoj, najčešće masovne kulture u informativi, a onda i političkom i drugim poljima. U trenutku kada političar postane akter dramskog sukoba, kada mora da demonstrira ljudskost i emotivnost, a ne ozbiljan politički program, mi smo ušli u “*zajednički kognitivni obrazac*” (ID1: 398). S druge strane, budući da to nije samo poslovna integracija, budući da internet nije masovni medij sa publikom koja može samo da interpretira emitovani sadržaj nego stupa i u interakciju sa drugima, dodatno relativizuje dominantna značenja ali i kreira sasvim nove sadržaje, “*višestranu semantički kontekst*” (ID1: 399) dobija nesagledive, fantastične oblike, koje čak metafore kiberprostora i autoputa ograničavaju.

Jasno je onda i izbegavanje da se takav kaos i definiše i opiše. Šta uopšte reći o fenomenu gde su svi kulturni izrazi obuhvaćeni? “*Od najboljeg do najgoreg, od najelitnijega do najpopularnijeg, stoje zajedno u ovome digitalnom svemiru i povezuju se s prošlim sadašnjim i budućim manifestacijama komunikativnog uma u golemi povjesni supertekst*. Na taj način oblikuju novi simbolički okoliš. One (vrste kulturnog izražavanja) virtualnost čine našom stvarnošću” (ID1: 399). Naravno, može se prigovoriti da se ovim mistifikuje stvarna globalna kultura, ali Kastel postavlja dovoljno ograda. Svestan je da postoji avangarda u vidu hakerskih grupa, preduzetnika i tehnokrata koji su stvorili temelje nove kulture (IG: 48). Takođe mu je jasno da “*nejednakosti na internetu*” (Castells 2010a: 377) podrazumevaju i nejednakost

reprezentacija, neproporcionalnu predstavljenost različitih delova sveta, tako da postoji više članaka o Antarktiku nego o najvećim državama Afrike (Graham 2014: 114). Mnoge stvari biće prosto preslikane iz “starog sveta”, no to suštinski ne remeti glavnu poentu: čovečanstvo je oduvek “postojalo i djelovalo kroz simbolički okoliš” (ID1: 399). Čak i Kastelsovo bodrijarovsko preterivanje da uopšte “nema odvajanja između 'stvarnosti' i simboličkog predstavljanja” govori nam da je kultura u određenom smislu uvek bila virtualna, uvek se konstruisala svojevrsna slika sveta, zemlje kojom su šetali bogovi, gde se moglo nabasati i na pakao, oko koje se okreće Sunce. Nešto što je možda (ne)postojeće, čiji stvarni egzistencijalni status ne znamo ili nimo znali, bilo je ravnopravna predstava u nekadašnjim, a možda i budućim svetonazorima, prema čemu ljudi mogu da se orijentišu, kao što se i sada orijentišu prema lažnim vestima.

Navedeno je u nekim trenucima ljudske istorije bilo stvarno, bilo istina bez dileme, za srednjevekovnog čoveka pakao je bio na dva dana hoda. Ovaj prosti nalaz ne može biti mistifikacija, niti pokušaj da se danas u apsolutno sve sumnja, kao da svi metanarativi padaju i nastupa “*koegzistencija svega*” (ID1: 402). Kultura stvarne virtualnosti je “*sustav u kojem je sama stvarnost (to jest ljudsko materijalno/simboličko postojanja) u potpunosti obuhvaćena, posve uronjena u virtualnu postavu slika, u izmišljeni svijet, u kojemu pojave ne postoje samo na ekranu pomoću kojeg se iskustvo komunicira, već same postaju iskustvo*” (ID1: 400) Postmoderna očigledno uzima svoj danak onda kada religijske poruke stoje uz sadističke video igre i pornografiju (ID1: 402). Medijska logika omogućava nemoguće susrete i vrši transfer pravila i vrednosti iz nekada jasno razdvojenih sfera. Kultura stvarne virtualnosti podseća da mi ne možemo biti sigurni koja sfera će naredna stradati, biti prevrednovana, mada kapitalistička podloga umreženog društva može da nam omogući bar sugestiju. To jest, *industrija zabave je “preovladavajuća ideologija”* medija (ID1: 361) u prvoj instanci. Zaista će dokoličarska i potrošačka ideologija “oblikovati upotrebu, percepciju i, konačno, društvene posledice multimedija” (ID1: 394). Kastels je vidno u deficitu s primerima iz popularne kulture, pokazujući da je ipak, na kraju krajeva, prvenstveno sociolog. Ipak, primer s TV serijom Murphy Brown pokazuje Kastelsovu nadu da, za razliku od klasične industrije kulture, virtualnost bude oblikovana i od strane manje moćnih, a konstruisana čak i od strane publike.

No, ta publika se nalazi u specifičnom kontekstu, u kojem se, uz industriju zabave, prepliću prošlost, sadašnjost i budućnost, problematizuju ideje progresa i tradicije, stvarajući ono što Kastel naziva *bezvremeno vreme*. Vreme simultanosti na velikim razdaljinama, vreme kada su fundamentalistički pokreti istovremeno ultra-moderni u medijskim praksama, kada ljudi traže identitete na internetu, rečju, kada je samo shvatanje vremena poremećeno. Ili medijalizovano. Životni, pa i reproduktivni vek je produžen, radno vreme je fleksibilno, smrt je medijskom eksploatacijom postala “točkica na ekranu” (ID1: 476), što menja i religijske rituale, stilove života ili preispituje rodne identitete. To da se smrt odbacuje još može da se sagledava u sklopu sveopšteg trenda ka uklanjanju prepreka ka čistoj zabavi, pri čemu će se mediji potruditi da celodnevno osujećuju pokušaje egzistencijalističke kontemplacije, ali ostali elementi teže pronalaze puku ekonomsku bazu i čiste su medijske tvorevine. Ne postoji ništa zabavno u krstaškim medicinskim ratovima, savetima i stilovima života koji nameću zdravstvenu disciplinu i određeno estetsko pomodarstvo, čineći čitava društva “simbolički liječenim sredinama” (ID1: 479). Ovo ne pripada zabavi već je medijska eksploatacija strahova koje je svako društvo rešavalo na onostran ili ovostran način.

To je medijsko-kulturni kontekst u kojem različiti akteri pokušavaju da nađu smisao, od kosmopolitske do fundamentalističke verzije nekog stabilnog identiteta, mada i mnogi odlučuju da bez većih problema surfaju na talasima konzumerizma. U svakom slučaju, publika se određuje prema svom odnosu sa kulturom stvarne virtualnosti, to jest, publika je svojim delovanjem delimično i proizvodi. S druge strane, sam multimedijски sistem pokušava da pacifikuje publiku, istovremeno joj obezbeđujući plasman sadržaja sa sve više kanala, ali neretko to prati stara industrijska logika, centralizovana proizvodnja koja se samo prenosi preko više platformi, dok i dalje barata veštačkim pojmom publike (MK: 163) i očekuje samo tržišnu reakciju. No, sama publika sposobna je da selektuje i tumači poruke. Čak i ako sve prolazi kroz usko korporativno grlo, ako se publika oslobađa samo ukoliko njena delanja mogu da se komercijalizuju, ipak korisnici poput “kolonije mikroorganizama” pokazuju fleksibilnost i interaktivnost koja sprečava nekadašnju masmedijsku kontrolu. Publika sada ne samo da može da interpretira u skladu s kodovima ličnog iskustva, no i da to značenje podeli sa ostalima. Štaviše, da interaktivno proizvede sadržaj koji nije samo reakcija na jednosmerni protok informacija već je nešto sasvim novo.

To da je *pošiljalac/primalac centralna figura internet galaksije* svakako nije nešto što je otkrio Kastels, ali jeste ponudio teoriju koja kreativnu publiku čini nezaobilaznim elementom svake medijalizacije. To u Kastelsa nisu samo angažovani korisnici poput aktivista u društvenim pokretima, o kojima će kasnije biti reči, već se zaista misli na obične ljude i njihova ne preterano gerilska bivstvovanja u medijskoj sferi. No, to što publika više nije vezana za mali broj kanala već uvodi jednu dinamiku u medijsko tržište, koje mora da nađe sve kreativnije načine da dođe do profita, nudeći besplatne platforme za samoizražavanje korisnika, pokušavajući da njihove sadržaje poveže sa oglašivačima a da to korisnici ne prepoznaju kao ugrožavanje privatnosti. Rečima Aksela Brunsa (2008: 31-33), publika je roj o čijoj košnici medijska kompanija mora da brine. Mora da zna gde roj sleće i gde ostavlja plodove, da ubire profit od roja a da mu ne otme suviše, jer žetva koja suptilno i fleksibilno ne obavi posao može da bude kontraproduktivna. Roj bi preterane načine ubiranja zarade, kao i kopirajterstvo i reklamerstvo, prepoznao kao preveliko mešanje u živote korisnika i eksploataciju njihove kreativnosti. Zbog toga interakcija vertikalnih i horizontalnih mreža komunikacije (MK: 100) nije određena samo sa korporativnog vrha.

Kastels takođe ukazuje i na suvišnu *personalizaciju iskustva* na internetu, gubljenje opšte društvene perspektive, tako da postoji samo “moj hipertekst” (IG: 224). Kod Kastelsa uvek postoje upozorenja na opasnost stvaranja izolovanih svetova, “elektronskog autizma” (MK: 95), “psiholoških zastranjenja” (ID1: 386), koji sprečavaju da se deli smisao u društvu, te pokušava da nađe kulturne mostove koji bi uspeali da reintegrišu “svijet slomljenih zrcala” (IG: 227), odnosno dovedu mrežu i sopstvo u povoljniji odnos. To jest, koliko pokazuje svest o brisanju zajedničkog iskustva i individualizaciji u kojoj korisnik može da odstrani bilo šta što smatra nepoželjnim (Bauman 2007: 107), što izaziva freudijansku nelagodu u kulturi (Terkl 2011: 37), toliko Kastels pokušava da pronađe i potencijalne emancipatorske aktivnosti, “interaktivno društvo” (ID1: 386) naspram “obrasca trenutnog zadovoljstva i suviše potrošnje” (IG: 71), kako ne bi zatvorio mogućnost za lične i socijalne transformacije.

Zabrinutost, kao i nastupajuće društvo kontrole, jeste manje u fokusu Kastelsovog rada, koji za krupnije probleme smatra uspon fundamentalizma i promene u političkoj sferi, što su mu, sem društvenih pokreta, najkrupnije studije. Onda kada medijska logika sve manje poseduje sposobnost da deluje konvergentno, da nametne

određeni ideološki pogled na svet, počinju da se razvijaju komunalni identiteti koji se suprotstavljaju kulturi stvarne virtualnosti, koristeći se njenom tehnologijom. Kastels nalazi da ljudi s novim tehnologijama zaista mogu razviti nove zajednice, povezujući teritorijalno razbacane aktere. Oni uvek nadrastaju lokalne zajednice i stvaraju zajedničke identitete koji mogu biti otporaški ili projektni, u zavisnosti da li se samo brane od nečega ili ciljaju na dublju društvenu promenu. Kastels je svakako blagonakloniji prema kosmopolitskim mrežama, koje mogu ujediniti najraznovrsnije aktere, od direktno ugroženih ljudi, poput domorodaca u meksičkoj pokrajini Čijapas, do severnoameričkih aktivista i nevladinih organizacija koji bi internacionalizovali problem, stvarajući globalnu građansku neposlušnost. Ne postoje, dakle, više klasična civilna društva u nacionalnim granicama već su u pitanju policentrične, segmentirane, ali ideološki integrisane mreže, koje se brzo organizuju zbog nekog protesta ili inicijative.

Budući elektronski opremljeni čak i za stvaranje međunarodnog mnjenja, Kastels proklamuje *obrtanje fukoovskog panopticisma*, u smislu da civilne organizacije vrše društveni nadzor koji su nekad mogli samo državni aparati (ID2: 306). Na ovo će godinama kasnije da se nadoveže Džon Kin sa idejom monitoring demokratije, sa mnoštvom aktera koji nadgledaju državne funkcionere i ukazuju na pogrešne, nemoralne ili koruptivne radnje (Keane 2009). U ovo spada sad već čuveni Wikileaks, koji je hakerske prakse iskoristio za dolazak do bitnih informacija, koje su bile skrivene i pod kontrolom političkih i ekonomskih moćnika, a sada prosto nezaustavljivo cure i cirkulišu na internetu, gde se mešaju sa takozvanim “fake” vestima, što, valja priznati, više odgovara suparnicima Wikileaks-a. No, s druge strane, pokušavajući da naglasi to obrtanje panopticisma, Kastels zanemaruje da su i dalje najsnažnije poluge nadzora u rukama najmoćnijih aktera, i da prisustvujemo sukobu baza podataka i totalnom nadzoru, u kojem učestvuju kako hegemoni tako i alternativa. Zbog toga Kastels stavlja na stranu čitav problem big data i društva kontrole, iako ga je svestan ipak smatra da nije bio bitniji od aktivističkog nadzornog delovanja. No, budući da je stvar komplementarna teoriji umreženog društva, a sada i sasvim aktuelna, izostavljanje je stvar ličnih preferencija i angažovanijeg pristupa, donekle Kastelsovih utopijskih nada, i svakako može u budućnosti da nađe mesto u Kastelsovoj teoriji.

