

## U ODBRANI MEDIJA – ENCENSBERGEROVE MEDIJSKE PERSPEKTIVE

Zoran Kosjerina<sup>1</sup>

Univerzitet umetnosti u Beogradu  
Fakultet dramskih umetnosti, Beograd

316.77 Енциенсбергер Х. М.  
ID: 174299916

### Apstrakt:

*Hans Magnus Encensberger, pjesnik i analitičar poznije marksističke orijentacije, sa svoja dva eseja, „Industrija svijesti“ i „Kockice za jednu teoriju medija“, u dobroj mjeri je revidirao dotadašnje ljevičarske teorije medija. Osnovne postavke njegove medijske misli, bespredmetnosti u drugim medijskim teorijama, kao i njegov osvrt na intelektualce i primaocce medijskog sadržaja uopšte, tema su ovog teksta. Rad pokušava i da primjeni i ocjeni Encensbergerove teorijske postulate u uslovima novih, digitalnih medija (Internet, elektronska pošta) kada su se mehanizmi za ostvarenje demokratskih medija, zahtevani po Encensbergerovoj teoriji, u dobroj mjeri ostvarili.*

### Ključne reči:

*Hans Magnus Encensberger, industrija svijesti, nulti medij, društvena teorija medija, manipulacija, Internet demokratija, CAE, Pro ams revolucija.*

### Encensberger i društvene medijske teorije

Mada elemente teorije medija možemo pronaći još u raspravama Sokrata sa sofistima, pravi zamah u teoretskom razmatranju medija nastaje nastankom štampe i širenjem masovne kulture.

Valter Benjamin, u mnogo citiranom eseju iz 1936. godine, „Umetničko delo u veku svoje tehničke reprodukcije“, analizira pojavu tadašnjih novih medija (fotografija, gramofon i film) i njihov uticaj na umjetnost i društvo. Za razliku od Benjamina koji se vezao za film i fotografiju, po mišljenju Adorna i Horkhaj-

<sup>1</sup> rskljnk@gmail.com

mera, pronalazak radija predstavlja ključni momenat razvoja masovnih medija. Ovi autori ističu „antiprosvjeteljsko“ djelovanje masovne kulture koje, po njihovom mišljenju, smanjuje kritičku moć pojedinca, napredak njegove samosvjesti o društvenim problemima i sprečava razvoj autonomnih ličnosti koje slobodno i kritički rezonuju.

„Društvo spektakla“ (Gi Debor /Guy Debord/ 1991), „humorističko društvo“ (Lipovecki /Lipovetsky/ 1991), „fantomski svijet“, (Anders, 2008), „svijet hedonističkih imperativa“ (Tomić, 2008), kao da ima svoju potvrdu i u savremenim društvenim tendencijama krajnje apatije individue. Mnogi kasniji autori (Burdije /Bourdieu/, Bodrijar /Baudrillard/, Virilio), a i raniji (Orvel /Orwell/ 1948, Haksli /Huxley/ 1967) ukazuju na to.

Značajniji analitičar poznije marksističke orijentacije, Hans Magnus Encensberger, sa svoja dva eseja, „Industrija svijesti“ i „Kockice za jednu teoriju medija“, oba kod nas prvi put objavljena u knjizi *Njemačka, Njemačka između ostalog*, svakako da je u dobroj mjeri revidirao dotadašnje ljevičarske teorije medija. Njegove teoretske postavke tema su ovog rada.

Hansa Magnusa Encensbergera, u svom eseju o mogućnosti angažovanog intelektualca u vrijeme „bezalternativnog liberalizma“, Ratko Nešković ubraja u krug rijetkih intelektualaca poput A. Kamija (Camus), Ž. P. Sartra (Sartre), J. Habermasa, N. Čomskog (Chomsky) i Burdijea, „koji nastoje da budu svoji, dakle autonomni mislioci, koji imaju hrabrosti da se izdvoje iz vladavinskog i konformističkog miljea“ (Nešković, 2000: 2).

Značajan i kao autor lirike, novelista i pisac alegorijskih romana za djecu, Encensberger nas stalno i ne malo iznenađuje, koliko stvaralačkom i pregalačkom energijom, toliko i erudicijom i širinom interesovanja. Pored književnosti, piše eseje i putopise o ekonomskim i demografskim problemima, ima izlete i u teoriju i praksu filma, radija i pozorišta, prevodi poeziju, bavi se izdavaštvom, novinarstvom, putopisima, popularizovanjem matematike, čak i komentarisanjem fudbalskih utakmica na svjetskom prvenstvu.

Encensbergerova teorija medija takođe može da služi kao sinteza najvažnijih medijskih teorija, sa kritičkim osvrtom na sve njih, što će takođe biti predmet ovog rada. Kao što ćemo vidjeti, vrijeme kao da radi za njegovu medijsku teoriju. Naime, njegovo učenje, za razliku od nekih mnogo poznatijih autora, čini se da uspeva da se primjeni i na novonastale situacije sa izmjenjenim društvenim uslovima i tehničkim mogućnostima koje nosi informatičko doba. Čak i pojedini tehnoutopisti uviđaju kratke domete Makluanovog djela.

## Kritika ljevičarskih i ostalih medijskih teorija

Encensberger u eseju „Nulti medij ili zašto su sve žalopojke protiv televizije bespredmetne“, navodi kritike koje teoretičari upućuju na račun medija, grupišući ih u četiri grupe:

- ideološke (kritike o manipulaciji koje ističu kako mediji sprečavaju razvoj autonomnih ličnosti, dovode do propasti prosvjetiteljskog koncepta kulture i sveopšte krize duhovnosti);
- etičke (kritike po kojima se, koristeći medije, primalac navikava na slobodno ponašanje, neodgovornost, zločin i nasilje);
- spoznajnoteorijske (gledalac, zahvaljujući medijima, ne razlikuje stvarnost od fantomske fikcije; ljudsko iskustvo samo simulacija realnosti) i
- antropološke (po kojima mediji ne napadaju i psihološki identitet čovjeka proizvedeći nekog „novog čovjeka“).

Njegova kritika svih pomenutih modela kritičkog osvrtnja na medije zasniva se na prvom mestu na nedostatku naučnih dokaza za njih i samoj neobjektivnosti kritičara. Naime, „nije do sada nikome pošlo za rukom da izvan psihijatrijske klinike pronađe ni jednog jedinog televizijskog gledaoca koji ne bi bio u stanju da napravi razliku između bračne svađe u tekućoj seriji i one za doručkom“ (Encensberger, 1994: 74). S druge strane, na kojoj je strani teoretičar medija? „Ili on medije uopšte ne koristi, tako da ne zna o čemu govori; ili im se pak izlaže, i tad se postavlja pitanje kojim čudom je izbjegao njihovo pogubno dejstvo“ (Encensberger, 1994: 75).

Sve ove kritike su svakako imale značajan odjek u javnosti, velikodušan prijem u politici medija. „Uvjerenje da napolju u provinciji imamo posla s milionima idiota spada u osnovnu psihičku opremu svakog političara“ (Encensberger, 1994: 75). Encensberger, dakle, odjek takvih kritika objašnjava njihovom izuzetnom važnošću i korisnošću za vladajući sloj.

Encensberger takođe zaključuje da se i marksistička i konzervativna medijska kritika previše osvrću na komercijalni karakter industrije svjesti, kritikujući uglavnom taj njen aspekt. Proizvodi *industrije svjesti* su sa ekonomskim značajem još samo u njenim starinskim granama kao što je izdavaštvo. Njeni proizvodi su zapravo krajnje nematerijalni, oni ne donose dobra već mišljenja i sudove, sadržaje svjesti. A sve s ciljem njenog glavnog društvenog zadatka – očuvanja postojećih odnosa.

U kritici ljevičarskih medijskih teoretičara imenuju se djela Jingera (Junger), Gvardinija i Pikarda (Pacard), mada se takođe može uvidjeti i kritički odnos prema

Adornovom i Horkhajmerovom poimanju medija. Kritike ovih teoretičara svode se na žalopojke o manipulaciji, koja se stvarno odigrava, ali u biti takvo poimanje medija je defanzivno jer ne vidi pokretački momenat koji oni nude, a ni to kako se njima manipuliše u tadašnjim socijalističkim zemljama. Dakle, dotadašnje teorije bavile su se inventarisanjem, ali nisu otišle dalje od ponavljanja i isticanja nepravednih svojinskih odnosa, niti su ponudile upotrebljivo alternativno rješenje.

Encensberger čitavo jedno poglavlje posvećuje kritici rezultata američkog sociologa Vansa Pakarda o „skrivenim ubjeđivačima“.<sup>2</sup> Pakardovi nalazi za Encensbergera nisu beskorisni ali i ne daju odgovor na pitanje zašto je masovna potrošnja toliko privlačna. Socijalistička teorija, po njemu, nije trebalo da prihvati teze o korumpiranom i malograđanskom proletarijatu. To dovodi do odsustva vjere u promjenu. Ona bi trebalo da analizira ovakve potrebe. „Interesi masa ostali su neispitani i sigurno daleko prevazilaze ciljeve koje zastupa tradicionalni radnički pokret“ (Encensberger, 1980: 114). Dakle, *potrebe nisu podvala, podvala je obećanje koje mediji za njih nude*. Socijalisti i socijalističke vlade takve potrebe treba da ozbiljno prihvate i umjesto što udvostručuju frustracije svojih masa, učine ostvarivim – kroz kulturnu revoluciju.

Osvrćući se na Orvelovu sliku industrije svijesti iznijetu u futurističkom romanu 1984, po kojoj bi u budućnosti vladala takva kontrola umova od strane vladajućeg, Velikog brata, da bi bilo moguće kontrolisati sva živa bića sistemom čipova, Encensberger ističe nemogućnosti takvog scenarija sa statističke strane. Teorija sistema (kibernetika), tada nova nauka, pokazala bi da je to nemoguće – komunikacijski sklop, ukoliko prevaziđe određenu veličinu, više se ne može centralno kontrolisati. Takav sistem bi trebalo da pretpostavi, na primjer, takve aparate i monitore koji prevazilaze obimom ono što kontrolišu. Cenzura bi u tom slučaju bila najveća industrijska grana.

2 Pakard je istoimenom knjigom došao do zaključaka da mehanizmom skrivenog ubjeđivanja mediji utiču na ljudsku podsvijest. Bez obzira na to da li je riječ o prodaji bezalkoholnog pića ili indoktrinaciji nekom ideologijom, mediji stalnim izlaganjem publike određenoj vrsti poruke u obliku simbola ili akcije, utiču na njihov uslovni refleks. Kad nauka o ispitivanju potreba više nije mogla da zadovolji prodavce koji plasiraju neku robu na tržište, u uslovima kada razlike između sličnih roba skoro da i nema, dolazi do svojevršne medijske „proizvodnje potreba“. Mehanizmi se pronalaze u dubinskoj psihologiji. Nakon što je utvrđeno osam podsvjesnih potreba prosječnog potrošača (emocionalna sigurnost, potreba za priznanjem, potreba za zadovoljenjem ega, kreativnim izražavanjem, ljubavlju, potreba za osjećanjem moći, ukorjenjenosti i besmrtnosti), bačene su psihološke udice. Ciljajući na ljudsku strast, u medijima je umjesto upotrebe korisnosti proizvoda isticana njegova društvena važnost. Reklama ne ističe da li je manje ili više korisno konzumirati duvan. Pogrešna bi bila reklama u kojoj bi se isticalo da su neke cigarete manje štetne od drugih: reklama bi trebalo da ističe „opraštanje grijehova“, tj. da je taj čin sasvim u redu. Tako, na primer, mladima bi trebalo da se ukaže na to da pušenjem izgledaju muževnije (potreba osjećaja moći), a starima da pušenjem izgledaju mlađe (potreba za osjećanjem besmrtnosti) (Tomić, 2000: 175–179).