Ono gde Kastels ostavlja pečat definitivno je tačna prognoza da će fundamentalizam “činiti najdrskiju, beskompromisnu prijetnju jednostranoj dominaciji informacijskoga globalnog kapitalizam” (ID3: 378). Protivnici nisu, kao nekad ili kako bi levi radikali želeli, potekli iz klasne kontradikcije, no je tenzija mreže i sopstva odista pravilno sagledala vrlo novi svet. Od glasača Donalda Trampa do bogataša Osame bin Ladena nisu najugroženiji socijalni slojevi predvodili otpore svetskom kapitalizmu. Sopstvo koje se diglo protiv instrumentalizma informaciono-kapitalističke mreže bilo je uvek etničko, religijsko i istorijski ukorenjeno. Čak i u pozitivnim primerima, poput domorodaca u Čijapasu, kultura meksičkih starosedelaca nije mogla biti odbačena kao inferioran ili nebitan aspekt njihove borbe, već su je oni štitili isto kao i poljoprivredna polja ugrožena tek sklopljenim spoljnotrgovinskim ugovorima. U slučaju islamističkih terorista stvar je očigledno ozbiljnija, ali jasno je da je internet dopustio nesmetanu organizaciju ekstremista, čak i regrutaciju novih članova, nezadovoljnih životom na marginama zapadnih društava.

Ovde su istraživači medijatzacije neshvatljivo zaobišli problem. Stig Hjarvard se posvetio medijatzaciji religije u skandinavskim zemljama, i očekivano registrovao podršku gledalaca u slučaju kritičkog, pa i satiričnog bavljenja agresivnim aspektima religije, kao i da su religijski konflikti, posebno s islamističkim predznakom, ono o čemu gledaoci traže najviše izveštaja. Hjarvard se strogo držao toga da medijatzacija mora biti deo šireg procesa sekularizacije (Hjarvard 2013: 79), kao i da je čitava priča o smrti sekularizacije više mit nego stvarnost, čak i nakon sukoba sa karikaturistima koji su prikazivali Muhameda. Andreas Hep nešto je oprezniji, ukazujući da medijatzacija deteritorijalizuje zajednice i identitete, da je osećaj pripadnosti sve više “translokalan, post-tradicionalan i situacionalan” (Hepp 2013: 100). Zaobilazeći Al-Kaidu, glavnog suparnika samog umreženog društva, koji možda sadrži vrlo modernističke elemente ali teško da je post-tradicionalan i sekularan, istraživači medijatzacije nisu uvideli ni konačan rezultat kritičkog izveštavanja svojih medija: zaplašivanje sopstvene publike, dalje širenje orijentalističkog diskursa o retrogradnim vernicima, produbljivanje jaza prema muslimanskom stanovništvu, te prenošenje terorističkog spektakla, u kojem islamisti ne haju ni za sopstvene živote, čiji fanatizam dodatno kultiviše čvorove fundamentalističke a ujedno i decentralizovane mreže.

U Sjedinjenim Državama Kastels primećuje kako same multimedijske korporacije podržavaju povezivanje militantnih patriota u informacione mreže paranoje i ljutnje. I to ne samo radeći kao njihovi provajderi preko čijih platformi se netrpeljive grupe organizuju i privlače nove članove, nego nalaze interes i da poseduju kablovske kanale ili radio stanice koje prenose emisije u kojima se ističe ugroženost belih protestanata naspram “femi-nacija” i “eko-ludaka”. Ako se objavljuje nedopustivo, to jest, ako se izopačene ili nepoštene ideje (ID2: 300) šire među ljudima, onda će milionska publika teško moći da se snađe u medijski konstruisanom, apokaliptičkom svetu. Prateći publiku, njihove strahove i bes, korporacije im prosto podilaze sadržajima koji jačaju protekcionističke i izolacionističke stavove, a ekstremizam se toleriše na nivou mnoštva diverzifikovanih kanala. Ni glavne televizijske mreže ne mogu da izbegnu ovu formulu. Naime, jureći za profitom, izlazilo se u susret simpatizerima Trampa. Kada je Tramp kritikovan da je nekada ilegalno zapošljavao poljske imigrante, novinari (NBC) bi istakli prilog u kojem jedan od imigranata podržava Trampa. Ili kad je prihvatio podršku bivšeg člana KKK, njegovo slabije distanciranje od rasističke organizacije tumačilo bi se kao poštovanje političke kulture južnjačkih glasača (CBS). Rečju, Tramp je ponuda koja odgovara potražnji.

Kao i istraživači medijatzacije politike, Kastels nalazi sve veće prihvatanje pravila industrije zabave u vidu dramatičnih sukoba sa junacima i žrtvama, koji uprošćavaju poruku i naglašavaju sve nedostatke sistema. Kastels uviđa razliku između realnog stanja stvari i percepcije tih stvari, tako da političke afere, korupcija ili ideološko neslaganje mediji uvećavaju po principu simulakruma. Svaki institucionalni incident udara u same temelje poretka, svaka koruptivna radnja je dokaz iskvarenog establišmenta, a ideološke razlike postaju nepremostive. Kastels je ovde preduhitrio teoriju medijatzacije, najavljujući da će ovu radikalnu društvenu i moralnu eroziju zaustaviti “spasitelj”, i američki predsednici redom sebi zadaju mesijanske zadatke koje ne mogu da ispune, dalje potkopavajući poverenje u sistem. Ova emocionalizacija politike, odnosno izjednačavanje emocionalnog i političkog mozga (MK: 183), koje medije postavlja u centar zbivanja, jeste Kastelsov glavni doprinos medijatzaciji politike. Stvarna delatnost think tankova, i oslanjanje na takozvani “trezor glasača”, odnosno baze podataka pomoću kojih se mikrokoordinira distribucija poruka, ima svoje

temelje u ograničavanju hladnog rezonovanja, tako da javnost ne razmenjuje argumente no sentimente. To nas dovodi do nalaza o regresiji same medijske kulture.

7.2.3. Mreže društvenih promena

Budući da je proglasio kulturu izvorom moći, gde se akteri bore oko obrazaca ponašanja i društvenih značenja, Kastels se samovoljno pozicionirao kao kritički teoretičar. Moć deluje u umovima ljudi nametanjem svetonazora, a uloga medija u tome jeste da utiču na odnose moći između različitih učesnika. Medijalizacija se pojavljuje kao promena medijskih praksi učesnika i njihovih pogleda na svet, kao rezultat sveukupnog međuodnosa društvenih, kulturnih, medijskih i komunikacionih promena. Mediji mogu da narativno uokvire svaki događaj, da ponude metaforu ili analogiju, čak emociju, koji će odgovarati jednoj od sukobljenih strana, te tako proizvedu dominantno značenje. Mediji takođe mogu da povežu saveznike, delujući kao “oruđa za mobilizaciju, organizaciju, deliberaciju i koordinaciju” (NOH: 257). Ako se protive hegemoniji, mogu da dovedu i do reaproprijacije značenja, da pruže otpor i promene odnose moći. Ta promena utemeljena je u kulturi, koju je Kastels odredio kao proces koji evoluira oko *bipolarnih osa globalizacije i identifikacije, odnosno individualizma i komunalizma* (MK: 153). Ukrštanjem osa, zavisno od tačke susreta na kontinuumu, razvijaju se i *kulturni obrasci umreženog društva: umreženi individualizam, kosmopolitizam, multikulturalizam i brendirani konzumerizam* (MK: 157). Naravno, Kastels se nada trijumfu prva dva, ali smatra realnijim ishodom druga dva kulturna obrasca. Ljudima su njihovi komunalni identiteti i dalje bitni, retko se identifikuju kao građani sveta, a individualizam potpomognut globalizacijom najčešće zadobija svoju brendiranu verziju. Štaviše, *patrijarhalizam i produktivizam* ostaju osnovna načela “institucionalne društvene logike” (ID3: 375).

Koliko god bio posvećen alternativnim subjektima, Kastels kao najčistiji primer društvene promene nalazi Bušovu ratnu propagandu, koja je oživela glavna načela umreženog društva u trenutku kada je postojala nada da je takva društvena logika na zalasku. U poslednjim objavljenim radovima Kastels i dalje nije siguran da li je u pitanju poslednji imperijalni ples ili veliki povratak konzervativizma, a tek se čeka njegov komentar u vezi Obaminog naslednika. Bušova administracija proizvela je

značajne promene čak i u procesu medijizacije, i to na svim nivoima. Na prvom, stadijumu medijacije, rat nikad nije bio bliži od kamera sa transportera ili tenkova, čak i novinara koji su kao deo trupa delili dobro i zlo s vojnicima, gubili život ili korigovali svoj profesionalizam usled patriotski zasićene okoline. Samo iskustvo rata bilo je drugačije nego u vreme prethodnog sukoba sa Irakom, kada su ratna dejstva predstavljala tek efekte na ekranu radara. Ova blizina poremetila je i postulat medijske autonomije, pa i logike, jer su u potrazi za senzacionalizmom mediji žrtvovali distancirano izlaganje informacija, koje nisu proveravane niti kritički razmatrane. U ratnom, odnosno vanrednom stanju, napotrebni je da mediji rade svoj posao, ali ga oni baš tada ne rade (Bennet et al. 2007: 8).

Medijska organizacija može da prepozna svoj *poslovni interes* u saradnji sa državnom administracijom ili drugim akterima političke sfere, to jest, da očekuje profitabilan rezultat sopstvene kolaboracije u proizvodnji zvaničnog narativa. Medijske organizacije sve ređe se drže zaveta kritičkog nadzora. Štaviše, *novinari* mogu biti prepoznati i kao specifični *deo establišmenta* (Jamieson & Waldman 2003: 136), koji stvaraju privid da institucije funkcionišu, odnosno novinari ne nalaze interes da budu avangardna alternativa. Medijizacija opstaje i u kontekstu političkih veza s medijima, i uspešnim spinovima ili praksama funkcionera, poput one da su bivši vojnici saradivali kao stručni konsultanti, dodatno gradeći agendu vlasti. Buš je uspeo da učutka opoziciju optužbama o nedostatku patriotizma, a ni mediji nisu nalazili potrebu da mu se suprotstave, tako da je frejm konflikta zaobiđen, a personalizacija je ipak funkcionisala toliko da su mnogi gledaoci Fox-a smatrali predsednika poslanikom samog svevišnjeg. A s druge strane, onda kada se isti mediji suprotstavljaju Trampu, proizvode kontraefekat.

To jest, *model pristrasnih poluistinitih medija* specifično je stanje medijizacije, koje pokazuje da različiti kanali informisanja stvaraju, a još češće potvrđuju različite percepcije gledalaca, suštinski ne radeći svoj posao nadzora vlasti. Ako opozicija smatra da bi se zamerila glasačima ako dovede u pitanje patriotizam administracije, neće se upuštati u kritiku vlasti i frejm konflikta neće biti uspostavljen. Ako je *publika zaseban faktor medijske logike*, onda je Kastelsovo prepoznavanje uticaja patriotske kulture i publike koja želi potvrdu svog pogleda na svet a ne tačne informacije, veoma bitna korekcija medijskog monitoringa vlasti. Ako publika veruje medijizovanom

predsedniku Trampu, ali ne veruje medijima, da li je to uopšte trijumf političke logike ili novi aspekt medijizacije? Uklešteni između svojih poslovnih interesa, ideala neutralnosti i objektivnosti, kao i stavova gledalaca kao potrošačkog tela, medijima je oduzeta ne samo obaveza no i sposobnost istinitog izveštavanja. Konačno, demonstriran je medijski trijumf identifikacije i komunalizma, i suštinska *slabost masovne samokomunikacije i društvenih pokreta*, čije su aktivističke mreže prozvele sasvim “neimpresivne efekte” (Bennet et al. 2008: 286). A ova studija slučaja je prvi izbor Kastelsa, pomoću koje ilustruje odnos moći i konstrukcije značenja.

Umesto toga, protesti širom sveta morali su da demonstriraju Kastelsovu nadu u masovnu samokomunikaciju i politički aktivizam. Među mnogim slučajevima koje Kastels razmatra, komparacija dešavanja u Kairu i Njujorku, bitno različitim gradovima, omogućila nam je razmatranje socijalnog konteksta i stvarnog doprinosa digitalnih medija i društvenih aktera koji se njima koriste. Pokazalo se da *u Egiptu Kastels prenaglašava individualističku, kosmopolitsku stranu protesta*, čak s naporom tumači islamizam Muslimanskog bratstva kao vid umerene i arapskom svetu prilagođene demokratizacije, iako ni *liberalni islamizam ne dovodi u pitanje načela patrijarhalizma niti produktivizma*. Ispostavlja se da mediji uspešnije utiču na pojedince za koje individualizam nije vrhovna vrednost, već svrhu nalaze u baštini. Mediji stoga imaju sasvim drugačiju publiku pred sobom, i opšte dobro pokazuje se kompatibilnije sa masovnim medijima i komunalnim identitetom. I obrnuto, digitalni, personalizovani mediji, pokušavaju da umreže različite individue, ali uopštavajući slogane do 99% i omogućavajući “daily me” iskustvo protesta (umesto daily we) gube snagu da nešto i promene.

Ipak, postoje medijizovane prakse vredne spominjanja. Kastels precizno demonstrira funkcionisanje *umreženih socijalnih i masovnih medija*, sa opisima praksi poput Al Jazeera-inog direktnog prenosa live stream-a koji su snimali aktivisti, tako da je proizvedena *medijska simbioza građana i novinara*. Građani su preko svojih aparata stvarali sadržaj, koji je neobrađen išao u etar, praćen metaizveštavanjem, odnosno komentarima profesionalaca. Ali Kastels propušta da primeti da već nakon smene Mubaraka nove proteste nije više karakterisala takva simbioza. Vrlo brzo je zaboravljena anahronost jednosmerne komunikacije. Takođe je Kastels dobro opisao reakcije na gašenje interneta, kada su aktivisti primorani da stvore *alternativne, većinom*

analogne komunikacione mreže. No, u oba slučaja ne razmatraju se geopolitičke okolnosti, odnosno uloga zapadnih zemalja, koje su i dovele Mubaraka na vlast a potom preko svojih provajdera zaobilazile njegovo isključenje interneta. CNN je, primera radi, bio otvoreniji za egipatske nego njujorške demonstrante, kao da daljina uslovljava kreativnije kritičko novinarstvo, tako da su primeri simbioze i hakerskih/inženjerskih veština izuzeci koji se pojavljuju u kontekstu kada je politička moć pogođene države nad medijima opala, a da se ne može sa sigurnošću reći da li je to delo druge države. To jest, medijatzacija može da sprovede nadzornu demokratiju, može čak i da bude posrednik velikih promena u društvu, ali isto tako može biti zloupotrebljena.