S druge strane, kontrola po približnim vrijednostima donosi nepotpune mogućnosti za upravljanje čitavim sistemom. Takođe ni stalno držanje vanrednog stanja nije rješenje koje mogu da pribjegu oni u čijoj je vlasti industrija svijesti, jer bi onda bio ometen stalan razvoj industrijskog društva.

### „Neukosti“ u vrijeme medijske sveprisutnosti

Jedno od suštinskih pitanja u vezi s medijima koji su sveprisutni i u kojima svi učestvujemo, i to ne samo kao primaoci, Encensberger obrađuje u eseju „O neukosti“. Encensberger u njemu daje svakako zanimljiva razmišljanja u vezi s prosvetiteljskom kritikom medija Horkhajmera i Adorna. Esej ističe relativnost pojma intelektualnosti i „neintelektualnosti“ u savremenim uslovima, kao i relativnost same neukosti, s obzirom na količine i kakvoću informacija sa kojim se suočavamo.

Navodeći iskustvene primjere profesionalne „antiintelektualnosti“ nekih profesionalaca i stručnjaka u raznim oblastima koje, kako tvrdi, svi možemo da sretnemo, a s druge strane ističući Paskala (Pascal), Grotiusa (Grotius) koji su već sa petnaest godina postigli značajne naučne rezultate i titule, Encensberger zaključuje: nesposobnost, nepismenost i neukost nikad nije bila isključivo vezana ni za postojanje obrazovanja (Njemačka tog doba je imala najskuplji obrazovni sistem u svijetu) ni za domen mladosti. „Stotine senilnih muškaraca u huntama, raznim savjetima, centralnim komitetima i kriznim štabovima mogu da, iz čiste gluposti, izazovu ekonomsko bankrotiranje, katastrofe i masakre, a zaključak će im u tim slučajevima uvijek glasiti: griješiti je ljudski“ (Encensberger, 1994: 8).

Encensberger (1995) u intervjuu za NIN ističe:

Intelektualci su stručnjaci za izražavanje kolektivnih ideja, kolektivnih osećanja, oni su obrazovani za to, istrenirani, a politika ih kao stručnjake regrutuje i plaća. Dakle, kad mi se pokvari instalacija, ja pozovem vodoinstalatera, a kad želim da huškam, zovem intelektualca. To je pomalo i pitanje nalogodavca: ranije je, u srednjem veku, crkva bila veliki nalogodavac intelektualaca, u feudalizmu aristokratija, a danas su to naši politički gangsteri, koji dobro plaćaju. Ne radi se samo o novcu i podmićivanju, nije posrijedi samo materijalna kompenzacija, da imaš neku vilu, već postaješ važan (Encensberger, 1995: 34).

S druge strane, za Encensbergera, pitanje ko je u savremenim uslovima „neukiji“, intelektualci starog, prosvetiteljskog kova ili neki od naših poznanika, običnih zanimanja i interesovanja, taksisti, frizerke, nema siguran odgovor.

I pored toga što živimo u eri informatičkog društva, društvu znanja, eri *Wikipedije*, opadanje pismenosti je evidentno.

Devedesetih godina devetnaestog vijeka, smatralo se da je obrazovana osoba u zemljama engleskog govornog područja ona koja je mogla napamet da recituje nekoliko cjelih pjesama Alfreda Tenisona, Elizabet Baret Brauning i drugih popularnih pjesnika tog vremena, kao i duge odlomke iz klasičnih djela Šekspira i Čosera. Većina onih koji su završili fakultete u toj deceniji takođe je znala napamet velike djelove akumuliranog znanja zapadne civilizacije iz oblasti nauke, umjetnosti i klasične muzike. [...] Ankete i školski testovi sprovedeni u posljednje tri decenije pokazali su stalno opadanje poznavanja istorije, geografije i nauka (Fidler, 2004: 159).

Po Encensbergerovom mišljenju, prosvetitelji, „bogati duhovi u objektivno uskom svijetu“, bogata znanja o jezicima, filozofiji, teologiji stekli su tako što su intenzivno proučavali jasan kanon koji je ukazivao na to koga čitati, šta je vrijedno znati, a šta nije. Do takvih znanja oni su dolazili teškom mukom, jer je pristup informacijama bio ograničen i skup. Opet, bili su uglavnom oslobođeni od problema svakodnevice – o tome je brinula posluha.

S druge strane, naši savremenici, izlažući se unakrsnoj vatri informacija sa svih strana, raspolažu jednom svaštatom raznih znanja. „Šta je matura u poređenju sa svakodnevnom horoskopom, svakodnevnom savjetima, svakodnevnom potrošačkom preporukom! Siguran sam da bi jedno izdanje Bild Cajtunga bilo dovoljno da na više nedelja onesposobi misaoni aparat jednog Johana Gotfrida Herdera“ (Encensberger, 1994: 16).

Ipak, naši savremenici u unakrsnoj vatri informacija „ne polude“. „Pored napora da se prime i pohrane opasne količine informacija, treba imati u vidu još veći napor da se one drže na daljini, da čovjek na njih postane imun“ (Encensberger, 1994: 17). Uz to, znanja koja oni stiču vrlo brzo zastarjevaju. Iako su bez sintakse koju imaju prosvetitelji, takva se znanja odlikuju funkcionalnošću. Oni „ne znaju šta znači transspustancija, ali im je ništa manje apstraktan 'povraćaj poreza na višak vrijednosti' dobro poznat“ (Encensberger, 1994: 13).

Dakle, informaciono društvo, društvo koje neki nazivaju i društvom znanja, ne iziskuje potrebe za klasičnim obrazovanjem. Drugim riječima, kad bi sa njim oni mogli nešto da rade, kad bi se životni uslovi toliko promijenili, „u lijepo jesenju večer, umjesto *We don't need education*, pjevali bi prvo pjevanje *Odiseje*“ (Encensberger, 1994: 18).

U eseju „Ne sustaj, Gutenberg“ (*Mostovi*, broj 100, 2007), Encensberger ističe kako je ozbiljna književnost, a samim tim sva ozbiljna, ili kako je on još naziva, „teška“ kultura, bila – i verovatno će uvijek biti – strasno zanimanje samo jedne manjine. Naime, za emancipaciju obespravljenih i kulturu za sve prvi su se založili proroci prosvetiteljstva. Podstaknut industrijom, kojoj je trebalo sve više obrazovanih kadrova, devetnaesti vijek je doveo do povećanja pismenosti i interesovanja za kulturu. Međutim, „čim su bioskop i televizijski prijemnik pružili alternativu čitanju, roman je počeo da gubi privlačnost. Ne mogu da kažem da za to krivim publiku. Prvo, nema nikakvog razloga da ljudi traže zabavu u knjizi kad postoje moćniji izvori. Isto tako, napori edukatora prečesto su patili od visokih misionarskih tonova, a mnogi od nas nemaju strpljenja za gospodarske umove koji će nam reći šta da čitamo. Danas ima nezaposlenih taksista koji se druže s Danteom i Prustom, i visokih političara koji su praktično nepismeni. Zavisno od svojih shvatanja, možete na to gledati kao na simptom gubitka ili kao na stepen slobode kakvog do sada nije bilo. Ne treba ni da kažem da mi je drugo shvatanje milije. Krajem dvadesetog veka, međutim, elitistička strategija više, reklo bi se, ne obećava. Nema ničeg aristokratskog, herojskog ili sjajnog u današnjoj izolaciji 'teške književnosti' i njen agresivni udar istrošio je svoju snagu“ (*Ne sustaj, Gutenberg*, 2007).

### Šta je medijska kritika previdjela: kriza sadržaja i nulti medij kao oblik masovne psihoterapije

Nasuprot socijalističkoj teoretskoj misli, po Encensbergerovom viđenju, Maršal Mekluan je, i pored nedostatka analitičnosti svojih stavova, „bolje osjetio proizvodne snage novih medija nego li sve ideološke komisije KP SSSR u svojim beskonačnim odlukama i smjernicama“ (Encensberger, 1980: 124). U izjavi „medij je poruka“ Encensberger vidi simboliku: mediji, dakle, samo emituju i ništa više. Buržoazija posjeduje medije, ali je nesposobna da nešto saopšti jer je ideološki prazna. Potvrdu za to Encensberger nalazi u umjetničkoj avangardi kao što je književnost ćutanja, u Vorholovim (Warhol) filmovima u kojima se ništa ne dešava i Kejdžovom (Cage) *Predavanju ni o čemu*. To dovodi do takozvanih „nultih medija“.

Po Encensbergerovom shvatanju, novo u medijima jeste to što oni više nisu upućeni na programe, tj. sadržaj je u toj mjeri redukovan da se približavaju nultom mediju. Likvidacija sadržaja ima dugu predistoriju, nastaje još od vremena trivijalnih romana. Smanjenje emisija sa riječima na radiju jeste, takođe, dio tog procesa. Nulti mediji ipak imaju svoj korijen u avangardnoj umjetnosti. „Od Kandinskog do *No action painting*, od konstruktivizma do nizija pop arta i kompjuterske grafike, umjetnici su činili šta su mogli da svoja djela oslobode od

svakolikog značenja“ (Encensberger, 1994: 81). Vizuelni masovni mediji su ovaj proces doveli do vrhunca.

Ta nulta pozicija je međutim snaga televizije, ne njena mana. Naime,

televizija se prije svega upotrebljava kao dobro definisan metod za prijatno ispiranje mozga; on služi kao sredstvo individualne higijene, kao način samoizliječenja. Nulti medij je jedini masovni oblik psihoterapije... Time bi se bez pola muke moglo objasniti i kvazireligijsko obožavanje što ga nulti medij uživa: on predstavlja tehničko približavanje nirvani. Televizor je budistička mašina (Encensberger, 1994: 86).

Dakle, gledalac zna da nema posla samo sa sredstvom komunikacije već i sa sredstvom za sprečavanje komunikacije. Da bi ostvario svoje želje, daljinskim upravljačem on manipuliše medijem, a ne medij njime.

### Ka novoj socijalističkoj teoriji medija

Encensberger svoju medijsku teoriju zasniva pre svega na originalnom tumačenju pojma manipulacije, relativizujući njeno značenje i poistovjećujući je sa svakom upotrebom medija. *Suštinsko pitanje nije da li manjina misli za većinu jer učitelji, sveštenici, majstori su oduvijek djelovali na svoje učenike, pastvu i kalife.*

Takvo tumačenje umnogome se razlikuje od uobičajenog poimanja manipulacije. Šušnjić, recimo, pravi razliku između manipulacije i socijalizacije, i manipulacije i ideologije (Šušnjić, 2004). Encensberger, kako smo istakli, ne pravi razliku između ova tri pojma: *Svako korišćenje medija predstavlja manipulaciju.* Svaki govor i produkcija u bilo kom mediju, dakle ne samo montaža ili i miksovanje u njima, pa i njihova distribucija, predstavlja zahvat u građu, dakle, vid manipulacije. *Pitanje koje je suštinsko za njega nije da li se medijima manipuliše ili ne, već ko njima manipuliše. Revolucionarni pokret ne treba i ne može da ukine manipulaciju, on treba svakog da učini manipulatorom.*

Možda najbolju potvrdu Encensbergerovog shvatanja manipulacije imamo u Sartrovoj izjavi: „I kad bismo bili mirni i nijemi kao kamenje, sama naša pasivnost bi bila akcija“ (Sartr, u Selenić, 2002: 169). Sartr ovom izjavom posredno potvrđuje Encensbergerov stav da su sve aktivnosti (korišćenje medija) politička akcija, čak i onda kad je aktivnost naizgled bez takve kontacije (u školama, na poslu, i čak kad „kao kamen“ mirujemo).