Kastels priznaje *dominaciju neposredne interakcije i značaj simboličke okupacije prostora*, gde su odnosi licem u lice nadomestili površan karakter onlajn komunikacije, ali se Kastels ipak snažnije ne distancira od popularnih etiketa o Twitter revoluciji, iako je u stvari Kairo umnogome određen masovnim medijima i direktnim međuljudskim odnosima. To znači da Kastels, iako je kulturu stvarne virtualnosti utemeljio na Bodrijarovoj teoriji, isto nije sasvim ispratio u konceptualizaciji društvenih pokreta. Po svemu sudeći, Kastels nije izbegao predrasudu koja se temeljila na blogerima i tviterašima kao predvodnicima protesta, koji su bili *vesternizovaniji* nego prosečan učesnik ili pripadnici Muslimanskog bratstva. To jest, televizija i neposredni odnosi na trgu i u blizini džamija bili su bitniji od digitalnih platformi, a prvo naspram drugog stoje kao komunalni identitet naspram kulturnog obrasca umreženog individualizma. U stvari, ispostavilo se da je fokus na omladini i digitalnim medijima deo organizovane kampanje a ne realnost na terenu, tako da je i vlast nove medije i mlade aktiviste prepoznala kao bitnije nego što zaista jesu. Zbog toga će se pokazati da je Kastels propustio da uvidi *socijalnu konstrukciju digitalnih medija* kao centralnih za kompletna dešavanja, što je uticalo i na ponašanje aktera, čak više na organe reda no aktiviste, koji su veći deo organizacije obavili izvan virtualne sfere.

S druge strane, konstrukcija digitalnih medija kao centra bila je značajnija za same učesnike Occupy-ja, koji su se znatno više oslanjali na digitalne platforme nego Egipćani. Izgleda da je američkim aktivistima bilo bitnije da se prilagode Twitteru i njegovom trending algoritmu, koji popularne teme određuje po svežini novosti i broju tvitova, što je protest svelo na umnožavanje heštegova i retvitova, odnosno na robovanje algoritmu. To vodi ka problemu *kliktivizma* u Occupy pokretu, slabijim

vezama socijalnih i masovnih medija, samim tim i drugačije obavljenoj okupaciji prostora, u kojoj je naglasak na *svakodnevnom* a manje eksplicitno političkom. To jest, *nije bilo simbioze niti mobilizacije običnih građana na terenu*, kamoli u blizini religijskih organizacija, nego su aktivisti svoj odnos sa potencijalnim učesnicima obavljali pretežno preko socijalnih medija. Budući nepodržani od strane masovnih glasila, konstrukcija digitalnih medija kao centralnih za društvo obrnuta je u odnosu na Egipat, pošto su aktivisti, više no policija, verovali u snagu svojih onlajn platformi. Dvostruko više su se oslanjali na Twitter i dvostruko manje na televiziju nego u slučaju Egipćana, što su posle i platili sudskim procesima kada su sadržaji njihovih Twitter naloga obelodanjeni u toku istrage. Digitalna mobilizacija stoga je lakša i opasnija za dugoročno delovanje društvenih pokreta. Ona pojedincima omogućava da proteste oseće *kao lično više no kolektivno iskustvo*, a sami aktivisti su to i dozvolili otvaranjem mogućnosti da građani čitavo učešće personalizuju, pod velom popularnog ali suviše generalnog slogana.

Postavljajući u fokus svog razmatranja ljudske ispovesti o životu u nepravednom društvu, objavljenih na Tumblr blogu “We are the 99%”, Kastels je istakao emotivnu srž pokreta, koji je preko bloga skupljao pojedinačne žalbe i jadikovke, s ciljem svojevrsne emocionalne sinergije i tome shodnog mogućeg “velikog odbijanja”. Ali Kastels je zanemario populističke okvire “99% narativa” i raspršenost digitalnih mreža, te je poverovao da Occupy narativ nije istanjeniji od islamizma u Kairu, no poseduje istu snagu mobilizacije. Insistiranje na odsustvu vođstva u pokretu isticalo je slobodarstvo i lične onlajn i oflajn inicijative, ali u stvarnosti je *izbledelo razlike između participacije i organizacije*. Naime, naglašavanje da pokret nema lidera niti glavni štab, i *izbegavanje hijerarhije i autoriteta* po svaku cenu, uz nesuvislo predstavljanje istih kao sinonima za diktaturu i autoritarizam, digitalne aktiviste je učinilo inferiornim u smislu efekata postignutog i same čvrstine pokreta, na kojima ipak nisu izgubljeni životi kao u Kairu. Znatno prijatniji kontekst dešavanja na Occupy Wall Street-u pratilo je suviše oslanjanje na digitalne oblike protesta, kao i sasvim površan narativ o 1% gospodara i širokim masama koje nemaju gotovo ništa zajedničko sem heštegova. Islamizam je ipak komunalni identitet, koji stoji naspram nepoverljivog *umreženog individualizma* Occupy aktivista, koji su više autistični nego stvarno umreženi.

Mehanizam pribavljanja pažnje masovnih medija takođe je obrnut u odnosu na Al Jazeera-u u Egiptu. Medije privlači izveštavanje o sukobima i hapšenjima koji uznemiravaju poredak, ali aktivisti su u Njujorku izgubili sposobnost da kontrolišu emitovani sadržaj, budući da njihove strimove televizije nisu prenosile, nego su ostale u okvirima izveštavanja o haosu i bezakonju na ulicama. Medijska logika držala se reda i mira. Rečju Manuela Kastelsa, došlo je do “isključivanja masovnih medija” (NOH: 178). I ozbiljni listovi, poput New York Times-a, prvobitno su objavljivali izveštaje o konfliktu s policijom, pa tek onda priloge o ekonomskim razlozima protesta, tako da je broj negativnih priloga o Occupy prešao polovinu sveukupnog broja priloga (Xu 2013: 2422). To jest, *pokreti svoju poruku mogu da pošalju samo unutar vrlo negativne slike agresivnih ljudi na ulicama*. Cena za medijsku pažnju je prihvatanje huliganske etikete, tako da samo nasilnici ili najmanje oni koji remete javni red mogu dobiti šansu da predstave svoj cilj i namere. Slikovitije, dobijali su glas tek sa liscama na rukama. Pritom, aktivisti usled preteranog zaobilaženja ideoloških razloga na kraju nisu imali mnogo šta ni da prenesu medijima, zbog toga što se suviše fragmentirana masa učesnika, sastavljenih od razočaranih Tea Party Republikanaca sve do čvrstih levičara, mogla složiti samo oko najuopštenijih stvari, dok je svako dublje zahvatanje problema bilo individualno mišljenje.

Poslednja tema ovog dela disertacije bila je medijalizacija klimatskih promena, koje Kastels, pored emancipacije žena, smatra najdubljim transformacionim procesom, koji direktno dovodi u pitanje načelo produktivizma, kao što to feminizam čini sa patrijarhatom. No, kontakt boraca za životnu sredinu i medija stvara stalnu *distorziju klimatskog narativa*, tako što virtualna kultura vodi ka zabavi i efemernom. Postoji značajna razlika između zelene politike i njene prosvetiteljske reformističke priče, s jedne strane, i medijskog diskursa kao konačnog rezultata artikulacije delovanja različitih aktera. Time se može uvesti distinkcija između infotejnmenta i javnog rezonovanja kao dva oblika medijskog delovanja na diskurs globalnog zagrevanja. To jest, objektivno, nezainteresovano i profesionalno novinarsko izveštavanje držaće se frejma konflikta da bi postiglo balans između aktivista i skeptika, ali će pritom nanositi štetu prosvetiteljskom aspektu, jer će stručni komentari nakon posredovanja medijske logike stajati nasuprot aktera koji negiraju naučne nalaze, ali dobijaju medijski prostor jer ispunjavaju kriterijum uravnoteženog izveštavanja.

Profesionalno, izbalansirano izveštavanje može da ide protiv naučnog konsenzusa po pitanju klimatskih promena, te usled upotrebe frejma konflikta može da negira antropogeni uticaji na klimu, jer demant dobija podjednak prostor u medijima. To jest, raspravlja se i o činjenicama kao da su u pitanju mišljenja. Povrh toga, personalizuje se i drammatizuje konflikt, što zbunjuje građane u pogledu stvarnih naučnih istina. Novinari mogu da pronađu motivaciju za angažovanije kritičko izveštavanje u prizorima požrtvovanih aktivista, zabrinutih za budućnost planete, koji povezuju spektakularne akcije i humanističku nit koja vodi ka svojevrsnoj novinarskoj renesansi. S druge strane, način poslovanja može ugušiti pronađenu moralnost, usled interesa oglašivača koji mogu biti u suprotnosti s ekološkom svešću. Javno rezonovanje je dodatno otežano primerima promena u samom uredništvu, tako da se problematični prilozima eliminišu u samom startu, tokom selekcije i obrade informacija. Pritisak produktivnosti rezultira smanjenjem broja novinara, koji će tražiti portparole i druge lake i popularne izvore informacija, do kojih se najbrže dolazi, ali koji ne moraju biti obavezno i tačni. Držeći se publike, prilozima o klimi proporcionalni su potražnji, a potražnja zavisi od svakodnevnog iskustva građana, ličnog osećaja vrućine ili stradanja usled uragana, a ne objektivne planetarne situacije. Nauka, a samim tim i prosvetiteljska istina, udaljava se od popularnog diskursa, koji ostaje emocionalan, trivijalan i efemeran.

Tako *mediji ne prenose naučni svetonazor već se drže pravila svog biznisa*: “privući publiku strukturiranim narativima koji povećavaju interesovanje građana” (MK: 369). Shodno tome, mediji koji zaista žele da promene stavove publike u vezi efekta staklene bašte moraju temu konstatno da drže istaknutom, a pritom takav prajming mora po zakonima ponude i potražnje biti publici prijemčiv i blizak njenom svakodnevnom iskustvu. Taj paradoks može da se pokaže nerešivim. Publiku će teže privlačiti problemi dalekih delova planete, koje ne mogu razumeti holistički kao ekolozi, kao nešto povezano sa njihovim životima ili fabrikama zagađivačima u njihovom susedstvu, pošto se lednici ipak ne tope u Sjedinjenim Državama i Kini. Samim tim, mediji će proizvoditi sadržaj koji je publici bitniji, ponavljajući staru dilemu da li svet treba procenjivati sa stanovišta Džona Loka ili prosečnog televizijskog gledaoca, čekajući uragane i visoke letnje temperature kako bi ih povezali sa problemom očuvanja životne sredine. Klimatske promene, ukoliko zaista upozoravaju

na dramatične posledice, moraju biti predočene ne samo uz posredovanje komercijalne medijske logike, čekanjem kampanja poznatih ličnosti ili prirodne katastrofe kao šlagvorta, već zahtevaju i *normativni aspekt*, intervenciju u samim pravilima medijske logike. Ali *Kastels ne razmatra ulogu javnog servisa*, iako je i u slučaju Iračkog rata najveći otpor Bušovoj političkoj logici pružila nekomercijalna televizija.

Kastels saveznike klimatskog diskursa nalazi u selebritijima i pokretima koji se oslanjaju na digitalne tehnologije. Poznate ličnosti su bliske prosečnom gledaocu, kao vrsta “intimnih stranaca” koji u doba infotejnmenta postaju akteri drama i izvan umetničkih radova. I zaista, angažovanje bivšeg političara Ala Gora i emitovanje njegovog dokumentarnog filma, kao i muzičari koji su organizovali koncerte s povodom prosvjećivanja stanovništva u vezi globalnog zagrevanja, pomogli su i umnožavanju novinarskih priloga o opasnosti klimatskih promena. No, nije razjašnjeno da li umnoženi tekstovi i snimci poseduju potreban kvalitet. Odnosno, da li poznate ličnosti zaista približavaju medijski naučnom diskursu ili stvar dodatno komplikuju? Klimatski narativ je deo selebriti imidža, koji prodaju svojim fanovima, što stvara problem samog statusa klimatskih promena, koje se mogu prepoznati kao roba na tržištu ili tek životni stil bogatih, a ne alarmantni podatak o stanju prirodnog sveta. To može biti tek hobi nekog glumca, koji za običnog građanina nema pametnija posla od reciklaže, od koje preduzetnici mogu da naprave i profitabilan posao. Ili obrnuto, čak i da zaista selebritiji ostvare uticaj na građane, oni mogu sopstvenu reciklažu da prepoznaju kao dovoljan doprinos, iako klimatske promene, ukoliko zaista ugrožavaju opstanak ljudi na ovoj planeti, svog uzročnika imaju u industrijalizaciji, znatno bitnijem elementu prosperiteta svakog društva. *Ulazak zelene kulture u industriju zabave* koliko dovodi do popularizacije problema toliko ga i *deradikalizuje i komodifikuje*.