Dalje, izgleda da sve klase nameću svoje ideologije, i to na potpuno isti način. Komunističko iskustvo SSSR-a i Istočnog bloka pokazalo je da će stavove uvijek nametati uski krug koji je na vlasti. *Kritika koja pada samo na kapitalističke odnose nije potpuna.* „Ko je gospodar a ko sluga ne rešava se samo na osnovu toga ko raspolaže kapitalom, fabrikama i oružjem nego i ko raspolaže svješću drugih...“

Na tragu Frankfurtske škole, on ukazuje i na neadekvatnost pojma sredstva komunikacije, za medije kao što su televizija, film i radio. Poruka stiže samo iz jednog smjera, te se komunikacija kod njih zapravo ne uspostavlja. Ne sprovodi se povratna reakcija pošiljaoca i primaoca.

*Nova teorija medija treba da uočava emancipatorske mogućnosti medija, mogućnosti koja postoji u samim medijima da se njihovim posjedovanjem suprotstave starim i/ili formiriraju nova gledišta, suprotstavljena dominirajućim.*

Marševi i parade nisu pojedinci u pokretu. Mase ne mogu biti predmet politike koji treba da se usmjeri tamo gdje je nekome drago. To vodi njihovoj depolitizaciji ili, u drugoj krajnosti, u anarhizam i terorizam. Zakoni za kontrolu etra i dodjelu frekvencija podsjećaju na doba kontrole štampe, i, po Encensbergerovom predviđanju, njihovo je vrijeme na isteku, *te stoga socijalistički pokreti treba da započnu borbu za svoje frekvencije.* Takav se razvoj događaja upravo i odigrao: nepunu deceniju nakon došlo je do pojave bujice kablovskih, a zatim satelitskih kanala. Vrhunac je ipak nastao razvojem Interneta.

Energija koju ispoljavaju sputane mase u masovnim društvenim promjenama dobro je poznata iz istorije. Encensberger navodi razne primjere koji ukazuju da je mašta koju mase posjeduju u trenutku oslobađanja dovoljna zamjena za nedostatak ili zaostalost instrumenata koji se koriste za medijsku borbu.

Ipak, *djelovanje mase ne smije da se svede na djelovanje izolovanih pojedinaca. Samoorganizovani pojedinci udruženi u aktivne i konheretne grupe jedini su metod ispravnog korišćenja medija.* Vjera u emancipaciju u medijima kroz izolovane pojedinačne akcije, ma kako te akcije efikasne i marljive bile, zamke su tehokratije i liberalizma. „Svaka proizvodnja koja za svoj predmet ima interese proizvođača pretpostavlja kolektivni način proizvodnje“ (Encensberger, 1980: 112).

Aparati poput magnetofona ili amaterske kamere, koji su u to vrijeme bili široko dostupni, ukoliko ih koristi izolovani pojedinac, nisu uspjeli da ostave utisak da on može da sa njima postane proizvođač. On ostaje samo amater i svojom izolovanošću može na neki način nanijeti štetu i pobjedonosno ruganje druge

strane. Takođe, tzv. „demokratski forumi“, koji se sastoje od davanja riječi čitaocu u novinama ili gledaocu na radiju, svojim mehanizmima samo ostvaruju iluziju ravnopravne razmjene stavova. Ovakve mehanizme, potpuno u skladu sa Encensbergerovim stavovima, još preciznije opisuje Burdije u knjizi *Narcisovo ogledalo*. Mediji, kao što je televizija, podesni su da argumentovanost stavova često bude u sjenci brzine i nametljivosti izlaganja, tzv. *fast thinkers* gostiju, koji koristeći govorničke sposobnosti potpuno ili samo djelimično praćenih ozbiljnim argumentima uspevaju da ostave utisak na publiku. „Običnim riječima se ne može zadiviti ni zapanjiti. Potrebne su izuzetne riječi“ (Burdije, 2000: 35).

Burdije ipak ne gubi nadu.

Nije uopšte moguće predstaviti tu sredinu kao izrazito homogenu: tu uvek ima malih novinara, mladih, subverzivnih, gnjavatora, koji se svi skupa očajnički bore kako bi uveli sićušne razlike u tu ogromnu homogenu kašu, nametnutu začaranim krugom informacija koje potiru i kruže između ljudi sa zajedničkom obavezom, a to ne treba zaboraviti – da se podvrgnu pritisku trake za visokim nivoom gledanosti“ (Burdije, 2000: 43).

I Encensberger i Burdije navode i pozitivne novinske primjere – za Encensbergera, u to vrijeme, to je *Frankfurter algemajne cajtung* (*Frankfurter Allgemeine Zeitung*) a za Burdijea *Mond* (*Le Monde*). Uvjereni smo da bi, sa pojavom Interneta, takvih primjera naveli više.

### **Umjesto zaključka – savremeno društvo i potvrde Encensbergerove medijske misli u novim medijima**

Da li je i koliko je Encensberger bio u pravu, da li se njegova teorija može primjeniti na savremene medijske uslove? Da li je nastali medijski aktivizam adekvatan, tj. organizovan, s obzirom na to da Encensberger insistira na organizovanoj akciji prije nego na pojedinačnom? Da li uloga medijskih učesnika i sadržaj današnjih medija odgovaraju slici koju je predstavio Encensberger? Da li su, time što je klasa „zavisnih od plata“ uspjela da dođe do svojih „frenkvencija“ u „najnovijim“ novim medijima, mediji postali slobodniji? Konačno, da li možemo da zaključimo da adekvatna participacija u medijima, tj. po Encensbergeru slobodni mediji, dovodi do demokratičnijeg društva?

U uslovima u kojima danas nema vlasti koja je spremna da se odrekne usluga industrije svijesti, zdrava logika nas dovodi do zaključka da je jedini način medijske borbe u krilatici koju koriste taktički mediji – ne mrzite medije, budite mediji. Dakle, Encensberger smatra da je medijska sloboda, koja je interes svake

zajednice i prevazilazi interes bilo koje klase, ostvariva jedino suočavanjem sa industrijom svijesti njenim oruđem – participacijom u medijima.

Mogućnost novih medija (Internet stranice, elektronska pošta, DVD i CD-ROM (multimedija), digitalne video-igre, VoIP i mobilni telefoni...) da, zahvaljujući svojim svojstvima – jednostavnosti korišćenja, dostupnosti, globalnosti, interaktivnosti – podignu participaciju u medijima na nivo koji do sada nije postojao je očigledna. Broj Internet stranica prelazi više miliona i svako sa minimalno ulaganja može da bude medijski učesnik. Objedinjene u jednom mediju, na jednom mjestu, jednom aktivnošću dostupne, jeftino dostupne – sve prednosti ostalih medija sada dobijaju dodatni karakter, atribute koji omogućavaju da novi mediji postanu sve zastupljenije sredstvo za informisanje, zabavu, komunikaciju i poslovanje, ali i medijski aktivizam. „Na mreži je svaka osoba potencijalna TV stanica, bez dozvole za emitovanje“ (Negropont, 1998: 166).

Šta je sa preostalim zahtjevom da medijska akcija bude organizovana?! CAE<sup>3</sup> u svom programu za *Digital Resistance* jasno ukazuje na to da „ako je kultura otpora nešto naučila iz posljednjih 150 godina jeste to da je 'ujedinjeni, na ulici' pogrešan pristup“ (CAE, 1997: 1) Time se potvrđuje Encensbergerov stav – mase u pokretu su dobro organizovane mase koje učestvuju u medijskoj proizvodnji, a ne mase na ulici. Možemo da zaključimo da organizovanost i profesionalnost medijske akcije i te kako postoji. Četiri različita oblika organizovanog savremenog novomedijskog aktivizma koja se mogu uočiti su: građansko Internet novinarstvo, *cultural jamming*, taktički mediji i aktivizam.

*Pro ams revolucija*, čiji bi mogao da bude ideolog, čini nam se kao potvrda Encensbergerovih stanovišta o masama. U situaciji kada imaju na raspolaganju više slobodnog vremena, „profesionalni amateri“ svoje aktivnosti usmjeravaju na razne načine u koje, kako smo vidjeli, spada i medijski aktivizam. Pro ams revolucija je samo jedno od objašnjenja fenomena Interneta, otvorene kulture i *Wikipedije*. Drugo, koje smo naveli, tiče se „urođene mudrosti masa“ iskazane u knjizi Džejmsa Surovickog (Surowiecky) *The Wisdom of Crowds: Why the Many Are Smarter Than the Few and How Collective Wisdom Shapes Business, Economies, Societies and Nations*.

Encensberger ide još dalje u kritici građanske kulture, kritikujući kako ekskluzivan klasni karakter građanske estetike, čiji se estetski postulati neminovno

---

3 Critical Art Ensemble (CAE), svakako najpoznatiji pobornici taktičkih medija, medijskog aktivizma koji koriste medije za borbu protiv medija, a naziv su dobili po hit and run taktici kojom se služe.

moraju preispitati, tako i nametanje avangarde, kojom se industrija svijesti, koristeći njeno mistično, stalno aktuelizovanje novih i novih pravaca i njen potencijal za ekstremno eksperimentisanje, koristi da bi stvorila uslove za kontinuiran proces vještačkog starenja umjetničkog djela. Predmet kritike medija, kojim se ona ne bavi ili ne bavi dovoljno, jeste sam sadržaj, tj. nepostojanje sadržaja i programa u medijima koji Encensberger označava kao „nulti“.

Potvrda ovakvog stanovišta može da se nađe i danas u TV emisijama koje gledamo, ispraznim reklamnim porukama, bilbordima, i blokbuster filmskim hitovima. Tomas Skac (Schatz) kao da potvrđuje takav stav: „Od *Kuma (The Godfather, 1972)* i *Ajkule (The Jews, 1975)*, do *Ratova zvezda (Star Wars, 1977)*, filmovi su sa sve više zapleta, visceralniji, kinetičkiji, i brži, zavisniji od specijalnih efekata, 'fantastičniji' (time apolitičniji)...“ (Skac, 1993).

Svakako da su neka Encensbergerova tumačenja podložna kritici. Njegovo opravdavanje neukosti masa u odnosu na „prosvetitelje“ ranijih decenija i vijekova, zbog izloženosti ogromnom količinom informacija, kao i zbog nepostojanja jedinstvenog kanona šta treba znati i učiti, čini se, ipak je jednim djelom bespredmetno. Oni jesu izloženi daleko većoj količini informacija, ali one posjeduju i filtere tako da mnoge takve informacije ne moraju da se prime. Dalje, nepostojanje jedinstvenog kanona ne znači i nepostojanje potrebe za njim.

Encensberger svoju kritiku spoznajno teorijskih kritičara medija zasniva na nedostatku dokaza koje ovi imaju za svoje tvrdnje. Na isti način, i Encensbergerove tvrdnje o manipulaciji ekonomskim porukama i skrivenim ubjeđivačima, po kojim mase koje prihvataju nametnute robe i potrebe jer su im to stvarne fiziološke potrebe, mogu da se kritikuju zbog nedostatka dokaza – on nigdje ne iznosi dokaze psiholoških istraživanja koji ukazuju da takve potrebe ipak nisu nametnute, tj. da su fiziološke.