Konačno, medijalizacija pokreta za zaštitu životne sredine može se demonstrirati i u digitalnoj sferi, pokazati njen doprinos u odnosu sa sistem masovnih medija, kao i promene u ponašanju aktera onda kada više ne moraju da se oslanjaju na radiodufuziju već mogu da koriste različite platforme kako bi poslali svoje poruke i razvili svest o zaštiti okoline. Pošto uopštene poruke masovnih medija više ne dopiru do savremenika, pristupa se *narrowcasting-u ili crowdsourcing-u* kako bi došli do ciljane publike ili pak od nje dobili adekvatan i konstruktivan odgovor. Kako građani ne bi u porukama prepoznali neko populističko i autoritativno vođstvo, pokret se predstavlja kao spontan i

mladalački, iako ne mora biti ni jedno ni drugo. Bitna je participacija građana, pa se i *tehnološki bodri njihov individualizam*, samostalno, izdvojeno delovanje, bilo da je to pisanje bloga o ličnom aktivističkom iskustvu, nevezano za aspekte protesta koje bi drugi smatrali bitnim, ili šerovanje određenih sadržaja na različite platforme, kao bi poruka bila preneti na masovnim medijima no putem personalnih mreža pojedinaca. To sve omogućava ljudima bar osećaj participiranja u komuniciranju i organizaciji pokreta, a ne samo pasivnu recepciju i poslušnost, te individualni aktivizam počinje ne dolaskom u štab pokreta ili mesto demonstracija kao ranije, već je proširen na svakodnevnu aktivnost. Ali to je sve manje oblik javnog rezonovanja.

Time rezime ponašanja pokreta na internetu poprima istu formu kao i u slučaju Occupy Wall Street-a, gde se polako onlajn participacija izjednačava sa čitavim delovanjem, pa i samom organizacijom pokreta. Naizgled bez jasnog lidera i programskog cilja, usled pukog sabiranja ideološki različito pozicioniranih ekoloških aktivista, s manjim ili većim ambicijama u pogledu društvenih promena, tako razuđen pokret ne uspeva ni da duboko proдре u društvene diskurse. *Društvena morfologija nadjačava društveno delanje*. To ne znači da Kastels odustaje od promena, ali posmatra ih manje u ekscesima a više u sitnim svakodnevnim aktivnostima. U dokumentarcu o katalonskoj alternativnoj privredi, koji je Kastels priredio pod naslovom *Another Life is Possible*, građani oživljavaju svoje komšiluke na praktično buvljoj pijaci, gde susedi učestvuju u naturalnoj razmeni svojih dobara. To jest, umesto da novac posreduje između njihovih transakcija, funkcija razmene nije dobit nego zajedništvo i stvaranje alternative umreženom društvu. Za Kastelsa i ekonomija može da bude kultura, i na ovom mikro planu vidi tihu revoluciju. Ali ako je to njegova poslednja reč o društvenim promenama, onda je to čak i suprotstavljanje medijizaciji, koja je proces paralelan komercijalizaciji, globalizaciji ili individualizaciji, koji nastoje da takve simboličke razmene unutar malih zajednica komodifikuju, povežu sa globalnim strukturama i svedu na pojedinačna tržišna delovanja.

7.3. Kineska konkluzija

Teorija umreženog društva Manuela Kastelsa demonstrira shvatanje složenog i protivrečnog odnosa međuzavisnosti medijsko-komunikacionih i sociokulturnih

promena. Kastels ističe obostranost u tom odnosu, fleksibilnost koja posebno nedostaje medijizaciji politike, koja retko razmatra određene fenomene koje karakteriše povratni uticaj različitih faktora. Sem Nika Koldrija (Couldry 2012) teže je pronaći autora koji analizira kako se prvobitno sociokulturno oblikovanje medija i komuniciranja vremenom preokrenulo u faktor koji deluje na samu socio-kulturnu sferu. Istraživači najčešće to neće prepoznati kao specifičan momenat medijizacije. Koldri to ilustruje primerom širenja moralne panike od strane političara, koji su pre naglašavanjem sitnih razbojništva konstruisali specifičnu ideologiju reda i mira, odnosno stabilnosti poretka. No, neuspeh da zaista zaustave rast kriminalnih aktivnosti, uz uspešno nametanje medijske proizvodnje moralne panike, vraća im se kao problem svakim novim izborima, kao nešto što nisu rešili za mandata. Mediji, s druge strane, prikazuju društvo sve zasićenije korupcijom i kriminalom, čak iako stopa kriminala može realno i da opada.

To je mali primer kako medijizacija može delovati čak i na temelju faktora koji su nastojali da medijima oduzmu autonomiju. Svakako je reč o dijalektici koju Kastels situira u odnosu na umreženo društvo kao globalnu društvenu strukturu, kulturu stvarne virtualnosti kao medijsko-kulturnu podlogu umreženog društva, kao i problem društvene promene i emancipatorskog potencijala alternativnih subjekata. Disertacija je pokazala kako se Kastels koristi kritičkom i medium teorijom na različitim nivoima svoje analize. U proceni globalnih ekonomskih, političkih, pa i vojnih mreža, Kastels se oslanja na Inisovu medium teoriju, a Mrežu definiše u skladu sa principom instrumentalnog uma, čeda Frankfurtske škole. No, svestan je razvoja društva u drugoj polovini dvadesetog veka, odnosno postmodernog stanja u koje su društva ulazila. Tako je naspram performativnosti sistema Kastels postavio heterogene narative, iliti sopstvo, različite vidove identiteta koji se suprotstavljaju birokratskoj i privrednoj koncentraciji. Takođe je kulturu stvarne virtualnosti razumeo kao svojevrsan šok uvezivanja svih narativa pomoću multimedijске korporativne mreže, gde se poimanje duha vremena gubilo u jednoj industriji kulture koja nalazi sve kreativnije načine da kontroliše stanovništvo. Medijsko-tehnološkom infrastrukturom koriste se i pokreti otpora i globalnih reformskih projekata kao terenom borbe protiv informacionog kapitalizma koji za sada uspeva da integriše ili bar relativizuje njihov emancipatorski potencijal.

Društvena dinamika je u Kastelsovoj teoriji istaknuta upravo pomoću medija, koji planetarno povezuju ljude, kapital, robe i usluge, čak simbole. No, umreženo

društvo i Kastelsov dug kritičkoj i medium teoriji u shvatanju medijizacije nisu kompletan predmet disertacije. To je, valja podsetiti, i preispitivanje kritičkog deficita koji se pripisivao Kastelsovoj teoriji. Dokazivanjem da su ga poststrukturalizam ili kulturne studije oblikovali nije još zaokružen i argument o Kastelsovom kritičkom utemeljenju. Štaviše, moglo bi mu se zameriti često precenjivanje mogućnosti društvenih pokreta, kada ga možda i lična blagonaklonost zavede ka pomisli da ipak društvena morfologija nije nadmoćnija od društvene akcije. Ili da ga ideja kreativne publike povuče da pomisli da rizomi mogu ne samo da obezbede preživljavanje u kapitalizmu, kako je to Delez smatrao, no možda i prevazilaženje društva kontrole. No, to nisu greške, a još manje su nekritička skretanja koja bi opravdala neke od spomenutih optužbi, kao što je ona o desničarskom slavljenju globalizacije. Takve teze imaju osnovu u pretpostavci prema kojoj ako neki strogi kriterijum nije ispunjen, onda teorija pripada drugoj, nekritičkoj strani.

Jedan istorijski primer može da slikovito prikaže Kastelsovu poziciju i zaokruži disertaciju. Naime, igrom slučaja tri različita autora u tri različite decenije procenjivala su jedan događaj koji se desio u Kini tokom 15. veka. U pitanju je čudnovato odustajanje od naučno-tehnološkog razvoja, u trenutku kada je Kina možda mogla vrlo brzo da dođe i do industrijske revolucije i predvodi sasvim drugačiji, očigledno ne svet Zapada, koji je umesto Kine uskočio u sedlo. Na pitanje zašto se to desilo postoje tri odgovora. Farid Zakaria (2011) smatra da je Kina imala čak i četiri puta veće brodove od onih na kojima je Kolumbo doplovio do Amerike. Imala ih je deset puta više, ali je naglo prekinula dalju brodogradnju i već napravljene brodove uništila i zabranila međunarodnu plovidbu. Zakaria ležerno prelazi preko pitanja da li su ekspedicije bile preskupe i jesu li proizvodile samo gubitke, kao i da je najezda Mongola iziskivala promenu strategije i reorijentaciju na kopno. Umesto u geopolitičkim okolnostima za Zakariu je razlog kulturni, sama stagnacija kineske civilizacije i zatvaranje za spoljni svet. Zapad je prevazišao apsolutističku moć vladara, razvio snažnije civilno društvo, čiji su se privatni avanturisti pokazali preduzimljivijim od kineskog cara, koji je cementirao ciklično viđenje istorije i religijski svetonazor u Kini, čineći kulturu njihovom sudbinom, do naučno-tehnološkog buđenja u dvadesetom veku.

Žil Delez, pak, trideset godina ranije, držao je da Kina nije uspela da se izbori sa dinamikom međunarodnih voda, pogotovo pirata koji su pljačkama snižavali

profitabilnost međunarodne trgovine. Kina je uvela zabranu trgovanja kako bi sačuvala političku stabilnost (HR: 386). Štaviše, Delez smatra da je Zapad uspeo da usaglasí svoj ekonomski razvoj sa nemirnim morem, jer je njegova pokretna organizacija podrazumevala i svojevrsan “savez” komercijalnih i piratskih tokova. To jest, birokrata, preduzetnik i pirat bili su za Zapad komplementarne uloge, dok je u Kini takvo presvlačenje bilo nemoguće. Jasna je radikalnost ovog stava. To čak nije i nešto što se lako može proveriti, pa sem ekstremnosti izrečenog Kastelsu bi zasigurno bilo teško da to empirijski istraži. No, čak ni neslaganje ne može Kastelsa diskvalifikovati kao kritičkog teoretičara. On takođe odbacuje kulturalno objašnjenje o navodnom skladu čoveka i prirode u kineskom društvu, kao i stav da je ta civilizacija već stagnirala kako je Zakaria isticao naspram herojskog doba zapadnjačkog kapitalizma.

Kina se u stvari vekovima brže razvijala od Evrope. Njena kultura nije bila suprotstavljena industrijalizaciji, što potvrđuje i savremeno doba. Ista kultura bila je i tehnološki avangardna i retrogradna. Država je ta koja je u Kini prevodila ili retardirala inovaciju. “Ista kultura može stvoriti vrlo različite tehnološke putanje, ovisno o obrascu odnosa države i društva” (ID1: 46). To je pozicija koja apsolutno pripada kritičkoj teoriji. Kastels nalazi sasvim sociološko objašnjenje, bez delezovskih radikalnijih izletanja ili Zakarijine apologije privatnog preduzetništva. Naime, od samog cara do gradskih cehova i birokrata, postojao je interes da se održi status quo, jer bi prosperitet i eventualni društveni sukobi, koji bi proizašli iz nejednake raspodele, u stvari ugrozili njihove pozicije. Kulturalno objašnjenje, da je Kina sve pod nebom i da je spoljni svet inferioran, u temelju ima puki interes. Danas znamo da i kapitalizam može da bude tehnološki stagnantan, u smislu da se i dalje koristimo internet tehnologijom otkrivenom šezdesetih godina, i da nova komunikaciona otkrića nisu na vidiku. Zato i Kastels svoju trilogiju završava ambivalentno (ID3: 382-383). Nadom da će se naša “društvena zaostalost” i “samorazarajuće suprotstavljanje” rešiti “budu li ljudi dobro obaviješteni, aktivni, budu li komunicirali diljem svijeta... postanu li mediji više poručitelji ili poruka”. I stihovima Pabla Nerude: “i raniše nas, ne samo smrtni neprijatelji, nego i smrtni prijatelji (i to nam se učini još gorčim)”. Promene koje izaziva medijatzacija, dakle, ne moraju da dovedu do emancipacije čovečanstva, razložnih javnih politika, kritičkog nadzora vlasti ili humanije globalizacije. Štaviše, ona kao da doprinosi sasvim suprotnim fenomenima. Medijatzacija je stoga novi teren borbe.

8. Literatura

- Adorno, T. (1979a). Estetička teorija. Beograd: Nolit.
- Adorno, T. (1979b). Negativna dijalektika. Beograd: Bigz.
- Adorno, T. (1987). Minima moralia. Sarajevo : "Veselin Masleša".
- Adorno, T. (2001). The Culture Industry. London: Routledge.
- Agarwal, S.D., M. Barthel, C. Rost, A. Borning, W.L. Bennett & C.N. Johnson (2014) Grassroots organizing in the digital age: considering values and technology in Tea Party and Occupy Wall Street. *Information, Communication & Society*, 17:3.
- Alexander, A. & Aouragh, M. (2014). Egypt's Unfinished Revolution: the Role of the Media Revisited. *International Journal of Communication* 8.
- Alexander, J.C. (2013). The arc of liberation: Obama – Tahrir – Occupy. *Philosophy and Social Criticism* 39.
- Alić, S. (2010). McLuhan. Zagreb: Centar za filozofiju medija i mediološka istraživanja.
- Altheide, D. (2007). The mass media and terrorism. *Discourse and communication* vol 1.
- Altheide, D. (2013). Media logic, social control, and fear. *Communication Theory* 23.
- Altiser, L. (2009). Ideologija i državni ideološki aparati. Loznica: Karpos.
- Ampuja, M. (2012). Theorizing Globalization. A Critique of the Mediatization of Social Theory. Leiden: Brill
- Ampuja, M., Koivisto, J. & Valiverronen, E. (2014). Strong and Weak forms of Mediatization Theory. *Nordicom Review* 35.
- Anders, G. (1985). Zastarelost čoveka. Beograd: Nolit.
- Anderson, A. (2011). Sources, media, and modes of climate change communication: the role of celebrities. *WIRE's Climate Change* vol. 2.
- Anderson, A. (2014). Media, Environment and the Network Society. New York: Palgrave MacMillan.
- Andrejevic, M. (2013). Public service media utilities: Rethinking search engines and social networking as public goods. *Media International Australia*, vol. 146.
- Andrejevic, M. (2014). Alienation's returns. U Fuchs, C. & Sandoval, M. (eds).
- Anić, Š., Klaić, N. & Domović, Ž. (2002). Rječnik stranih riječi. Zagreb: Sani-plus.
- Ang, J. (1991). Desperately seeking the audience. London: Routledge.
- Antonić, S. (2006). Tri lica moći. *Nova srpska politička misao* 13.
- Aouragh, M. (2016). Social Media, Mediation and the Arab Revolutions. C. Fuchs & Mosco V. (eds). *Marx in the Age of Digital Capitalism*. Leiden: Brill.