Sada dolazimo do osnovnog pitanja – da li je Encensberger bio u pravu, tj. *u uslovima kad su se mehanizmi za ostvarenje demokratskih medija opisani u njegovoj medijskoj teoriji ostvarili, da li su oni doveli do ostvarenja demokratskog društva?*

U literaturi srećemo različite tvrdnje koje ističu pro i kontra argumente mogućeg razvoja elektronske demokratije. Uzmimo da *sve argumente protiv demokratskih potencijala i efekata Interneta možemo uzeti i kao kritike Encensbergerovih modela participativne demokratije*. Navešćemo pet osnovnih argumenata onih koji tvrde da će Internet imati suprotne, nedemokratske efekte (Benkler, 2006: 245–248):

- Zbog ogromne količine različitih gledišta i informacija, koji su uz to haotično uređeni, doći će do informacionog prezasićenja. Nedostatak kondenzacione uloge masmedija prouzrokovat će slabljenje javne sfere i njene fragmentacije. Postojeće samo grupe pojedinaca istih uvjerenja i interesovanja koje će do te mjere biti fragmentovane da neće postojati zajedničko polje za političku akciju.
- Ogroman broj sajtova na Internetu će proizvesti to da neki nikad neće steći ozbiljniju posjećenost. Samo će mali broj sajtova biti posjećen od većine, tako da Internet samo zamjenjuje masmedije.
- „Veliki, sofisticirani, bogati, vladini i korporativni tržišni učesnici imaju toliko velike resurse da mogu da čine šta žele i izbjegnju kritičko razmatranje i demokratsku kontrolu. Samo podjednako velike, moćne, nezavisne organizacije, kojima je osnovna uloga da nadgledaju i kritikuju druge velike organizacije, mogu se suprotstaviti elitnim organizacijama. Dejvid Miller (Miller), u eseju „Odnosi sa javnošću, promocija i moć“, zaključuje da, i pored sve veće sofisticiranosti strategija promocije i kad su u pitanju oni koji nemaju političku moć: „male alternativne grupe nemaju velike šanse da mediji neprekidno izvještavaju u njihovu korist, kada se suoče s jakom konkurencijom organizacija bogatih resursima“ (Miler, 2005: 125).
- Autoritativne vlade mogu filtrirati i nadgledati i tako slobodan medij kao što je Internet. Primjer Kine, druge najveće Internet zajednice na svijetu, pokazuje da je moguće korisnicima dozvoliti pristup Internetu, a i dalje ih kontrolisati sasvim uspješno.
- Ako Internet i povećava participaciju u javnoj sferi, pristup njegovim mogućnostima, zbog materijalnog stanja, mogućnosti edukacije, omogućen je samo onima koji su i prije stajali dobro u društvu.

Benkler je i pored svega optimista. Čini se da je u pravu kada tvrdi da „uvođenje Interneta neće automatski rezultirati globalnom demokratijom, ali će svakako otežati posao autoritativnim režimima“ (Benkler, 2006: 283). Autoritativni režimi mogu postići kontrolu, ali u novomedijskim uslovima, „troškovi su veći a efikasnost manja nego u sistemima sa dominantnim masmedijima“ (Benkler, 2006: 283). Dalje, po Benklerovom mišljenju, može se uočiti razvoj i veći značaj napora netržišnih, individualnih i medijski ravnopravnih učesnika poput *Independent Media Center* i *slashdot.org*. Uz to, Benkler, u ponašanju na mreži, uočava i „razvoj filtriranja, akreditacija, mehanizama sinteze“ (Benkler, 2006: 283), kojim bi se mogle izbjeći prijetnje informacionog prezasićenja i fragmentacije diskursa. On, čini se, ispravno zaključuje da je neravnomernost rasprostranje-

nosti novih medija značajan problem, ali samo dok traje neminovna tranzicija u sveprisutno digitalno društvo, jer tehnologija postaje sve dostupnija i jeftinija uz napredak performansi.

Ostaje pitanje da li će, i pored posjedovanja sredstava komunikacije, manja grupa moći da se suprotstavi većoj. S tim u vezi, posebno je zanimljivo iskustvo koje je proizašlo iz bombardovanja zemlje tokom agresije NATO pakta 1999. godine. U tim uslovima, pristup Internetu obezbjeđivao je bolju informisanost slobodnim pristupom mnogobrojnim stranim sajtovima.

S druge strane, postojala je i mogućnost da svijetu prikaže bombardovanje iz svoje perspektive, onoliko koliko je jugoslovenska perspektiva zanimala svijet, i onoliko koliko je zemlja sa svojim kapacitetima bila kadra da se suprotstavi medijskim golijatima. To je, dakako, bio veoma neravnopravan dijalog, veći od neravnopravnosti vojnih potencijala Jugoslavije i NATO pakta (Bačević, 2002: 8).

Treba takođe navesti i mogućnosti novih cenzura, poput cenzure pretraživača kavi su *google.com*, o čemu piše Majkl Ager (Agger, 2007). Istorijska iskustva i trendovi, i pored želja korisnika da informacije unutar društva slobodno kruže, ukazuju na to da će države i institucije svakako pokušati da ograniče pristup informacijama, bilo direktnom ili suptilnom cenzurom (Fidler, 2004).

Navedenim argumentima protiv teze da nas efekti Interneta vode u pravednije društvo, mogli bismo dodati i druge, ako se jednostavno zapitamo da li je problem demokracije jednog društva problem medija. Da li su mediji sami po sebi nedemokracijski? Da li je problem u tehničkoj nesavršenosti medija koji ne pružaju mogućnost masama da se ispolje kroz interaktivnost, ili je problem u samom čovjeku, njegovoj nespremnosti na akciju, sklonosti ka ličnim i narcisoidnim težnjama, apatiji, odsustvu svake akcije i prepuštanju bezdušnom konzumerizmu? Čovjeku kome su mediji „samo produžeci“, koji je, čini se, i sa starim medijima, uz veće pregalaštvo, istrajnost i požrtvovanost mogao doći do pravednijeg društva?!