- Aouragh, M. & Alexander, A. (2011). The Egyptian Experience Sense and Nonsense of the Internet Revolution. *International Journal of Communication* 5.
- Armitage, J. (2006). From discourse networks to cultural mathematics. An interview with Friedrich Kittler. *Theory, Culture & Society* vol 23.
- Averbeck-Lietz, S. (2014). Understanding mediatization in „first modernity“. U Lundby (2014).
- Babe, R. (2015). Wilbur Schramm and Noam Chomsky meet Harold Innis. London: Lexington.
- Bagdikian, Ben (2004). *The new media monopoly*. Boston: Beacon Press.
- Bahtin, M. (1980). *Marksizam i filozofija jezika*. Beograd: Nolit.
- Bakardjeva, M. (2011). Reconfiguring the mediapolis. *New media & society* 14.
- Bakardjeva, M. (2015): Do clouds have politics? Collective actors in social media land. *Information, Communication & Society*.
- Barassi, V. (2015). *Activism on the web*. New York: Routledge.
- Barbrook, R. (2007). *Imaginary futures*. London: Pluto.
- Barney, D. (2004). The Vanishing table, or Community in a World that is no World. U Feenberg, A. & Barney, D. (eds). *Community in the Digital Age*. Lanham: Rowman & Littlefield.
- Baudrillard, J. (1981). *For a critique of the political economy of the sign*. St. Louis: Telos Press.
- Baudrillard, J. (1983). *In the Shadow of the Silent Majorities*. New York: Semiotext(e).
- Baudrillard, J. (1991). *The Gulf War Did Not Take Place*. Bloomington: Indiana University Press.
- Baudrillard, J. (1998). The Ecstasy of Communication. U Foster, H. (ed). *The Anti-Aesthetic: Essays on Postmodern Culture*. New York: The New Press.
- Baudrillard, J. (2001). *Simulacija i zbilja*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
- Bauman, Z. (1999). *In search of politics*. Stanford: Stanford UP.
- Bauman, Z. (2003). *Intimations of postmodernity*. London: Routledge.
- Bauman, Z. (2007). *Consuming Life*. Cambridge: Polity.
- Beck, U. (2005). *Power in the Global Age*. Cambridge: Polity.
- Beck, U. (2006). *Cosmopolitan Vision*. Cambridge: Polity.
- Beck, U. (2007). *World at risk*. Cambridge: Polity.
- Bek, U. (2003). *Virtuelni poreski obveznici*. U Vuletić, V. (ur.): *Globalizacija – mit ili stvarnost*, Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
- Belančić, M. (1988). *Liotarovo shvatanje postmoderne*. U Liotar (1988).
- Bennet, W. L. (2015). Changing societies, changing mediary systems. U Coleman, S., Moss, G. & Parry, K. (eds).

- Bennet, W. L., Lawrence, R. G. & Livingstone, S. (2007). *When the Press Fails*: Chicago: University of Chicago Press.
- Bennet, W. L., Breunig, C. & Givens, T. (2008). Communication and political mobilization. *Political communication* 25: 3.
- Bennett, W.L., A. Segerberg & S. Walker (2014) Organization in the crowd: peer production in large-scale networked protests, *Information, Communication & Society* 17:2.
- Benvenist, E. (1975). *Problemi opšte lingvistike*. Beograd: Nolit.
- Benjamin, W. (1974). *Eseji*. Beograd: Nolit.
- Beri, N. (2007). *Uvod u modernu političku teoriju*. Beograd: Službeni glasnik.
- Berk, K. (1982). Opštilo kao „poruka“. U Đorđević (1982).
- Best, S. & Kellner, D. (1991). *Postmodern Theory : critical interrogations*. London : The Macmillan.
- Bickenbach, M. (2011). *Blindness or insight? Kittler on Culture*. Thesis eleven 107.
- Bilić, P. (2015). When meta-theories collide: mediatization and social change. CEECOM 2015.
- Bimber, B. (1998). Three faces of technology. U Smith & Marx (1998).
- Birešev, A. (2013). *Sociologija dominacije Pjera Burdijea (doktorska disertacija)*. Beograd: Filozofski fakultet.
- Blondheim, M. (2004). Discovering „the significance of communication“. *Canadian Journal of communication* 29
- Blumler, J. (2014). *Mediatization and Democracy*. U Esser & Stromback (2014).
- Blumler, J. & Gurevitch, M. (1997).
- Boczkowski, P. & Siles, I. (2014). Step toward cosmopolitanism in the study of media technologies. U Gillespie, T., Boczkowski, P. & Foot, K. (eds). *Media Technologies*: Cambridge: MIT Press.
- Bodrijar, Ž. (1991). *Simulakrumi i simulacija*. Novi Sad: Svetovi.
- Bodrijar, Ž. (2001). *O zavođenju*. Podgorica: Oktoih.
- Bogard, W. (2009). Deleuze and Machines: A politics of technology? U Poster & Savat (2009).
- Bolding, K. (1982). Opštilo i poruka. Đorđević (1982).
- Bourdieu, P. (1986) The forms of capital. In J. Richardson (Ed.) *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (New York, Greenwood), 241-258
- Bourdieu, P. (1992). *Što znači govoriti : ekonomija jezičnih razmjena*. Zagreb : Naprijed.
- Bourdieu, Pierre (1993). *The field of cultural production: essays on art and literature*. Columbia University Press
- Boykoff, M.T. (2008). Lost in translation? United States television news coverage of anthropogenic climate change, 1995–2004. *Climatic Change* 86.

- Boykoff, M.T. & Boykoff, J.M. (2007). Climate change and journalistic norms: A case-study of US mass-media coverage. *Geoforum* 38.
- Boykoff, M.T. & Goodman, M.K. (2009). Conspicuous redemption? Reflections on the promises and perils of the 'Celebrization' of climate change. *Geoforum* 40.
- Bragman, W. (2016). A liberal case for Donald Trump: The lesser of two evils is not at all clear in 2016. URL:https://www.salon.com/2016/04/29/a_liberal_case_for_donald_trump_the_lesser_of_two_evils_is_not_at_all_clear_in_2016/
- Brand, A. & Brunnengaber, A. (2012). *Conflictive Knowledge Construction on Climate Change*. *Transcience* Vol. 3 (1).
- Brants, K. (2015). The fine art of comparing media systems. U Coleman, S., Moss, G. & Parry, K. (eds).
- Briggs, R. (2015). Who Knows? —Humanities Research in 'Computerized Societies' Ctrl-Z: *New Media Philosophy* #5. URL: <http://www.ctrl-z.net.au>
- Buchanan, I. (2000). *Deleuzism*. Durham: Duke University Press.
- Buck-Morss, S. (1977). *The Origin of Negative dialectics*. New York: Free Press.
- Burdije, P. (1999). Nacrt za jednu teoriju prakse: tri studije o kabilskoj etnologiji.
- Burdije, P. (2000). *Narcisovo ogledalo*. Beograd: Clio.
- Burdije, P. (2008). Klasni ukusi i životni stilovi. U Đorđević, J. (ur). *Studije kulture*. Beograd: Službeni glasnik.
- Bruns, Axel (2008). *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage*. New York: Peter Lang.
- Cain, C. (2016). How Fox News Unwittingly Destroyed the Republican Party
URL: https://www.huffingtonpost.com/cody-cain/how-fox-news-destroyed-republican-party_b_9644594.html
- Cardoso, G. (2007). *The Media in the Network Society*. Lisboa: CIES.
- Cardoso, G., G. Liang & T. Lapa (2013). Cross-National Comparative Perspectives from the World Internet Project. U W. H. Dutton (ur). *The Oxford Handbook of Internet Studies*. Oxford University Press.
- Carey, J. (1967). Harold Innis and Marshall McLuhan. *The Antioch Review* 27: 1.
- Carey, J. (1998). Marshall McLuhan: genealogy and Legacy. *Canadian Journal of Communication* 23: 3.
- Carey, J. (2009). *Communication as Culture*. New York: Routledge.
- Carey, J. (2011). American journalism on, before, and after september 11. U Zelizer, B. & Allan, S. (eds).
- Carr, N. (2017). How tech created a global village — and put us at each other's throats. URL: <https://www.bostonglobe.com/ideas/2017/04/21/how-technology-created-global-village-and-put-each-other-throats/pu7MyoAkdyVComb9aKyu6K/story.html>
- Castells, M. (1976). *Theory and ideology in urban sociology*. U Pickvance, C. (ed). *Urban sociology*. London: Tavistock.

- Castells, M. (1977). *The Urban question*. London: Edward Arnold.
- Castells, M. (1978). *City, Class and Power*. New York: MacMillan.
- Castells, M. (1983). *The City and the Grassroots*. London: Edward Arnold.
- Castells, M. (1992). *The Informational City*. Oxford: Blackwell.
- Castells, M. (2000a). *Uspon umreženog društva*. Zagreb: Golden marketing.
- Castells, M. (2000b). Materials for an exploratory theory of the network society. *British journal of sociology* 51.
- Castells, M. (2002). *Moć identiteta*. Zagreb: Golden marketing.
- Castells, M. (2003a). *Kraj tisućljeća*. Zagreb: Golden marketing.
- Castells, M. (2003b). *Internet galaksija*. Zagreb : Naklada Jasenski i Turk.
- Castells, M. (2004). Informationalism, networks, and the network society: a theoretical blueprint. U Castells, M. (ed). *The Network society: a cross-cultural perspective*. Cheltenham : Edward Elgar Publishing.
- Castells, M. (2010a). *The rise of the network society*. Oxford: Blackwell.
- Castells, M. (2010b). *The power of identity*. Oxford: Blackwell.
- Castells, M. (2015). *Networks of Outrage and Hope*. Cambridge: Polity.
- Castells, M. & Henderson, J. (1987). Techno-economic restructuring, socio-political processes and spatial transformation. U Henderson & Castells (1987). *Global restructuring and territorial development*. London: Sage.
- Castells, M. & Hall, P. (1994). *Technopolies of the World*. New York: Routledge.
- Cavell, R. (2014). In-corporating the global village. U Birkle, C., Kremani A. & Kvester, M. (eds). *McLuhan's global village today*. London: Pickering & Chatto.
- Chomsky, N. (1973). *The backroom boys*. Suffolk: Fontana.
- Chomsky, N. (2009). *The Zapatista uprising*.
URL: http://www.thirdworldtraveler.com/Chomsky/ZapatistaPOP_Chom.html
- Christensen, M. (2013). Arctic Climate Change and the Media: The News Story That Was. U Christensen M., A. Nilsson & N. Wormbs (eds). *Media and the Politics of Arctic Climate Change When the Ice Breaks*. New York: Palgrave Macmillan.
- Chun, W. (2006). *Control and freedom*. Cambridge: MIT Press.
- Claffy, KC and Clark, David D. (2013). Platform Models for Sustainable Internet Regulation. The 41st Research Conference on Communication, Information and Internet Policy. URL: <http://ssrn.com/abstract=2242600>.
- Clarke, B. (2002). Dark star crashes. U Clarke, B. & Darlymple Henderson, L. (eds). *From energy to information*. Stanford: Stanford UP.
- Cleaver, H. (1995). *The Zapatistas and the Electronic Fabric of Struggle*.

URL: <http://www.spunk.org/library/comms/sp001518/Netwars.html>

Cleaver, Harry (1999). *Computer-linked Social Movements and the Global Treat to Capitalism*.

URL: <http://www.eco.utexas.edu/homepages/faculty/Cleaver/polnet.html>

Coleman, S., Moss, G. & Parry, K. (2015). *Can the media serve democracy?* New York: Palgrave MacMillan.

Collins, R. (1986). *The Metaphor of Dependency and Canadian Communications: The Legacy of Harold Innis*. *Canadian Journal of Communication* 12: 1.

Conley, V.A. (2009). *Of rhizomes, smooth spaces, war machines and new media*. U Poster & Savat (2009).

Costanza-Chock, S. (2012): *Mic Check! Media Cultures and the Occupy Movement*. *Social Movement Studies: Journal of Social, Cultural and Political Protest* 1(11).

Cottle, S. (2009). *Global Crises in the News: Staging New Wars, Disasters, and Climate Change*. *International Journal of Communication* 3.

Couldry, N. (2003). *Media Meta-Capital: Extending the Range of Bourdieu's Field Theory*. *Theory and Society*, 32(5/6).

Couldry, N. (2012). *Media, Society, World*. Cambridge: Polity.

Couldry, N. (2014). *Mediatization and the future of field theory*. U Lundby (2014).

Couldry, N. & Powell, A. (2014). *Big data from the bottom up*. *Big Data & Society*, 1 (2).

Couldry, N. & Turow, J. (2014) *Advertising, big data and the clearance of the public realm: marketers' new approaches to the content subsidy*. *International Journal of Communication* 8.

Couldry, N. & van Dijck, J. (2015). *Researching social media as if the social mattered*. *Social Media + Society* 1

Couldry, N, A. Fotopoulou & L. Dickens (2016). *Real social analytics: A contribution towards a phenomenology of a digital world*. *The British Journal of Sociology* vol. 67.

Couldry, N. & Hepp, A. (2017). *The mediated construction of reality*. Cambridge: Polity.

Couldry, N., Livingstone, S. & Markham, T. (2007). *Media Consumption and Public Engagement*. New York: Palgrave MacMillan.

Coyne, R. (1995). *Designing Information technology in the Postmodern Age*. Cambridge: MIT Press.

Culler, J. (1991). *O dekonstrukciji*. Zagreb: Globus.

Curran, J. (2003). *Media and Power*. London: Routledge.

Curran, J. (2006). *Media and cultural theory in the age of market liberalism*. U Curran, J. & Morley, D. (eds). *Media and Cultural Theory*. New York: Routledge.

Curran, J. (2009). *Power without responsibility: The Press, Broadcasting and the Internet in Britain*. London: Routledge.

Curran, J. (2011). *Media and Democracy*. London: Routledge.

- Curran, J. (2012). *Media and Power*. London: Routledge.
- Curran, J., Fenton, N. & Freedman, D. (2012). *Misunderstanding the Internet*. London: Routledge.
- Čomski, N. (1979). *Gramatika i um*. Beograd: Nolit.
- Dahlgren, P. (1995). *Television and the Public Sphere*. London: Sage.
- Dahlgren, P. (2013). *The Political Web*. New York: Palgrave MacMillan.
- Debor, G. (2003). *Društvo spektakla*. Beograd: A. Golijanin.
- Debor, G. (2012). *Komentari o društvu spektakla*. URL: <https://anarhisticka-biblioteka.net/library/guy-debord-komentari-o-drustvu-spektakla>
- Debre, R. (2000). *Uvod u mediologiju*. Beograd: Clio.
- DeFleur, M. & Ball-Rokeach, S. (1989). *Theories of mass communication*. London: Longman.
- Deleuze, G. (1989). *Cinema 2: The Time Image*. London: Athlone Press.
- Deleuze, G. & Guattari, F. (2004). *A thousand plateaus*. London: Continuum.
- Delez Ž. (1989). *Fuko*. Sremski Karlovci: Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića.
- Delez, Ž. (2009a). *Razlika i ponavljanje*. Beograd: fedon.
- Delez, Ž. (2009b). *Dijalozi*. Beograd: fedon.
- Delez, Ž. (2010). *Pregovori*. Loznica: Karpos.
- Delez, Ž. & Gatari, F. (1990). *Anti-Edip*. Sremski karlovci: Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića.
- Derida, Ž. (1984). *Potpis, događaj, kontekst*. Delo br. 6.
- Derrida, J. (1976). *O gramatologiji*. Sarajevo: Veselin Masleša.
- Derrida, J. (1998). *Archive Fever*. Chicago: University of Chicago Press.
- Derrida, J. (2005). *Paper Machine*. Stanford: Stanford University Press.
- Derrida, J. (2007). *Pisanje i razlika*. Sarajevo: Šahinpašić.
- Derrida, J. & Stiegler, B. (2002). *Echographies of Television*. Cambridge: Polity.
- Deuze, Mark (2012). *Media Life*. Cambridge: Polity.
- Drew, J. (2005). *From the Gulf War to the Battle of Seattle*. U Chandler A., N. Neumark (eds) *At a distance: precursors to art and activism on the Internet*. Cambridge: MIT press.
- Dutton, W. (2015). *The Internet's gift to democratic governance*. U Coleman, S., Moss, G. & Parry, K. (eds).
- Duverger, M. (1980). *Janus : dva lica Zapada*. Zagreb: Globus.
- Džejmson, F. (1974). *Marksizam i forma*. Beograd: Nolit

- Džouns, S. (2001). *Virtuelna kultura*. Beograd: Biblioteka XX vek.
- Dorđević, S. (1982). *Makluanova galaksija*. Beograd: Prosveta.
- Durić, M. (1987). *Sociologija Maksa Vebera*. Zagreb: Naprijed.
- Eco, U. (1989). *The open work*. Cambridge: Harvard University Press.
- Eco, U. (1994). *Apocalypse Postponed*. Bloomington: Indiana University Press.
- Eko, U. (1973). *Kultura, informacija, komunikacija*. Beograd: Nolit.
- Elil, Ž. (2010). *Tehnika: ili ulog veka*. Beograd: A. Golijanin.
- El Nawawy, M. & Khamis, S. (2013). *Egyptian Revolution 2.0: Political blogging, Civic Engagement, and Citizen journalism*. New York: Palgrave MacMillan.
- Entman, R. (2003). Cascading activation. *Political communication* vol 20.
- Entman, R. (2007). Framing bias. *Journal of communication* 57.
- Enzensberger, H. M. (2003). Constitutents of a Theory of the Media. U Wardrip, N. & Montfort, N. (eds). *The New Media Reader*. Cambridge: MIT Press.
- Esser, F. & Stromback, J. (2014). *Mediatization of politics*. New York: Palgrave MacMillan.
- Eubanks, V. (2011). *Digital Dead End*. Cambridge: MIT Press.
- Finnemann, N. O. (2014). Digitization: new trajectories of mediatization? U Lundby (ed).
- Fiske, J. (1987). *Television Culture*. New York: Routledge.
- Fenton, N. (2012). The internet and radical politics. U Curran et al (2012).
- Ferguson, M. & Golding, P. (1997). *Cultural Studies in Question*. London: SAGE.
- Frank, M. (1989). *What is neostructuralism*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Freedman, Des (2016). The internet of rules. U Curran et al (2012).
- Fuchs, C. (2012a). Capitalism or information society? *European Journal of social theory* 16: 4.
- Fuchs, C. (2012b). Behind the news: social media, riots and revolutions. *Capital & Class* 36 (3).
- Fuchs, C. (2012c). Media, war and information technology. U Freedman, D. & Thussu, D. K. (eds). *Media and terrorism*. London: Sage.
- Fuchs, C. (2013). *Social media. An introduction*. London: Sage.
- Fuchs, C. (2014a). Critique of the political economy of informational capitalism and social media. U Fuchs, C. & Sandoval, M. (eds).
- Fuchs, C. (2014b). *Digital Labour and Karl Marx*. London: Routledge.
- Fuchs, C. (2016). *Critical theory of communication*: London: University of Westminster Press.

- Fuchs, C. & Sandoval, M. (2014). *Critique, Social media and the Information Society*. New York: Routledge.
- Fuchs, C. & Trottier, D. (2015). Towards a theoretical model of social media surveillance in contemporary society. *Communications* 40: 1.
- Fuko, M. (1982). *Istorija seksualnosti : volja za znanjem*. Beograd : Prosveta.
- Fuko, M. (1997). *Nadzirati i kažnjavati*. Beograd : Prosveta.
- Gadamer, H. G. (1978). *Istina i metoda*. Sarajevo: Veselin Masleša.
- Gadamer, H. G. (1996). *Pohvala teoriji*. Podgorica: Oktoih.
- Galbraith, J. K. (1981). *Doba neizvjesnosti*. Zagreb: Stvarnost.
- Galloway, A. (2004). *Protocol*. Cambridge: MIT Press.
- Galloway, A. (2012). *The Interface Effect*. Cambridge: Polity.
- Gane, N. (2003). Computerized Capitalism. The media theory of Jean-Francois Lyotard. *Information, Communication & Society* 6:3.
- Gane, N. (2005). Radical post-humanism: Friedrich Kittler and primacy of technology. *Theory, Culture & Society* vol 22.
- Gane, N. & Beer, D. (2008). *New Media: The Key concepts*. Oxford: Berg.
- Garnham, N. (1998). Information society as ideology. *Loisir et societe* 21: 7.
- Geisler, M. (1999). From building blocks to radical construction: West German media theory since 1984. *New German Critique* 78.
- Gerbaudo, P. (2012). *Tweets and the Streets: Social Media and Contemporary activism*. New York: Pluto Press.
- Gerbaudo, P. (2015). Populism 2.0. D. Trottier & C. Fuchs (eds). *Social Media, Politics and the State*. New York: Routledge.
- Giddens, A. (1984). *The Constitution of society*. Cambridge: Polity.
- Gidens, E. (1998). *Posledice modernosti*. Beograd: Filip Višnjić.
- Giddens, A. (2002). *Runaway World*. London: Profile.
- Gidens, E. (2003). Odbegli svet. U Vuletić, V. (ur.): *Globalizacija – mit ili stvarnost*, Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
- Gillan, K., Pickerill, J. & Webster, F. (2008). *Anti-War activism*. New york: Palgrave MacMillan.
- Gilloch, G. (2002). *Walter Benjamin*. Cambridge: Polity.
- Gitlin, T. (1997). The Anti-political populism of Cultural Studies. U Ferguson & Golding (1997).
- Gottlieb, J. (2015). Protest News Framing Cycle: How The New York Times Covered Occupy Wall Street. *International Journal of Communication* 9.

- Graham, M. (2014). Internet geographies. U Graham, M. & Dutton, W. (eds). *Society and the Internet*. Oxford: Oxford University Press.
- Gramši, A. (1980). *Filozofija istorije i politike*. Beograd: Slovo Ljubve.
- Gray, J. (2007). *Black Mass*. New York: Farrar, Straus and Giroux.
- Habermas, J. (1969). *Javno mnjenje*. Beograd: Kultura.
- Habermas, J. (1982). *Problem legitimacije u kasnom kapitalizmu*. Zagreb: Naprijed.
- Habermas, J. (1988). *Filozofski diskurs moderne*. Zagreb: Globus.
- Habermas, J. (1992). *Further Reflections on the Public Sphere*. U Calhoun, C. (ed). *Habermas and the Public Sphere*. Cambridge: MIT Press.
- Hajek, F. (2002). *Pravo, zakonodavstvo i sloboda*. Beograd: Službeni glasnik.
- Hall, S. (1977) 'Rethinking the "base-and-superstructure" metaphor', in J. Bloomfield (ed.) *Papers on Class, Hegemony and Party*, London: Lawrence & Wishart, 43–72.
- Hall, S. (1980). *Cultural studies: two paradigms*. *Media, Culture and society* vol 2: 1.
- Hall, S. (1982). *The Rediscovery of ideology. Return of the repressed in media studies*. U Gurevitch, M., Bennet, T., Curran, J. & Woolacott, J. (eds). *Culture, society and the media*. London: Methuen.
- Hall, S. (1996a). *On postmodernism and articulation: an interview with Stuart hall*. U Morley, D. & Chen, K-H. (eds). *Stuart Hall: Critical dialogues in Cultural studies*. London: Routledge.
- Hall, S. (1996b). *Cultural Studies and its theoretical legacies*. . U Morley, D. & Chen, K-H. (eds). *Stuart Hall: Critical dialogues in Cultural studies*. London: Routledge.
- Hall, S. (2000). *Old and New Identities, Old and New Ethnicities*. U King, A. (ed). *Culture, Globalization and the World-System*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Hall, S. (2011). *The Neoliberal revolution*. *Cultural Studies* 25:6.
- Hall, S., Critcher, C., Jefferson, T., Clarke, J. & Roberts, B. (1978). *Policing the crisis*. London: MacMillan.
- Hallin, Daniel C. & Paolo Mancini (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge University Press.
- Hantington, S. (2004). *Treći talas*. Podgorica : CID.
- Harlow, S. & Johnson, T. J. (2011). *Overthrowing the Protest Paradigm? How The New York Times, Global Voices and Twitter Covered the Egyptian Revolution*. *International Journal of Communication* 5.
- Harper, T. (2009). *Smash the Strata! A Programme for techno-political revolution*. U Poster & Savat (2009).
- Hartley, J. (2012). *Digital futures for cultural and media studies*. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Havelok, E. (1991). *Muza uči da piše*. Novi Sad: Svetovi.
- Hay, C. (2006). *(What's Marxist about) Marxist State Theory?* U Hay, C., Lister M. & Marsh, D. (eds). *The state: theories and issues*. New York: Palgrave MacMillan.

- Hayles, N. K. (1999). *How we become Posthuman*. Chicago: University of Chicago Press.
- Hegel, G.V.F. (1986). *Fenomenologija duha*. Beograd: Bigz.
- Held, D. (1980). *Introduction to Critical Theory*. London: Hutchinson.
- Hepp, A. (2009). Differentiation: mediatization and cultural change. U Lundby, K. (ed). *Mediatization: Concept, Changes, Conflicts*. New York: Lang.
- Hepp, A. (2013). *Cultures of mediatization*. Cambridge: Polity.
- Hepp, A. (2015). *Transcultural communication*. Chchester: Wiley Blackwell.
- Hepp, A. (2016). *Pioneer Communities: Collective Actors in Deep Mediatization*. Media@LSE Working Paper #40.
- Hepp, A. & Hasebrink, U. (2014). Human interaction and communicative figurations: The transformation of mediatized cultures and societies. U Lundby (ed).
- Hepp, A. & Krotz, F. (2014). *Mediatized worlds*. New York: Palgrave Macmillan.
- Herman, E. & Mekčesni, R. (2004). *Globalni mediji: novi misionari korporativnog kapitalizama*. Beograd: Clio.
- Hjarvard, S. (2008). The Mediatization of Society: A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change. *Nordicom Review* 29.
- Hjarvard, S. (2013). *Mediatization of culture and society*. London: Routledge.
- Hjarvard, S. (2014a). Mediatization and cultural and social change: an institutional perspective. U Lundby (2014).
- Hjarvard, S. (2014b). From Mediation to Mediatization: The Institutionalization of New Media 12. U Hepp, A. & Krotz, F. (eds).
- Hjarvard, S. (2016). Mediatization and the changing authority of religion. *Media, Culture & Society*, 38(1).
- Hjarvard, S. & Kammer, A. (2015). Online news: between private enterprise and public subsidy. *Media, Culture & Society* Vol. 37(1).
- Hjarvard, S. & Kristensen, N. (2014). When media of a small nation argue for war. *Media, War & Conflict* 7.
- Hjarvard S, Mortensen M. & Eskjaer M.F. (2015). Introduction: Three Dynamics of Medatized Conflicts. U Eskjaer, Hjarvard & Mortensen (ur). *The Dynamics of Mediatized Conflicts*: New York: Peter Lang.
- Hol, S. (2013). *Mediji i moć*. Loznica: Karpos.
- Honneth, A. (1991). *The Critique of Power*. Cambridge: MIT Press.
- Hopke, J.E. (2015). Occupy is not a place: A cross-case comparison of the 15M and Occupy movements. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*.
- Horkheimer, M. & Adorno, T. (1989). *Dijalektika prosvjetiteljstva*. Sarajevo: Veselin Masleša.