Ipak, možemo ustvrditi da je *Encensbergerova teorija i te kako primjenjiva na novomedijske uslove*. Svi njeni osnovni elementi, kako smo vidjeli, mogu da se pronađu potvrđeni u savremenoj medijskoj teoriji i praksi. Nastala na teorijama drugih medijskih analitičara, ona prihvata sve primjenljive elemente i unosi nove. Takvim pristupom ni Encensbergerovu teoriju ne bi trebalo dogmatički prihvatiti već je stalno razvijati. Čini se da na tom planu već postoje izvjesni pokušaji (CAE i taktični mediji).

## Literatura

- Anders, G. (2008) *Svijet kao fantom i matrica*, Novi Sad.
- Bal, F. (1997) *Moć medija, mandarin i trgovac*, Beograd.
- Benkler, Y. (2006) *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*, Yale University Press.
- Benjamin, V. (1974) *Eseji*, Beograd.
- Bodrijar, Ž. (1991) *Simulakrumi i simulacija*, Novi Sad.
- Burdije, P. (2000) *Narcisovo ogledalo*, Beograd.
- CAE (1997) *Digital Resistance*, New York.
- CAE (1998) *Electronic Civil Disobedience & Other Unpopular Ideas*, New York.
- CAE (2006) *Marching Plague*, New York.
- Encensberger, H. M. (1980) *Njemačka, Njemačka, između ostalog*, Beograd.
- Encensberger, H. M. (1994) *Ogledi*, Novi Sad.
- Fidler, R. (2004) *Medijamorfosis*, Beograd.
- Horkhajmer, M., Adorno, T. (1989) *Dijalektika prosvetiteljstva*, Sarajevo.
- Lipovecki, Ž. (1991) *Carstvo prolaznog*, Novi Sad.
- Manović, L. (2001) *Language of new Media*, Cambridge.
- Mekluan, M. (1982) *Poznavanje opština, čovjekovih produžetaka*, Beograd.
- Negropont, N. (1998) *Biti digitalan*, Beograd.
- Scatz, T. (1993) *New Hollywood, Film Theory Goes To The Movies*, New York, London.
- Selenić, S. (2002) *Dramski pravci XX vijeka*, Beograd.
- Šušnjić, Đ. (2004) *Ribari ljudskih duša*, Beograd.
- Tomić, Z. (2000) *Komunikologija*, Beograd.
- Tomić, Z. (2008) *New\$ Age*, Beograd.

## Vebografija

- Agger, M. (2007) Google's Evil Eye: Does the Big G know too much about us? *Slate Magazine*, 10. oktobar 2007. <http://www.slate.com/id/2175651> (31. 3. 2009).
- Bačević, Lj. (2002) Razvoj Interneta u Jugoslaviji, Beograd, Centar za politikološka istraživanja i javno mnjenje Instituta društvenih nauka Univerziteta u Beogradu, [http://soemz.euv-frankfurt-o.de/media-see/newmedia/main/articles/pdf/l\\_bacevic.pdf](http://soemz.euv-frankfurt-o.de/media-see/newmedia/main/articles/pdf/l_bacevic.pdf) (31. 3. 2009).
- Encensberger, H. M. (1995) Intelektualci su plaćeni huškači, *NIN* [Internet], 30. jun 1995. <http://82.117.206.29/Develop/Glasonose.nsf/7f8b99cf5c93c5b4c1257298004a125c/7267843e397daf86c12572c200533375?OpenDocument> (31. 3. 2009).

- Encensberger, H. M. (2008) „Ne sustaj, Gutenberg“. Dva put ura za manjinu, *Mostovi* (100). <http://www.zokster.net/drupal/node/315> (31. 3. 2009).
- Hutton, W. (2005) The Crowd Knows Best, *The Observer*, 18. septembar 2005. <http://observer.guardian.co.uk/comment/story/0,6903,1572869,00.html> (31. 3. 2009).
- Nešković, R. (2000) Kritika neoliberalizma kao ideologije bezalternativnog poretka [Internet]. Beograd, Filološki fakultet, <http://teme.junis.ni.ac.rs/teme34-2000/teme34-2000-01.pdf> (31. 3. 2009).



## IN DEFENCE OF THE MEDIA – MEDIA PERSPECTIVE OF HANS MAGNUS ENZENSBERGER

### *Summary*

---

*Hans Magnus Enzensberger, poet and subsequently Marxist oriented analyst, with two essays, “The Consciousness Industry” and “Dies for a theory of media”, reviews, to a high extent, the former left-wing media theories. Basic principles of his media theory, pointlessness in other media analysis, and his pretty original view of manipulation, the intellectuals and the recipients of media content are main topics of this text. Criticizing former ideological, ethical, cognitive, and anthropological critiques of the media, Enzensberger, starting from the original interpretation of the term of manipulation, by which every use of the media is changing the substance, i.e. manipulation, draws a conclusion: the movements for social change should not and could not terminate manipulation. They need to make everyone manipulator. So, potential for media emancipation should be recognized for opposing the elderly and for forming new views. Such activities of masses should not be reduced to the activities of isolated individuals. Instead of the inventory of what is good and what is not good in the media, it is necessary to obtain the engagement of own media frequencies. This work also tries to adopt and evaluate Enzensberger’s theoretical postulates in terms of new, digital media (Internet, e-mail), when such „frequencies“ became available and the conditions for Enzensberger’s theoretical mechanisms for the realization of democratic media are almost fulfilled.*