- Howard, P. (2011). *Castells and the media*. Cambridge: Polity.
- Inglehart, R. & Welzel, C. (2005). *Modernization, Cultural Change, and Democracy*. New York: Cambridge UP
- Innis, H. (1986). *Empire and Communications*: Toronto: Press Porcepic.
- Innis, H. (2008). *The Bias of Communication*. Toronto: University of Toronto Press.
- Iskander, E. (2011). *Connecting the National and the Virtual: an Facebook Activism Remain Relevant After Egypt's January 25 Uprising?*. *International Journal of Communication* 5.
- Jacobson, G. (2010a). *Perception, emory and partisan polarization on the Iraq war*. *Political science quarterly* 125:1.
- Jacobson, G. (2010b). *George W. Bush, the Iraq war and the election of Barack Obama*. *Presidential Studies Quarterly* 40:2.
- Jakobson, R. (1980). *The framework of language*. Ann Arbor : The University of Michigan.
- Jakšić, B. (2007). *Milsova kritika društva organizovane neodgovornosti, drugo izdanje*. Beograd: Službeni glasnik.
- Jameson, F. (1984). *Foreword*. U Lyotard, J.F. *The Postmodern Condition*. Minneapolis: University Of Minnesota Press.
- Jamieson, K. H. & Waldman, P. (2003). *The Press Effect*. Oxford: Oxford UP.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NYU Press.
- Jennings, M. (2004). *Walter Benjamin and the European Avant-garde*. U Ferris, D. (ed). *Cambridge Companion to Walter Benjamin*. Cambridge: Cambridge UP.
- Jessop, B. (1990). *State Theory: Putting the Capitalist State in Its Place*. Cambridge: Polity.
- Jessop, B. (2003). *Informational capitalism and empire*. *Studies in political economy* 71/72.
- Johnson, R. (1986). *What is Cultural Studies Anyway?* *Social Text* No. 16.
- Juris, J. (2012). *Reflections on #Occupy Everywhere: Social media, public space, and emerging logics of aggregation*. *American Ethnologist* 39(2).
- Kaningam, F. (2003). *Teorije demokratije*. Beograd: Filip Višnjić.
- Kastels, M. (2014). *Moć komunikacija*. Beograd: Clio.
- Keane, J. (1984a). *Public Life and Late Capitalism*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Keane, J. (1984b). *Introduction*. In C. Offe, *Contradictions of Welfare State*. London: Hutchinson.
- Keane, J. (1987). *The Modern democratic revolution: reflections on Jean-Francois Lyotard's La condition postmoderne*. *Chicago Review* 35: 4.
- Keane, J. (1988). *Democracy and Civil Society*. London: Verso.
- Keane, J. (2003). *Global Civil society*. New York: Cambridge University Press.

- Keane, J. (2013). *Democracy and Media Decadence*. Cambridge: Cambridge UP.
- Kellner, D. (1985). *Herbert Marcuse and the Crisis of Marxism*. Berkeley: University of California Press.
- Kellner, D. (1989). *Jean Baudrillard*. Stanford: Stanford University Press.
- Kellner, D. (1990). *Critical Theory and the Crisis of Social Theory*. *Sociological Perspectives* 33:1.
- Kellner, D. (1995). *Media Communications vs Cultural Studies*. *Communication Theory* 5:2.
- Kellner, D. (2004). *Technology, war and fascism: Herbert Marcuse*. London: Taylor & Francis.
- Kin, Dž. (1995a). *Mediji i demokratija*. Beograd: Filip Višnjić.
- Kin, Dž. (1995b) *Strukturni preobražaj javne sfere*. U Pavlović, V. (ur.), *Potisnuto civilno društvo*. Beograd: Eko centar.
- Kin, Dž. (2003). *Civilno društvo*. Beograd: Filip Višnjić.
- Kirilenko, A., T. Molodtsova & S. Stepchenkova (2015). *People as sensors: Mass media and local temperature influence climate change discussion on Twitter*. *Global Environmental Change* Vol. 30.
- Kirilenko, A. & Stepchenkova, S. (2012). *Climate change discourse in mass media: application of computer-assisted content analysis*. *Journal of Environmental Studies and Sciences* vol. 2.
- Kittler, F. (1990). *Discourse networks 1800/1900*. Stanford: Stanford University Press.
- Kittler, F. (1997). *Literature, media and information systems*. London: Routledge.
- Kittler, F. (1998). *On the take-off of operators*. U Lenoir, T. (ed). *Inscribing science*. Stanford: Stanford UP.
- Kittler, F. (1999). *Gramophone, film, typewriter*. Stanford: Stanford UP.
- Kittler, F. (2006a). *Thinking colours and/or machines*. *Theory, Culture & Society* vol 23.
- Kittler, F. (2006b). *Number and Numeral*. *Theory, Culture & Society* vol 23.
- Kittler, F. (2010). *Optical media*. Cambridge: Polity.
- Kittler, F. (2012). *Of states and their terrorists*. *Cultural politics* vol 8 issue 3.
- Klajn, I., & Šipka, M. (2006). *Veliki rečnik stranih reči i izraza*. Novi Sad: Prometej.
- Klinger, U. & Svensson, J. (2014). *The emergence of network media logic in political communication*. *New Media & Society*.
- Kramer, S. (2006). *The cultural techniques of time axis manipulation*. *Theory, Culture & Society* vol 23.
- Kroker, A. (1985). *Technology and the Canadian Mind*. New York: St. Martin's Press.
- Krotz, F. (2007). *The meta-process of mediatization as a conceptual frame*. *Global media and communication* 3.
- Krotz, F. (2009). *Mediatization: A concept to grasp media and societal change*. U Lundby, K. (ed): *Mediatization: Concept, Changes, Conflicts*. New York: Lang.

- Krotz, F. (2014a). Mediatization as a mover in modernity. U Lundby (2014).
- Krotz, F. (2014b). Media, Mediatization and Mediatized Worlds: A Discussion of the Basic Concepts. U Hepp & Krotz (eds).
- Krotz, F. (2017). Explaining the Mediatization Approach. Javnost 24.
- Kull, S., Ramsay, C., Subias, S., Lewis, E. & Warf, P. (2003). Misperceptions, media and the Iraq war. The PIPA Knowledge Networks.
- Kunelius, R. & Eide, E. (2012). Moment of Hope, Mode of Realism: On the Dynamics of a Transnational Journalistic Field During UN Climate Change Summits. *International Journal of Communication* 6.
- Kymlicka, W. (2002). *Contemporary political philosophy: an introduction*. Oxford: Oxford UP.
- Landow, G.P. (2006). *Hypertext 3.0*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Lash, S. (2002). *Critique of Information*. London: Sage.
- Lash, S. (2007). *Intensive Media: Modernity and Algorithm*. U Shamiyeh, M. (ed). *Organizing for change*. Berlin: De Gruyter.
- Lash, S. & Lurry, C. (2007). *Global Culture Industry*. Cambridge: Polity.
- Latour, B. (2005). *Reassembling the social*. Oxford: Oxford UP.
- Lazarsfeld, P. (1941). Remarks on administrative and critical communications research. *Studies in philosophy and social science* vol. 9.
- Lefor, K. (2003). *Izumevanje demokratije*. Beograd: Filip Višnjić.
- Lenoir, T. (1998). *Inscribing science*. Stanford: Stanford UP.
- Lester, L. & Cottle, S. (2009). Visualizing Climate Change: Television News and Ecological Citizenship. *International Journal of Communication* 3.
- Levinson, P. (2001). *Digital McLuhan*. London: Routledge.
- Lievrouw, L. (2011). *Alternative and activist new media*. Cambridge: Polity.
- Lievrouw, L. (2014). Materiality and media in communication studies. U Gillespie, T., Bozckowski, P. & Foot, K. (eds). *Media Technologies*: Cambridge: MIT Press.
- Liotar, Ž. F. (1988). *Postmoderno stanje*. Novi Sad: Bratstvo – Jedinstvo.
- Liotar, Ž. F. (2001). *Raskol*. Sremski Karlovci: Izd. Knjižarnica Zorana Stojanovića.
- Livingstone, S. (2015). From mass to social media? *Social Media + Society*.
- Logan R. (2013). *McLuhan Misunderstood*. Toronto: Key Publishing.
- Lotman, J. M. (2004). *Kultura i eksplozija*. Beograd: Narodna knjiga – Alfa.
- Lovink, G. (2002). *Dynamics of Critical Internet Culture*. Amsterdam: Institute of Network Cultures.
- Lowy, T. (1979). *The End of Liberalism*. New York: W.W. Norton & Company.

- Lull, J. (2006). The push and pull of global culture. . U Curran, J. & Morley, D. (eds). Media and Cultural Theory. New York: Routledge.
- Lundby, K. (2014). Mediatization of communication. Berlin: De Gruyter.
- Lundby, K, S. Hjarvard, M. Lovheim & H.H. Jernsletten (2017). Religion Between Politics and Media: Conflicting Attitudes to Islam in Scandinavia. Journal of Religion in Europe Vol. 10 (4).
- Lyotard, J.F. (1992). Inhuman. Stanford: Stanford University Press.
- MacIntyre, A. (2007). After Virtue. Notre Dame: University of Notre Dame Press.
- Madsen, (2002). Legal "field" or legal "network" : a Bourdieusian critique of Manuel Castells' network society. Retfærd 99.
- Makluan, M. (1971). Poznavanje opština. Beograd: Prosveta.
- Mamford, L. (2009). Tehnika i civilizacija. Novi Sad : Mediterran publishing.
- Mancini, P. (2015). The idea of „systems“ in media studies. U Coleman, S., Moss, G. & Parry, K. (eds).
- Marcuse, H. (1989). Čovjek jedne dimenzije. Sarajevo: Veselin Masleša.
- Markuze, H. (1979): Kontrarevolucija i revolt. Beograd : Grafos.
- Marx, L. (1998). The idea of „tehnology“ and postmodern pessimism. U Smith & Marx (1998).
- Mattoni, A. & Tere, E. (2014). Media practices, mediation processes, and mediatization in the study of social movements. Communication Theory 24.
- Mazzoleni, G. (2014). Mediatization and political populism. U Esser & Stromback (2014).
- Mazzoleni, G. (2015). Toward an inclusive digital public sphere. U Coleman, S., Moss, G. & Parry, K. (eds).
- Mazzoleni, G. (2017). Changes in Contemporary Communication Ecosystems Ask for a “New Look” at the Concept of Mediatization. Javnost 24.
- McChesney 2008
- McChesney, R. (2011). The structural limitations of US journalism. U Zelizer, B. & Allan, S. (eds).
- McChesney, Robert (2013). Digital Disconnect. New York: New Press.
- McChesney, R. (2015). Rich Media – Poor Democracy. New York: New Press.
- McChesney, R. & Nichols, J. (2011). The Death and Life of American Journalism. New York: Nation Books.
- McKee, A. (2004). The public sphere: an introduction. New York: Cambridge University Press.
- McQuail, D. (1997). Audience analysis. London: SAGE.
- McQuail, D. (2005). McQuail's Mass Communication theory. London: SAGE Publications.
- McQuail, D. (2010). McQuail's Mass Communication theory. London: SAGE Publications.

- McGuigan, J. (1992). *Cultural populism*. London: Routledge.
- McGuigan, J. (2010). *Cultural Analysis*. London: Sage.
- Mekluan, M. (1973). *Gutenbergova galaksija*. Beograd: Nolit.
- Mek Kvejl, D. (1994). *Stari kontinent – novi mediji*. Beograd: Nova.
- Melucci, A. (1996). *The Playing Self*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mieszkowski, I. (2004). Art forms. U Ferris, D. (ed). *Cambridge Companion to Walter Benjamin*. Cambridge: Cambridge UP.
- Milivojević, S. (2001). Javnost i ideološki efekti medija. *Reč* 64/10.
- Milivojević, S. (2008a). Kritička tradicija u istraživanju medija: kulturne studije. *Communication Management* 8.
- Milivojević, S. (2008b). Informaciono društvo i medijska kultura. *Godišnjak* 2: 2.
- Milivojević, S. (2015). *Mediji, ideologija i kultura*. Beograd: Fabrika knjiga.
- Milivojević, A. & Radojković, M. (2016). Revizija teorije o čuvarima kapija: oživljavanje modela u informacionom društvu. U Pralica, D. & Šinković, N. (ur). *Digitalne medijske tehnologije i društveno-obrazovne promene* 5. Novi Sad: Filozofski fakultet.
- Milošević, N. (1980). *Filozofija strukturalizma*. Beograd: Bigz.
- Mladenović, N. (2009). *Solidarity Network: Communication Management*.
- Mladenović, N. (2017). Medijatzacija feminizma: pop kultura i američki predsjednički izbori. *Mediji i komunikacije* 7.
- Morley, D. (1997). *Television, audiences and Cultural studies*. London: Routledge.
- Morley, D. (2006). Globalisation and cultural imperialism reconsidered. . U Curran, J. & Morley, D. (eds). *Media and Cultural Theory*. New York: Routledge.
- Morrnont, M. & Dasnoy, C. (1995). Source strategies and the mediatization of climate change. *Media, Culture & Society* Vol. 18.
- Mosco, V. (2004). *The Digital Sublime*. Cambridge: MIT Press.
- Moser, S. (2010). Communicating climate change: history, challenges, process and future directions. *WIRE's Climate Change* vol. 1.
- Murdock, G. (2017). Mediatisation and the Transformation of Capitalism. *Javnost* 24.
- Naj, Dž. (2006). *Kako razumevati međunarodne odnose*. Beograd: Stubovi kulture.
- Neš, K. (2006). *Savremena politička sociologija*. Beograd: Službenik glasnik.
- Neuman, W. R. (1991). *The Future of the Mass Audience*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Newman, S. (2009). Politics in the Age of Control. U Poster & Savat (2009).

- Nichols, J. & McChesney, R. (2013). *Dollarocracy: How the Money-and-Media Election Complex is Destroying America*. New York: Nation Books.
- Ofe, K. (1999). *Modernost i država*. Beograd: Filip Višnjić.
- Olausson, U. & Berglez, P. (2014). Media and Climate Change: Four Long-standing Research Challenges Revisited. *Environmental Communication*, 8:2.
- Olesen, T. (2004). The transnational Zapatista solidarity network. *Global Networks Vol 4*.
- Papacharissi, Z. (2010). *A Private sphere. Democracy in a digital age*. Cambridge: Polity.
- Pavlović, V. (1984). *Savremeno društvo i politika*. Beograd: Radnička štampa.
- Pavlović, V. (1987). *Obnova utopijskih energija*. Novi Beograd : Istraživačko-izdavački centar SSO Srbije.
- Pavlović, V. (2006). *Civilno društvo i demokratija*. Beograd : Službeni glasnik.
- Pavlović, V. (2011). *Država i društvo*. Beograd: Čigoja.
- Penney, J. & Dadas, C. (2014). (Re)Tweeting in the service of protest: Digital composition and circulation in the Occupy Wall Street movement. *New media and society* 16(1).
- Peters, J. D. (2003). The Subtlety of Horkheimer and Adorno: Reading 'The Culture Industry'. U Katz, E., Peter, J. D., Libes T. & Orloff A. (eds). *Canonic Texts in Media Research: Are There Any? Should There Be? How About These?* Cambridge: Polity Press.
- Peters, J. D. (2015). Assessing Kittler's Musik und Mathematik. U Sale, S. & Salisbury, L. (eds). *Kittler Now*. Cambridge: Polity.
- Petrović, D. (2006). Od društvenih mreža do umreženog društva: jedan osvrt na makro mrežni pristup u sociologiji. *Sociologija XLIX* no. 2.
- Petrović, D. (2013). *Društvenost u doba interneta: studija komunikacione upotrebe interneta u Srbiji*. Novi Sad: akademska knjiga.
- Petrović, D. (2014). *Moć je u mrežama*. U *Kastels* (2014).
- Plamenac, Dž. (2006). *Demokratija i iluzija*. Podgorica : CID.
- Poster, M. (2001). *What's the matter with the Internet?* Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Poster, M. (2006). *Information Please*. London: Duke University Press.
- Poster, M. & Savat, D. (2009). *Deleuze and New Technology*. Edinburgh: Edinburgh UP.
- Postman, N. (1993). *Technopoly*. New York: Vintage Books.
- Postman, N. (2000). The humanism of Media Ecology. *Proceedings of the Media Ecology Association*, Vol 1.
- Postman, N. (2005). *Amusing ourselves to death*. London: Penguin Books.
- Preston, P. (2001). *Reshaping Communications*. London: SAGE Publications.
- Putnam, R. (2000): *Bowling alone*. New York: Simon & Schuster

- Radojković, M. & Đorđević, T. (2005). *Osnove komunikologije*. Beograd: Čigoja.
- Reagle, J. M. (2010). *Good faith Collaboration: The Culture of Wikipedia*. Cambridge: MIT Press.
- Rebich-Hespanha, S. & Rice, R. (2006). Dominant Visual Frames in Climate Change News Stories: Implications for Formative Evaluation in Climate Change Campaigns. *International Journal of Communication* 10.
- Ricer, Dž. (2009). *Savremena sociološka teorija i njeni klasični koreni*. Beograd: Službeni glasnik.
- Robinson, P. (2011). Pockets of resistance. *International studies Association Annual Convention*.
- Rogers, R., Weltevrede, R., E. Borra & S. Niederer (2015). *National Web Studies*. U J. Hartley, J. Burgess & A. Bruns (ur). *A Companion to New Media Dynamics*. Oxford: Wiley Blackwell.
- Rols, Dž. (1998a). *Teorija pravde*. Podgorica: CID.
- Rols, D. (1998b). *Politički liberalizam*. Beograd: Filip Višnjić.
- Ronfeldt, D. & Arquilla, J. (2001). Emergence and Influence of the Zapatista Social Netwar. U Ronfeldt & Arquilla (eds). *Networks and Netwars*. Santa Monica: Rand Corporation.
- Ronfeldt, D. & Martinez, A. (1997). A Comment on the Zapatista "Netwar". U Arquilla & Ronfeldt (eds). *In Athena's Camp: Preparing for Conflict in the Information Age*. Santa Monica: Rand Corporation.
- Rosen, J. (2011). September 11 in the mind of American journalists. U Zelizer, B. & Allan, S. (eds).
- Ross, A. (2014). *The Naysayers: Walter Benjamin, Theodor Adorno, and the critique of pop culture*. The New Yorker.
- Roszak, T. (1978). *Kontrakultura*. Zagreb : Naprijed.
- Roszak, T. (2004). *The Cult of Information*. Berkeley: University of California Press.
- Rusconi, G. E. (1973). *Kritička teorija društva*. Zagreb: Stvarnost.
- Russell, A. (2011). Extra-National Information Flows, Social Media, and the 2011 Egyptian Uprising. *International Journal of Communication* 5.
- Salem, S. (2015). Creating spaces for dissent. D. Trottier & C. Fuchs (eds). *Social Media, Politics and the State*. New York: Routledge.
- Sandoval, M. (2014). Social Media? The Unsocial character of capitalist media. U Fuchs, C. & Sandoval, M. (eds).
- Sandvig, C. (2015). *The Social industry*. *Social Media + Society*.
- Savat, D. (2009). Deleuze's objectile: From discipline to modulation. U Poster & Savat (2009).
- Schafer, M. (2012). Online communication on climate change and climate politics: a literature review. *WIRE's Climate Change*.
- Schafer, M., A. Ivanova & A. Schmidt (2014). What drives media attention for climate change? Explaining issue attention in Australian: German and Indian print media from 1996 to 2010. *International Communication Gazette* Vol. 76(2).

- Schmidt, A., A. Ivanova & M. Schafer (2013). Media attention for climate change around the world: comparative analysis of newspaper coverage in 27 countries. *Global Environmental Change* vol. 23.
- Schudson, M. (2011). What's unusual about covering politics as usual. U Zelizer, B. & Allan, S. (eds).
- Schudson, Michael (2013). *Advertising, The Uneasy Persuasion (RLE Advertising): Its Dubious Impact on American Society*. London: Routledge
- Schulz, W. (2014). *Mediatization and New Media*. U Esser & Stromback (2014).
- Shaw, W. & Barry, V. (2015). *Moral issues in business*. Boston: Cengage Learning.
- Siegert, B. (1998). *Switchboard and sex*. Lenoir, T. (ed). *Inscribing science*. Stanford: Stanford UP.
- Siegert, B. (1999). *Relays*. Stanford: Stanford UP.
- Siegert, B. (2015). *Cultural Techniques*. New York: Fordham UP.
- Silverstone, R. (2003). Preface. U Williams, R. (2003).
- Silverstone, R. (2007). *Media and Morality*. Cambridge: Polity Press.
- Simić, D. (2002). *Nauka o bezbednosti*. Beograd : Službeni list SRJ.
- Smith, M.R. & Marx, L. (1998). *Does technology drive history?* Cambridge: MIT Press.
- Sosir, F. De (1989). *Opšta lingvistika*. Beograd: Nolit.
- Sparks, C. (1996). *Stuart Hall and the marxist concept of ideology*. U Morley, D. & Chen, K-H. (eds). *Stuart Hall: Critical dialogues in Cultural studies*. London: Routledge.
- Spasić, I. (2007). Bruno Latur, akteri-mreže i kritika kritičke sociologije. *Filozofija i društvo* 2 (33).
- Stalder, F. (1998). *The Network Paradigm: Social Formations in the Age of Information*. *Information Society* 14: 4.
- Stalder, F. (2006). *Manuel Castells : the theory of the network society*. Cambridge: Polity.
- Stamps, J. (1995). *Unthinking modernity: Innis, McLuhan and the Frankfurt School*. Montreal: McGill.
- Stiegler, B. (1998). *Technics and Time 1*. Stanford: Stanford University Press.
- Stiegler, B. (2009). *Technics and Time 2*. Stanford: Stanford University Press.
- Stiegler, B. (2011). *Decadence of industrial democracies*. Cambridge: Polity.
- Stiegler, B. (2013). *Uncontrollable societies of disaffected individuals*. Cambridge: Polity.
- Stiegler, B. (2015). *States of shock: Stupidity and knowledge in the 21st century*. Cambridge: Polity.
- Stojanović, V. (1985): *Tumačenje kriza u razvijenom kapitalizmu u delu Jirgena Habermasa*. Beograd: magistarski rad.
- Stojković, B. (2002). *Identitet i komunikacija*. Beograd: Čigoja.
- Šušnjić, Đ. (1995). *Otpori kritičkom mišljenju*. Beograd: Čigoja.

- Taylor, C. (2001). *Sources of the self: The making of the Modern Identity*. Cambridge: Harvard UP.
- Taylor, C. (2004). *Modern social imaginaries*. Durham: Duke University Press.
- Terkl, Š. (2011). *Sami zajedno*. Beograd: Clio.
- Thorson, K, S. Edgerly, N. Klinger-Vilenchik, Y. Xu & L. Wang (2016). Seeking Visibility in a Big Tent: Digital Communication and the People's Climate March. *International Journal of Communication* 10.
- Torres, P. (2016). Donald Trump thinks he's a god. Even worse, his supporters agree. URL: https://www.salon.com/2016/04/30/donald_trump_thinks_hes_a_god_even_worse_his_supporters_agree/
- Tufekci, Z. (2016). *Adventures in the Trump Twittersphere*. NY Times.
- Turen, A. (1998). *Postindustrijsko društvo*. Beograd: Plato.
- Turkle, S. (2004). Our split screens. U Feenberg, A. & Barney, D. (eds). *Community in the Digital Age*. Lanham: Rowman & Littlefield.
- Turner, F. (2008). *From counterculture to cyberculture*. Chicago: University of Chicago Press.
- Turow, Joseph (2011). *Media Today: An Introduction to Mass Communication*. London: Routledge.
- Vajzenbaum, Dž. (1980). *Moć računara*. Beograd: Rad.
- Valerštajn, I. (2005). *Posle liberalizma*. Beograd: Službeni glasnik.
- Van Dijck, J. (2013). *The Culture of Connectivity*. New York: Oxford UP.
- Van Dijck, J. & Poell, T. (2013). Understanding social media logic. *Media and Communication* 1: 1.
- van Dijk, J.A.G.M. (1999) The one-dimensional network society of Manuel Castells. *New Media and Society*, vol. 1, br. 1, pp 127-138
- Velš, V. (2000). *Naša postmoderna moderna*. Sremski Karlovci: Izd. Knjižarnica Zorana Stojanovića.
- Vinsent, E. (2009). *Teorije države*. Beograd : Službeni glasnik.
- Virilio, P., Kittler, F. & Armitage J. (1999). The information bomb: a conversation. *Angelaki: Journal of the theoretical humanities* vol. 4.
- Volerstin, I. (2003): Globalizacija ili period tranzicije. U Vuletić, V. (ur.): *Globalizacija – mit ili stvarnost*, Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
- Volkmer, I. (2011). Journalism and political crisis in the global network society. U Zelizer, B. & Allan, S. (eds).
- De Vreese, C. (2014). Mediatization of News. U Esser & Stromback (2014).
- Webster, F. (2006). *Theories of the Information Society*. London: Routledge.
- Weinberger, D. (2008). *Everything is miscellaneous*. New York: Holt.
- Wellbery, D. (1990). Foreword to discourse networks. U Kittler (1990).
- Williams, A. (2011). Media evolution and public understanding of climate science. *Politics and the Life Sciences*, 30(2).

- Williams, J. (2012). *Difference and repetition*. U Smith, D. & Somers-Hall, H. (eds). *The Cambridge Companion to Deleuze*. New York: Cambridge University Press.
- Williams, R. (1965). *The Long revolution*. London: Penguin.
- Williams, R. (1989). *Resources of Hope*. London: Verso.
- Williams, R. (2003). *Television*. London: Routledge.
- Williams, R. (2005). *Culture and Materialism*. London: Verso.
- Williams, R. (1998). *The political and feminist dimension of technodeterminism*. U Smith & Marx (1998).
- Wilson, C. & Dunn, A. (2011). *Digital Media in the Egyptian Revolution: Descriptive Analysis from the Tahrir Data Sets*. *International Journal of Communication* 5.
- Winner, L. (1980). *Do artifacts have politics*. *Daedalus* vol 109, no. 1.
- Winthrop-Young, G. (2000). *Silicon sociology, or, Two kings on Hegel's Throne?* *Yale journal of criticism*.
- Winthrop-Young, G. (2006). *Implosion and intoxication: Kittler, a German classic, and Pink Floyd*. *Theory, Culture & Society* vol 23.
- Winthrop-Young, G. (2011). *Krautrock, Heidegger, Bogeyman: Kittler in anglosphere*. *Thesis eleven* 107.
- Winthrop-Young, G. & Gane, N. (2006). *Friedrich Kittler: an introduction*. *Theory, Culture & Society* vol 23.
- Winthrop-Young, G. & Wutz, M. (1999). *Friedrich Kittler and media discourse analysis*. U Kittler (1999).
- Xu, K. (2013). *Framing Occupy Wall Street: A Content Analysis of The New York Times and USA Today*. *International Journal of Communication* 7.
- Zakaria, F. (2011). *The post-American world*. New York : W. W. Norton.
- Zelizer, B. & Allan, S. (2011). *Journalism after september 11*. London: Routledge.
- Žižek, S. (2008). *Ispitivanje realnog*. Novi Sad: Akademska knjiga.
- Žižek, S. (2009). *Paralaksa*. Zagreb: Antibarbarus.